

ALGUNOS ELEMENTOS PARA IDENTIFICAR COMPETENCIAS EN EL PROGRAMA
ACADEMICO DE ADMINISTRACIÓN DE INSTITUCIONES DE SERVICIO

Auxiliares de Investigación:

YEIMY ALEXANDRA QUECANO

CLAUDIA LILIANA MONTAÑEZ SANCHEZ

NELLY YOLANDA JAIMES PEDRAZA

ANDREA CAMELO RODRIGUEZ

SANTAFE DE BOGOTA

UNIVERSIDAD DE LA SABANA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS

PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE INSTITUCIONES DE SERVICIO

2001

ALGUNOS ELEMENTOS PARA IDENTIFICAR COMPETENCIAS EN EL PROGRAMA

ACADEMICO DE ADMINISTRACIÓN DE INSTITUCIONES DE SERVICIO

Directora: Dra. Amparo Vélez Ramírez

Auxiliares de Investigación:

YEIMY ALEXANDRA QUECANO

CLAUDIA LILIANA MONTAÑEZ SANCHEZ

NELLY YOLANDA JAIMES PEDRAZA

ANDREA CAMELO RODRIGUEZ

UNIVERSIDAD DE LA SABANA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS

PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE INSTITUCIONES DE SERVICIO

2001

*A Dios por la vida y por brindarnos la fortaleza
para alcanzar este sueño.*

*A nuestros Padres quienes con su amor
y esfuerzo han hecho posible la realización de esta meta.*

YEIMY

NELLY

CLAUDIA

ANDREA

AGRADECIMIENTOS

Los autores expresan sus más sinceros agradecimientos a:

La Universidad de la Sabana

Dra. Amparo Vélez Ramírez, Socióloga, directora del trabajo de grado, por sus valiosas orientaciones y por su constante motivación en este proyecto.

Dra. Martha Elena Vargas, Directora del programa de Administración de Instituciones de Servicio, por el apoyo y la confianza que depositó en cada una de nosotras al encomendarnos la realización del presente proyecto.

A NUESTROS PADRES, por brindarnos la oportunidad de alcanzar una excelente formación profesional y por su permanente ayuda incondicional.

A nuestro equipo de trabajo, por haberse mantenido unidas y constantes para la culminación de esta meta.

A todas aquellas personas que de una u otra forma hicieron posible la realización de este proyecto.

TABLA DE CONTENIDO

TOMO I

CAPITULO I

JUSTIFICACIÓN_____	1
PRESENTACIÓN_____	4

CAPITULO II

2. MARCO DE REFERENCIA_____	6
2.1. CONCEPTO DE ADMINISTRACIÓN_____	6
2.2. CONCEPTO DE SERVICIO_____	9
2.3. CONCEPTO DE ECONOMÍA Y FINANZAS_____	11
2.3.1. CONCEPTO DE ECONOMÍA_____	11
2.3.2. CONCEPTO DE FINANZAS_____	14
2.4. CONCEPTO DE PRODUCCIÓN_____	15
2.5. CONCEPTO DE MERCADEO _____	17
2.6. CONCEPTO DE INSTITUCIONES DE SERVICIO_____	18
2.7. INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL: ESTADO DEL ARTE Y DEL CONOCIMIENTO____	19
2.7.1. INTERPRETACIÓN_____	19
2.7.2. LA COMPILACIÓN DE EVIDENCIAS_____	20
2.7.3. RECOMPRESIÓN DE FENÓMENOS_____	20

2.7.4. REFLEXIÓN PARA LA ACCIÓN CRÍTICA Y PRÁCTICA SOCIAL DEL CONOCIMIENTO_____	20
2.7.5. LA NATURALEZA DE LOS OBJETOS DE ESTUDIO_____	20
2.7.6. ESTADO DEL ARTE_____	20

CAPITULO III

3. METODOLOGÍA _____	24
3.1. OBJETIVOS GENERALES_____	24
3.2. UNIVERSO_____	25
3.2.1. ADMINISTRACIÓN_____	25
3.2.2. SERVICIO_____	25
3.2.3. MERCADEO_____	26
3.2.4. ECONOMÍA Y FINANZAS _____	26
3.2.5. PRODUCCIÓN_____	26
3.2.1.INSTITUCIONES DE SERVICIO_____	26
3.3. DESCRIPCIÓN DE MATERIAS_____	27
3.4. GLOSARIOS_____	27
3.5. LISTADOS_____	28

CAPITULO IV

4. DESCRIPCIÓN DE MATERIAS EN EL ÁREA DE ADMINISTRACIÓN_____	29
INTRODUCCIÓN A LA ADMINISTRACIÓN Y ORGANIZACIONES_____	30

PROCESOS ADMINISTRATIVOS_____	51
FORMULACIÓN Y ANÁLISIS ESTRATÉGICO_____	65
DESARROLLO DE LA CAPACIDAD EMPRESARIAL_____	70
CALIDAD Y MEJORAMIENTO CONTINUO_____	74
ADMINISTRACIÓN DE PERSONAL_____	84
FUNDAMENTOS JURÍDICOS EN LAS ÁREAS LABORAL, COMERCIAL Y TRIBUTARIO__	89
GERENCIA DEL MEDIO AMBIENTE_____	111

CAPITULO V

5. GLOSARIO DE ADMINISTRACIÓN_____	115
INTRODUCCIÓN A LA ADMINISTRACIÓN Y ORGANIZACIONES_____	116
PROCESOS ADMINISTRATIVOS_____	143
FORMULACIÓN Y ANÁLISIS ESTRATÉGICO_____	181
DESARROLLO DE LA CAPACIDAD EMPRESARIAL _____	192
CALIDAD Y MEJORAMIENTO CONTINUO_____	195
ADMINISTRACIÓN DE PERSONAL_____	240
FUNDAMENTOS JURÍDICOS EN LAS ÁREAS LABORAL, COMERCIAL Y TRIBUTARIO__	303
GERENCIA DEL MEDIO AMBIENTE_____	399

CAPITULO VI

6. DESCRIPCIÓN DE MATERIAS EN EL ÁREA DE SERVICIO_____	438
TEORÍA DEL SERVICIO_____	439

GERENCIA DEL SERVICIO_____ 442

DISEÑO Y ANÁLISIS DEL SERVICIO_____ 448

CAPITULO VII

7. GLOSARIO DE SERVICIO_____ 457

TEORÍA DEL SERVICIO_____ 458

GERENCIA DEL SERVICIO_____ 476

DISEÑO Y ANÁLISIS DEL SERVICIO_____ 517

CAPITULO VIII

8. DESCRIPCIÓN DE MATERIAS DE MERCADEO_____ 550

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS_____ 551

MERCADOTECNIA DE SERVICIOS_____ 563

CAPITULO IX

9. GLOSARIO DE MERCADEO_____ 579

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS_____ 580

MERCADOTECNIA DE SERVICIOS_____ 599

CAPITULO X

10. DESCRIPCIÓN DE MATERIAS DE ECONOMÍA Y FINANZAS _____ 617

ECONOMÍA GENERAL _____ 618

CONTABILIDAD DE GERENCIA_____	630
ESTADÍSTICA PARA LA ADMINISTRACIÓN_____	638
ANÁLISIS FINANCIERO_____	643

CAPITULO XI

11. GLOSARIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS_____	649
ECONOMÍA GENERAL_____	650
CONTABILIDAD DE GERENCIA_____	673
ESTADÍSTICA PARA LA ADMINISTRACIÓN_____	698
ANÁLISIS FINANCIERO_____	733

CAPITULO XII

12. DESCRIPCIÓN DE MATERIAS DE PRODUCCIÓN_____	758
PRODUCCIÓN Y LOGÍSTICA_____	759

CAPITULO XIII

13. GLOSARIO DE PRODUCCIÓN_____	762
PRODUCCIÓN Y LOGÍSTICA_____	763

CAPITULO XIV

14. DESCRIPCIÓN DE MATERIAS DE INSTITUCIONES DE SERVICIO_____	776
INSTITUCIONES FINANCIERAS_____	777
INSTITUCIONES EDUCATIVAS_____	784

INSTITUCIONES	
HOTELERAS_____	789
INSTITUCIONES DE ALIMENTOS Y BEBIDAS_____	793
INSTITUCIONES DE SALUD_____	799
INSTITUCIONES DE ENTIDADES COMERCIALES_____	811
INSTITUCIONES DE CONSULTORÍA_____	817
INSTITUCIONES CONDOMINIOS_____	822

CAPITULO XV

15. GLOSARIO DE MATERIAS DE INSTITUCIONES DE SERVICIO_____	825
INSTITUCIONES FINANCIERAS_____	826
INSTITUCIONES EDUCATIVAS_____	841
INSTITUCIONES HOTELERAS_____	847
INSTITUCIONES DE ALIMENTOS Y BEBIDAS_____	874
INSTITUCIONES DE SALUD_____	937
INSTITUCIONES DE ENTIDADES COMERCIALES_____	961
INSTITUCIONES DE CONSULTORÍA_____	970
INSTITUCIONES CONDOMINIOS_____	995

CAPÍTULO XVI

CONCLUSIONES_____	999
BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA_____	1001

ANEXOS

LISTADOS DE LIBROS POR ÁREAS _____	1019
ADMINISTRACIÓN, SERVICIO, MERCADEO Y PRODUCCIÓN _____	1019
ECONOMÍA Y FINANZAS _____	1282

CAPITULO I

JUSTIFICACIÓN

La **Administración** es una de las ciencias más importantes de la vida cotidiana, se crea por la necesidad que tiene el hombre de organizar las actividades en que se desarrolla, buscando eficiencia y resultados. Su evolución se describe en la opinión de Harold Koontz¹:

Desde un comienzo las personas formaron grupos para alcanzar objetivos que no podían lograr en forma individual, emprendiendo acciones que unifiquen y aseguren la coordinación de los esfuerzos particulares hacia un objetivo en común. Con el transcurrir de los años la administración ha ido evolucionando, convirtiéndose en una ciencia esencial para el manejo eficiente de las organizaciones buscando el aprovechamiento y maximización de los recursos disponibles.

El hombre en su búsqueda constante de conocimientos que ayudan a satisfacer las necesidades del cliente crea un nuevo concepto en la organización moderna

¹ Koontz Harold. Heiz Weihrich. Elementos de Administración, pág. 5.

llamado **Servicio**, que brinda una ventaja competitiva y un factor de diferenciación en un mercado altamente competitivo, cambiando la orientación de la Administración y la forma de hacer negocios.

En este nuevo enfoque empresarial todas las actividades están orientadas hacia lo que el cliente desea, por esto la importancia de integrar los conocimientos de la Administración y el Servicio en una sola ideología, así nace la **Administración de Instituciones de Servicio**.

Gracias al surgimiento de la **Administración de Instituciones de Servicio**, se hace indispensable contemplar de una forma sistémica los conceptos que la integran, razón que nos ha impulsado a conceptualizar cada una de las áreas que hacen parte de esta carrera.

Por la incidencia e importancia de los actos administrativos en la sociedad, se han publicado una gran variedad de libros para consulta de estudiantes, empleados y empresarios que buscan actualizar sus conocimientos y estar preparados para afrontar nuevos retos, originándose una gran oleada de información sin un espacio que la centralice.

El objetivo principal de este trabajo de grado, es actualizar el contenido de las áreas que conforman el nuevo plan de estudios de la carrera de **Administración**

de Instituciones de Servicio, brindando una herramienta que facilita las labores de búsqueda, descubrimiento, comunicación, conservación de la verdad, investigación de los estudiantes, profesores, integrantes de la Universidad de la Sabana y de la comunidad, colaborando con los principios y propósitos que rigen la Universidad.

Otro de los propósitos de este trabajo de grado es recopilar Información sobre bibliografía que contengan temas relacionados con **Administración de Instituciones de Servicio** en una sola base de datos, facilitando al usuario la búsqueda y ubicación de dichos libros para su consulta en los diferentes temas.

1. PRESENTACIÓN

Esta investigación es la continuación del trabajo de grado **“Recopilación bibliográfica de revistas en el área de Administración y Servicios de Bienestar de la Universidad de la Sabana”**², donde se presentan las publicaciones emitidas a nivel nacional e internacional en el periodo comprendido entre 1984 y 1992 ubicadas en Santafé de Bogotá y la descripción de cada materia del pécusul de la carrera mediante diagramas de árbol con sus respectivos glosarios.

En este trabajo de grado se actualizan los conceptos básicos de la carrera de **Administración de Instituciones de Servicio** en cada una de sus áreas de acuerdo al nuevo plan de estudios propuesto por la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas para el año 2.000, ampliando el campo de investigación y brindando una información que contemple los nuevos conceptos administrativos.

Para permitir una mayor comprensión de las áreas que componen la carrera de **Administración de Instituciones de Servicio** se definen las siguientes categorías de estudio: Administración, Servicio, Economía, Finanzas, Producción, Mercadeo e Instituciones de Servicio.

² Ospina, B. Franco, A. Recopilación bibliográfica de revistas en el área de administración y servicio del programa de Administración de Servicios de Bienestar de la Universidad de la Sabana, pág. 1.

Además se presenta un listado con la recopilación de los libros existentes en la Universidad de la Sabana que sirven de consulta en los temas relacionados con la carrera, editados a partir de 1990 y clasificándolos por las categorías especificadas anteriormente.

CAPITULO II

2. MARCO DE REFERENCIA

La referencia de partida de este trabajo de grado es la ***“Recopilación bibliográfica de revistas en el área de Administración y Servicios de Bienestar de la Universidad de la Sabana”***³, continuando con la estructura desarrollada en ese trabajo, aportando nuevas categorías de estudio y actualizando los conceptos.

Esta investigación toma algunos aspectos de la investigación documental debido a que permite visualizar los cambios sucedidos al transcurrir el tiempo, originando nuevos estudios y campos de investigación.

Por consiguiente no es en el sentido estricto un estado del arte ni una investigación documental, solo permite saber lo que se ha producido sobre el tema objeto de investigación, dando fundamentos para su desarrollo y dejando el campo abierto a nuevas investigaciones. Según lo anterior el presente trabajo de grado toma los aspectos de una Investigación Exploratoria debido a que

³ Ospina, B. Franco, A. Recopilación bibliográfica de revistas en el área de administración y servicio del programa de Administración de Servicios de Bienestar de la Universidad de la Sabana, pág. 1.

indaga en todo lo relacionado con los temas y libros publicados que abarquen las categorías de estudio.

2.1 CONCEPTO DE ADMINISTRACION

El concepto de administración ha ido evolucionando con el tiempo, inicialmente se propone una primera definición:

*“Es el trabajo implicado en la combinación y dirección del uso de los recursos para lograr propósitos específicos incluyendo los elementos de planeación, organización, dirección y control”*⁴. Esta definición se concentra en la subsistencia de la organización a través del cumplimiento de las tareas, se preocupa por el uso adecuado de los recursos físicos sin tener en cuenta a las personas como unidad indispensable para el desarrollo de los propósitos organizacionales.

Más adelante David R. Hampton⁵, la definió como:

El Proceso de diseñar y mantener un medio ambiente en el cual los individuos que trabajan juntos en grupo, logran eficientemente los objetivos seleccionados.

⁴ Taylor, Introducción a la Administración, pág. 11.

⁵ David R. Hampton. Administración Contemporánea, pág. 8.

Según esta definición, la Administración es aplicable en todos los niveles de cualquier organización, teniendo como fin la búsqueda de productividad, eficiencia y eficacia. Se observa como se involucra en esta nueva definición al individuo como parte esencial de la organización, quien es el directo responsable del logro de los resultados siempre y cuando un líder se encargue de promover el trabajo en equipo y mantener un ambiente laboral favorable en busca de mejores resultados, en conclusión, la persona es el integrante fundamental para el logro de las metas de la empresa.

Esta definición no tiene en cuenta el medio externo en donde se desenvuelve la organización y olvida que es un sistema abierto afectado por factores endógenos y exógenos.

Con la evolución de la Administración, esta llega a ser considerada como:

“La ciencia que se encarga de estudiar las empresas y organizaciones con fines descriptivos para comprender su funcionamiento, evolución, crecimiento y conducta”⁶.

En este nuevo concepto la Administración se vuelve más compleja abarcando los elementos que hacen parte de una empresa, convirtiéndose en una nueva área de investigación que procura la creación de nuevas herramientas y técnicas que

⁶Harold, Heinz Weihrich, Administration, pág. 10.

proporcionan un conocimiento más profundo e integral de la empresa teniendo en cuenta todos los recursos.

La administración ha cobrado más relevancia en el mundo actual, por su importancia dentro de las organizaciones, la generación de un desafío para los empresarios y la tendencia de la economía hacia la globalización, que presenta una gama de cambios constantes que pueden significar presiones y oportunidades competitivas.

Debido a que dentro de la Administración se abarcan temas muy amplios y complejos se determina la estructura según el plan de estudios vigente que comprende las siguientes subcategorías: Introducción a la administración, Procesos administrativos, Organizaciones, Administración de Personal, Calidad y mejoramiento continuo, Formulación y análisis Estratégica, Fundamentos Jurídicos, Desarrollo Sostenible y Desarrollo de la Capacidad Empresarial. Cada una esta se relaciona directamente con el ejercicio de la Administración y propone nuevos enfoques y retos a los que se enfrenta el empresario actual.

2.2. CONCEPTO DE SERVICIO

Para definir el servicio no existe un concepto absolutamente verdadero, por esto se hace referencia a diversas definiciones de especialistas en el tema de servicio,

donde cada uno expone su punto de vista, por lo tanto se han tomado algunos de estos enfoques para dar una visión general.

“El servicio es algo que va más allá de la amabilidad y la gentileza: es el conjunto de presentaciones que el cliente espera, además del producto o servicio básico, como consecuencia del precio, la imagen y la reputación del mismo”⁷.

“Implica mantener a los clientes existentes, atraer nuevos clientes y dejar en todos ellos una impresión de la empresa que les induzca a hacer de nuevo negocios con ella. En términos de actividades se puede resumir en preocupación, consideración por los demás, cortesía, integridad, fiabilidad, disposición para ayudar, eficiencia, disponibilidad, amistad, conocimientos y profesionalidad”⁸.

Esta definición, centraliza al **Servicio** en la retención de cliente y atracción de nuevos, basándose en las cualidades del producto únicamente sin mencionar otros aspectos claves como la satisfacción de necesidades y la superación de expectativas del cliente.

“Es una actividad permanente que se desarrolla día y noche, que nunca llega a terminarse”⁹.

⁷ Jacques Horovitz. La Calidad del Servicio a la Conquista del Cliente. Pág. 23.

⁸ Jhon Tschoh Steve. Alcanzando la Excelencia Mediante el Servicio al Cliente. Pág. 11.

⁹ Jhon C. Shaw. Gestión de Servicios. Pág. 9.

Esta definición tiene en cuenta las cualidades que conciernen al prestador de servicios, sin abarcar y definir su responsabilidad, que no se limita al momento de la prestación del servicio.

Después del estudio de las definiciones anteriores, se construye un concepto que integra elementos básicos y esenciales en la prestación del servicio, buscando suplir y satisfacer las necesidades de investigación del lector.

Un servicio es una actividad intangible, heterogénea, que implica interacción entre algún componente de la organización con el cliente, esta debe hacerse dentro de unos parámetros de preocupación, consideración por los demás, cortesía, integridad profesional, fiabilidad, disposición para ayudar, eficiencia, disponibilidad, amistad, entre otros, que buscan satisfacer y exceder las necesidades del cliente; implica además ofrecer un producto o servicio básico, suplir la multitud de necesidades menos obvias creando un valor agregado, manteniendo y fidelizando a los clientes existentes y atrayendo nuevos.

Finalmente el servicio es actualmente un factor esencial para sobrevivir en el ámbito empresarial altamente competitivo, por ser un tema actual no tiene suficiente amplitud de estudio en las Facultades de Administración.

Para facilitar su comprensión definimos las siguientes categorías que harán parte de nuestro estudio: Teoría del servicio, Tecnología del servicio, Análisis - Diseño del servicio y Gerencia del Servicio.

2.3. CONCEPTO DE ECONOMÍA Y FINANZAS

2.3.1 ECONOMÍA

Antes de definir economía es necesario aclarar que en la economía existen varios puntos de vista, según el enfoque que se le da a dicha disciplina. Se destacan dos enfoques: el objetivo y el subjetivo por lo tanto, a pesar de la gran variedad de definiciones sobresalen las siguientes:

“Definición objetiva o marxista: La economía política es la ciencia que estudia las leyes que rigen la producción, distribución, circulación y el consumo de los bienes materiales que satisfacen las necesidades humanas.

Definición subjetiva o marginalista: La economía es la ciencia que se encarga del estudio de la satisfacción de las necesidades humanas mediante bienes que siendo escasos tienen usos alternativos entre los cuales hay que optar.

Es la ciencia que tiene por objeto la administración de los recursos escasos de que disponen las sociedades humanas. Estudia las formas como se comporta la sociedad ante la difícil situación del mundo exterior ocasionada por la tensión existente entre las

necesidades limitadas y los medios limitados con que cuentan los agentes de la actividad económica y la manera en que estas sociedades utilizan los recursos escasos para producir mercancías valiosas y distribuirlas entre diferentes individuos”¹⁰.

Según estas definiciones se analiza que la economía abarca dos ideales claves: Los bienes son escasos y la sociedad debe utilizarlos eficientemente, de hecho la economía es una importante disciplina debido a la escasez y al deseo de ser eficientes.

Con relación a la escasez: Si fuera posible producir cantidades infinitas de todos y cada uno de los bienes o si satisficieran plenamente los deseos humanos ¿cuáles serían las consecuencias? : No existiría preocupación por los recursos limitados y la sociedad tendría todo lo que anhela, en este caso la economía dejaría de ser una disciplina útil.

Eficiencia significa la utilización de los recursos de la sociedad de la manera más razonable para satisfacer las necesidades y los deseos de los individuos, mas concretamente la economía produce eficientemente cuando puede mejorar el bienestar económico de una persona sin empeorar el de otra.

¹⁰ Samuelson Nordhaus, Economía 10^o Sexta Edición, pág, 4-5.

La esencia de la teoría económica es reconocer la realidad de la escasez y averiguar entonces como debe organizarse la sociedad de tal manera que utilice de modo más eficiente los recursos, es ahí donde la teoría económica hace su excepcional aporte.

La economía en **Administración de Instituciones de Servicio** es importante porque enseña la forma de utilizar los recursos de manera eficiente en una empresa de esta índole, contribuyendo en la producción de bienes y servicios útiles para la sociedad.

Un administrador debe conocer los principios básicos de economía que le permitan tener un criterio asertivo al momento de tomar una decisión con relación a esta área, determinante para el futuro económico de una empresa, buscando alternativas para el mejoramiento y aprovechamiento eficiente de los recursos disponibles de la empresa y de la sociedad.

Este trabajo de grado abarca el tema económico, en cuanto a sus generalidades, la empresa y el macroentorno, por consiguiente se agrupan en las siguientes categorías: Economía General, Economía de Consumo y Empresa y Macroeconomía.

2.3.2. FINANZAS

*“ Es el arte y la ciencia de la administración del dinero, sin esta ciencia no se podría llevar un orden sistemático de los recursos financieros, en especial el dinero, se ocupa de los procesos, instituciones, métodos e instrumentos mediante los cuales se rige la circulación del dinero entre las personas, las empresas y los gobiernos”.*¹¹

Las finanzas son parte esencial de las organizaciones y de la vida cotidiana, por esto han surgido una serie de instrumentos legales como la moneda, títulos valores que incluyen bonos, acciones y préstamos; estos instrumentos permiten manejar de forma eficiente los recursos monetarios logrando la maximización de utilidades y la organización de las actividades comerciales.

Es importante para un administrador conocer los temas que incluyen el área financiera debido a que proporcionan datos necesarios para la toma de decisiones, formulación de índices económicos y conocimiento de la gestión empresarial.

¹¹ Lawrence. J. Gitman, Administración Financiera Básica, pág. 4.

Las subcategorías que se han definido para esta categoría son: Contabilidad Gerencial, Análisis financiero, Evaluación de Proyectos, Estadística y Métodos Cuantitativos.

2.4. CONCEPTO DE PRODUCCIÓN

Según L. Tawfia y A.M. Chauvel¹² se define producción como:

Una función fundamental de toda organización, representada en el proceso productivo de transformación de unos bienes o servicio entre otros bienes y servicios, que se desarrolla teniendo en cuenta los recursos disponibles y las tareas de apoyo logístico necesarias. Es la adición de valor a un bien, ese bien puede ser un producto o servicio por efecto de una transformación; es extraer o modificar los bienes con el objeto de volverlos aptos para satisfacer ciertas necesidades.

En la **Administración de Instituciones de Servicio** la producción cumple un papel fundamental debido a que antes de un proceso de venta de un servicio o un producto se antepone una transformación de insumos generados en procesos que se deben estudiar y analizar con el fin de producir eficientemente el producto final, generando valor agregado a la empresa, a la sociedad y al medio ambiente.

¹² L. Tawfia y A.M. Chauvel, Administración de la Producción, pág. 12.

Con la evolución de la administración, la producción no solo se asocia con la fabricación en empresas manufactureras, sino que abre campo a nuevos sectores como el de servicios y el comercial. Esto surge por la necesidad de ofrecer servicios estandarizados y de controlar los insumos utilizados en los procesos de producción de servicios a un menor costo.

En esta categoría se encuentran las siguientes Subcategorías definidas para esta área y son: Servucción, producción y logística.

2.5. CONCEPTO DE MERCADEO

La definición de mercadeo viene determinada por el concepto, enfoque y alcance del mismo. Una definición moderna y completa del mercadeo debe contemplar, el concepto actual del mismo, que parte de las necesidades del consumidor y busca satisfacerlas. Además debe incluir los ámbitos o situaciones de su objeto de estudio y la relación de intercambio de su alcance.

“El mercadeo es un sistema total de actividades empresariales encaminadas a planificar, fijar precios, promover y distribuir productos y servicios que satisfacen necesidades de los consumidores actuales o potenciales.

Cuando el concepto de mercadeo ya no se limitó únicamente a las actividades empresariales y se amplió a otros tipos de organizaciones, las definiciones empezaron a referirse a las relaciones de intercambio y se definió que el mercadeo esta constituido por todas las actividades que tienden a generar y facilitar cualquier intercambio cuya finalidad sea satisfacer los deseos y necesidades humanas".¹³

De acuerdo con todo lo indicado anteriormente y considerando las posibles limitaciones y riesgos que con lleva reducir todo el contenido de lo que es mercadeo, se propone la siguiente definición:

El mercadeo es un modo de ejecutar la relación de intercambio, con la finalidad de que sea satisfactoria a las partes que intervienen y a la sociedad mediante el desarrollo, valoración, distribución y promoción, por una de las partes, de los bienes y servicios o ideas que la otra parte necesita.

¹³Santesmases. M. Miguel, Términos de márketing. pág. 534-536.

El mercadeo y el servicio están íntimamente ligados ya que su fin último es la satisfacción del cliente, la forma de llegar a este fin es por medio de investigaciones de mercado que determinen las características y gustos del consumidor creando sistemas de motivación para la compra y culmina con la satisfacción de las necesidades del cliente.

En esta categoría se encuentran las siguientes Subcategorías:

Investigación de mercados y Mercadeo de servicio.

2.6 CONCEPTO DE INSTITUCIÓN DE SERVICIO

No existe una definición universal de Institución de servicio, por lo tanto para la construcción de esta, utilizamos las definiciones de empresa, institución y servicio según José Luis García¹⁴ y Galindo Nuch y García Martínez¹⁵ para concluir en la siguiente definición: *La institución o empresa de servicio es concebida como un grupo social en el que a través de la administración del capital y el trabajo en equipo se producen servicios tendientes o encaminados a la satisfacción de necesidades de las personas y la sociedad.*

De acuerdo con la anterior definición se puede concluir que la institución o empresa de servicio nace como una alternativa para suplir las deficiencias y

¹⁴José Luis García. La Búsqueda de la Calidad en los Servicios, pág. 35

¹⁵ Galindo Munich y García Martínez. Fundamentos de Administración, pág. 42

vacíos que presentaban las teorías administrativas que se habían desarrollado, en las cuales la prioridad se le daba al producto sin tener en cuenta otras necesidades inherentes a la compra del mismo. Así mismo la evolución del concepto de Institución de servicio ha ayudado al mejoramiento de los procesos de empresas dedicadas exclusivamente a esta actividad.

2.7. INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL: ESTADO DEL ARTE Y EL CONOCIMIENTO

Para el desarrollo de este tema se tomaron en cuenta los conceptos de Germán Vargas Guillén¹⁶, Amparo Vélez y Gloria Calvo¹⁷ y Ospina B. Franco A¹⁸.

2.7.1 INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL

Es la actividad que se realiza antes de la formulación de un problema, su objetivo es la creación y construcción de la teoría, su meta es llegar a la síntesis del conocimiento, recopilando evidencias, modos, flaquezas, abriendo rutas a nuevas preguntas, concluyendo y recomendando sobre el modo de afrontar la cotidianidad. En la elaboración de la investigación documental se recurre a unos pasos metodológicos que se describen a continuación:

¹⁶ Vargas Guillén. Germán. Algunas Características Epistemológicas de la Investigación Págs. 26-33

¹⁷ Vélez Ramírez. Amparo. Gloria Calvo. Análisis de la Investigación en la Formación de Investigadores Págs. 33 – 41.

¹⁸ Ospina B. Franco A. Recopilación Bibliográfica de Revistas en el área de Administración y Servicio del programa de Administración de Servicios de Bienestar de la Universidad de la Sabana Pág. 11

2.7.1. Interpretación

Es la estructura inicial de la investigación documental, utiliza los conocimientos de documentos ya escritos, de los cuales toma a través de la lectura un fenómeno existente fundamentado en otras propuestas, problemas nuevos.

2.7.2 La compilación de evidencias

Es la acción de agrupar todos los conocimientos, hacerlos ver con claridad y esto requiere la observación ya sea directa o indirecta como medio del conocimiento. La evidencia es importante en la investigación documental en su parte interpretativa ya que utiliza datos sobre fenómenos los cuales son interpretados y examinados para llegar a una explicación.

2.7.3. Recomprensión de Fenómenos

Es la reconstrucción teórica alrededor de problemas o fenómenos. Logra descubrir nuevas facetas, relaciones no asociadas con el mismo, se constituye en un estatuto teórico donde se realiza un postulado explicativo sobre el mismo.

2.7.4. La reflexión para la acción crítica y práctica social del conocimiento

La Recomprensión de los fenómenos que conducen a una constitución teórica se caracteriza por un examen detenido sobre las propuestas explicadas con anterioridad donde existen evidencias y es posible llegar a una explicación. Todo examen conduce a una crítica del conocimiento, siempre que halla una reconstitución de la realidad.

2.7.5. La naturaleza de los objetos de estudio

Es la definición de las preguntas siendo estas el objeto de estudio. Es el establecimiento del universo del saber que puede ponerse en interrelación con un objeto restringido y delimitado sobre el que se intenta la aprehensión, la comprensión para modificarlo. No se puede desarrollar la investigación documental si no hay un objeto de estudio definido y delimitado.

2.7.6. Estado del Arte

Es ante todo una revisión de lo que sobre un tema se ha producido. Las propuestas de investigación y sus productos se convierten en un nuevo campo de la investigación; es decir la investigación sobre la investigación

La metodología del estado del arte depende del tipo de problema, audiencia, especialistas que lo elaboren, disponibilidad del saber sobre el tema, metodología investigativa y la comprensión de un problema.

Los pasos metodológicos del estado del arte:

- 1. Contextualización. Determina el problema objeto de estudio, límites, recursos documentales y criterios.*
- 2. Clasificación. Esta se realiza según los parámetros de análisis.*
- 3. Categorización. Abstracción mental que agrupa características iguales, permite un alto índice de recuperabilidad de la información. Establece prácticas de investigación en relación a un tema.*

Con base en lo anterior se procede a sistematizar la bibliografía existente en la Universidad de la Sabana como respuesta a la investigación propuesta por la facultad.

Dicha investigación amplia el acceso al conocimiento inmediato, concreto y circunstancial que procede de libros que son publicadas año tras año como resultado de los aportes generados por expertos en el tema.

Los resultados de este trabajo permiten al usuario obtener la información sobre los datos básicos de la bibliografía como son: autor, título, editor, ciudad de edición, año y número topográfico correspondiente a la Universidad de la Sabana.

Además, incluye todos los conocimientos que pudiesen ser de utilidad para el administrador práctico, ya que presenta las áreas más importantes de estos en una forma organizada y útil, permitiendo economizar tiempo y esfuerzos.

Este trabajo es un instrumento que permite al investigador, al administrador o a cualquier persona interesada en el tema, definir de una manera más precisa sus necesidades de información en las áreas de administración, servicio, mercadeo, economía y finanzas, producción e instituciones de servicio

CAPITULO III

3. METODOLOGÍA

Describe sistemáticamente las categorías que delimitan el concepto del trabajo, estas se definen de acuerdo al plan de estudios del 2000 del programa de **Administración de Instituciones de Servicio**; dentro de estas categorías se determinaran las subcategorías agrupando las materias por tema de estudio. Esta Categorización permite visualizar de una forma más ordenada y práctica los conceptos que comprenden la carrera, apoyándose en un cuadro sinóptico. Posteriormente se definen los conceptos mediante un glosario de acuerdo a los parámetros definidos anteriormente en el cuadro.

3.1. OBJETIVO GENERALES

Presentar de forma ordenada los libros que proporcionan información sobre cada una de las categorías definidas, comprendidas en el período de 1990 – 2000.

Elaborar un cuadro sinóptico que permite visualizar las subdivisiones de cada uno de los temas de las subcategorías, que permita abarcar de una forma global y completa los contenidos de cada materia

Definir por medio de un glosario cada uno de los temas y subtemas mencionados en el cuadro sinóptico.

3.2. UNIVERSO

Esta constituido por los libros emitidos sobre el área de administración, servicio, economía y finanzas, producción, mercadeo e instituciones desde 1990 al 2000 de temas que contienen las asignaturas del programa de Administración de Instituciones de Servicio.

3.2.1. ADMINISTRACION

Introducción a la administración y Organizaciones

Procesos administrativos

Formulación y Análisis estratégico

Desarrollo de la capacidad empresarial

Calidad y mejoramiento continuo

Administración del personal

Fundamentos jurídicos para la gerencia

Gerencia del medio ambiente

3.2.2. SERVICIO

Teoría de servicio

Gerencia de servicio

Diseño y análisis de servicio

3.2.3 MERCADEO

Investigación de mercados

Mercadotecnia de servicio

3.2.4 ECONOMIA Y FINANZAS

Economía

Contabilidad de gerencia

Estadística para la administración

Análisis financiero

3.2.5 PRODUCCION

Producción y logística

3.2.6 INSTITUCIONES DE SERVICIO

Instituciones Financieras

Instituciones educativas

Instituciones hoteleras

Instituciones de alimentos y bebidas

Instituciones de salud

Entidades comerciales

Instituciones de consultoría empresarial

Condominios

3.3. DESCRIPCIÓN DE MATERIAS

Mediante un cuadro sinóptico se describe los elementos básicos de la teoría de cada una de las categorías definidas de acuerdo al plan de estudios año 2000 de A. I. S (**Administración de Instituciones de Servicio**), dividido en seis grandes áreas: Administración, Servicio, Economía y Finanzas, Producción, Mercadeo e Instituciones de Servicio. En esta estructura se presentan los temas, subtemas, y la descripción más importante de cada una de estas áreas en forma ordenada y útil, permitiendo visualizar fácilmente el contenido de cada materia. Por medio de la consulta bibliográfica de cada uno de los temas a desarrollar.

3.4 GLOSARIO

Luego se presentan glosarios donde se visualiza y definen por medio de listado ordenado alfabéticamente de los términos que se encuentran en el cuadro sinóptico, los cuales son conceptualizados de forma concreta y resumida buscado dar a conocer los puntos más importantes de cada uno.

3.5. LISTADOS DE LIBROS POR AREAS

En este aparte se presenta el listado de la bibliografía existente en la Universidad de la Sabana, desde 1990, distribuidas de la siguiente forma:

- Listado por el área de administración, servicio, mercadeo y producción.
- Listado por el área de economía y finanzas

CAPITULO IV

DESCRIPCIÓN DE MATERIAS

DE ADMINISTRACIÓN

Para visualizar el contexto general en el que se subdivide las materias correspondientes al área de administración se requiere de una estructura de árbol, que es la división de un tema en sus partes componentes desde lo más general hasta lo más específico generando una sinopsis de terminología pertinente a dicho tema, que presente los contenidos en términos específicos de cada uno de estos, dicha estructura se presenta a continuación:

INTRODUCCIÓN A LA ADMINISTRACIÓN Y ORGANIZACIONES

ORÍGENES DE LA ADMINISTRACIÓN

Cronología de los principales eventos

Egipcios: Reconocimiento de la necesidad de planear, organizar y controlar

Egipcios: Descentralización en la organización
Egipcios: Reconocimiento de la necesidad de ordenes escritas, uso de la consultoría staff.

Hammurabi (Babilonia) Empleo de control escrito y testimonio, establecimiento del salario mínimo; reconocimiento de que la responsabilidad no puede transferirse.

Hebreos: Conceptos de organización, principio escalar; principio de la excepción.

Nabucodonosor (Babilonia): Control de la producción e incentivos salariales

Mencius (China): Reconocimiento de la necesidad de sistemas y estándares.

Sócrates (Grecia): Enunciado de la universalidad de la administración

Ciro (Persia): Reconocimiento de la necesidad de las relaciones humanas, el empleo del estudio del movimiento, arreglo físico y manejo de materiales.

Platón (Italia): Enunciado del principio de especialización.

Catón (Roma): Uso de las descripciones de funciones.

Jesús (Judea): Unidad de mando, reglamentos, relaciones humanas.

Diocleciano (Roma): Delegación de autoridad.

Artesanal de Venecia: Contabilidad de costos, verificación y balance de control, numeración de inventarios, intercambio de partes, utilización de la técnica de línea de montaje, implementación de la administración del personal, estandarización de las partes, control de personal, control de inventario y costos.

Nicolas Maquiavelo (Italia): Confianza en el principio de consenso de grupo, reconocimiento de la necesidad de cohesión en la organización, enunciado de las cualidades de liderazgo, descripción de tácticas políticas.

Sir James Stuard: Teoría de la fuente de autoridad, impacto de la autorización, diferenciación entre gerentes y trabajadores basados en las ventajas de la especialización.

Adam Smith (Inglaterra): Aplicación del principio de especialización, a los trabajadores manufactureros,

ORÍGENES DE
LA ADMINISTRACIÓN

Cronología de los
principales eventos

concepto de control.

Eli Whitney (Estados Unidos): Método científico, empleo de la contabilidad de costos y del control de calidad, aplicación del concepto de intercambio de las partes, reconocimiento de la amplitud administrativa.

James Watt, Mathew Boulton (Inglaterra): Procedimientos estandarizados de operación, especificación, métodos de trabajo, planeación, incentivo salarial, tiempos, estándares, datos estandarizados, seguros mutuos a los empleados, bonificaciones de navidad, utilización de la auditoría.

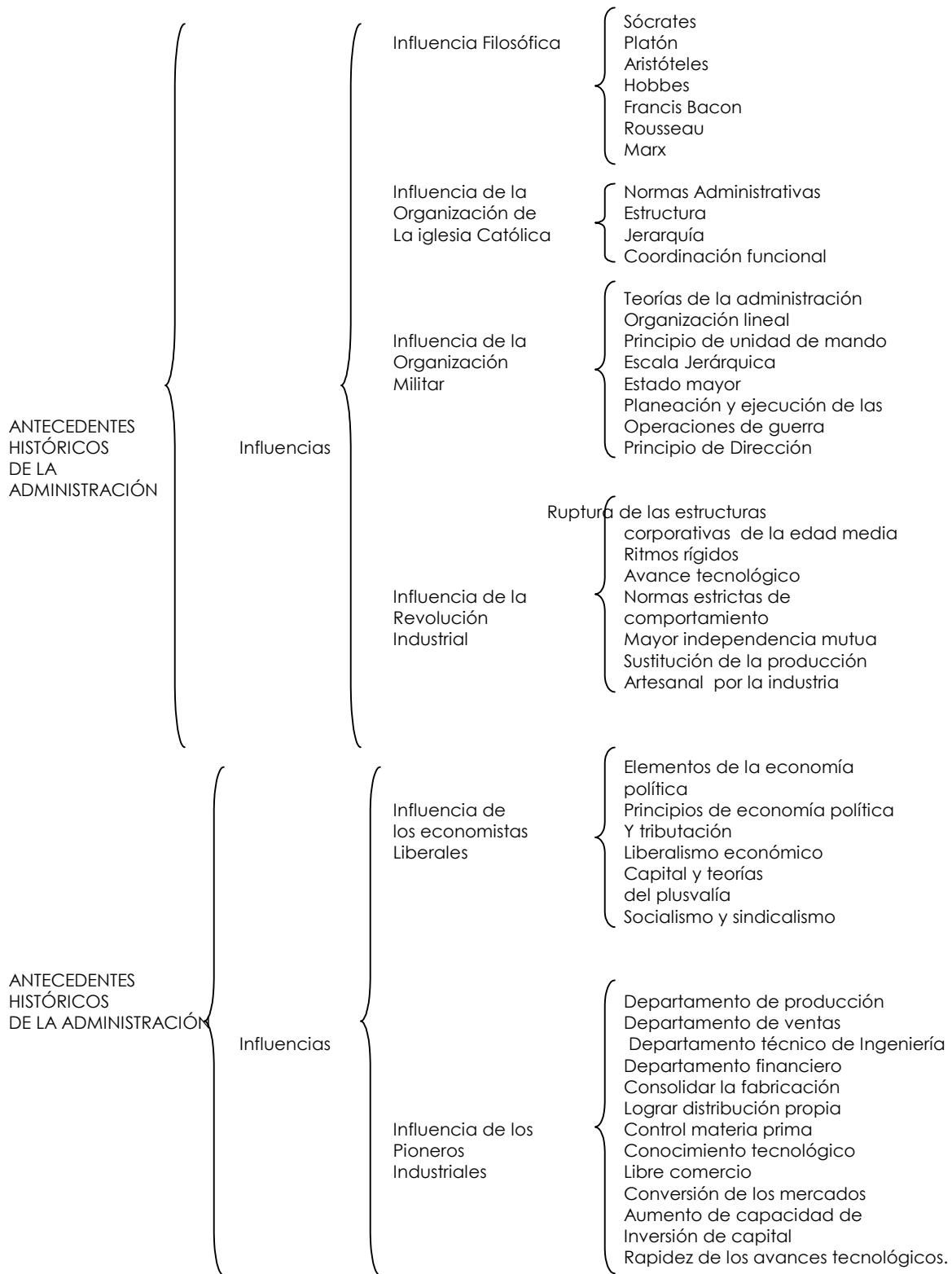
Robert Owen (Inglaterra): Reconocimiento y aplicación de prácticas de personal, responsabilidad de entrenamiento de los obreros e introducción de los planes de vivienda para esto.

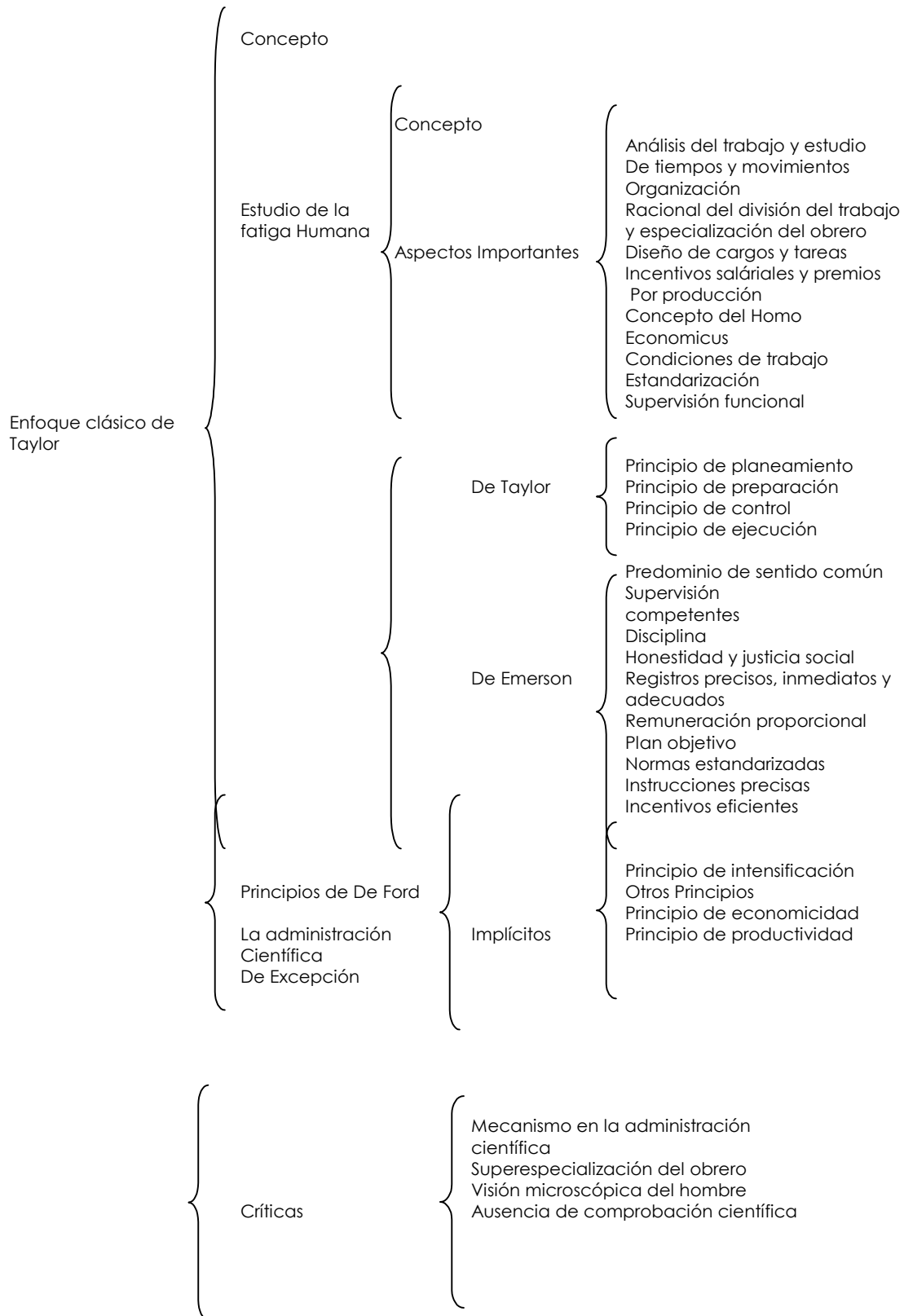
Charles Babbage (Inglaterra): Énfasis en el método científico, énfasis en la especialización, división del trabajo, estudio de tiempos y movimientos, contabilidad de costos, efectos del color en la eficiencia del obrero.

Daniel C. McCallum (Estados Unidos): Empleo de organigramas para mostrar la estructura organizacional, aplicación de la administración sistémica.

Henry Met Calfe (Estados Unidos) Arte de la administración, ciencias de la Administración.

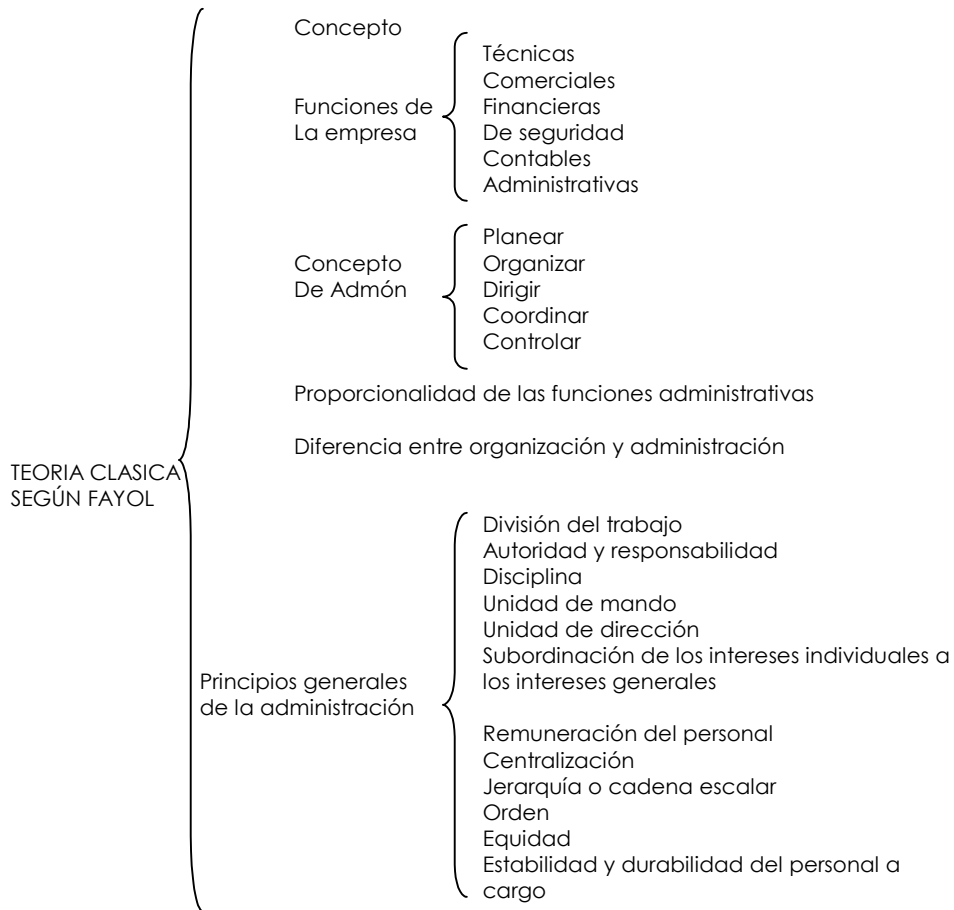
Frederik W. Taylor (Estados Unidos) Administración científica. Aplicación.

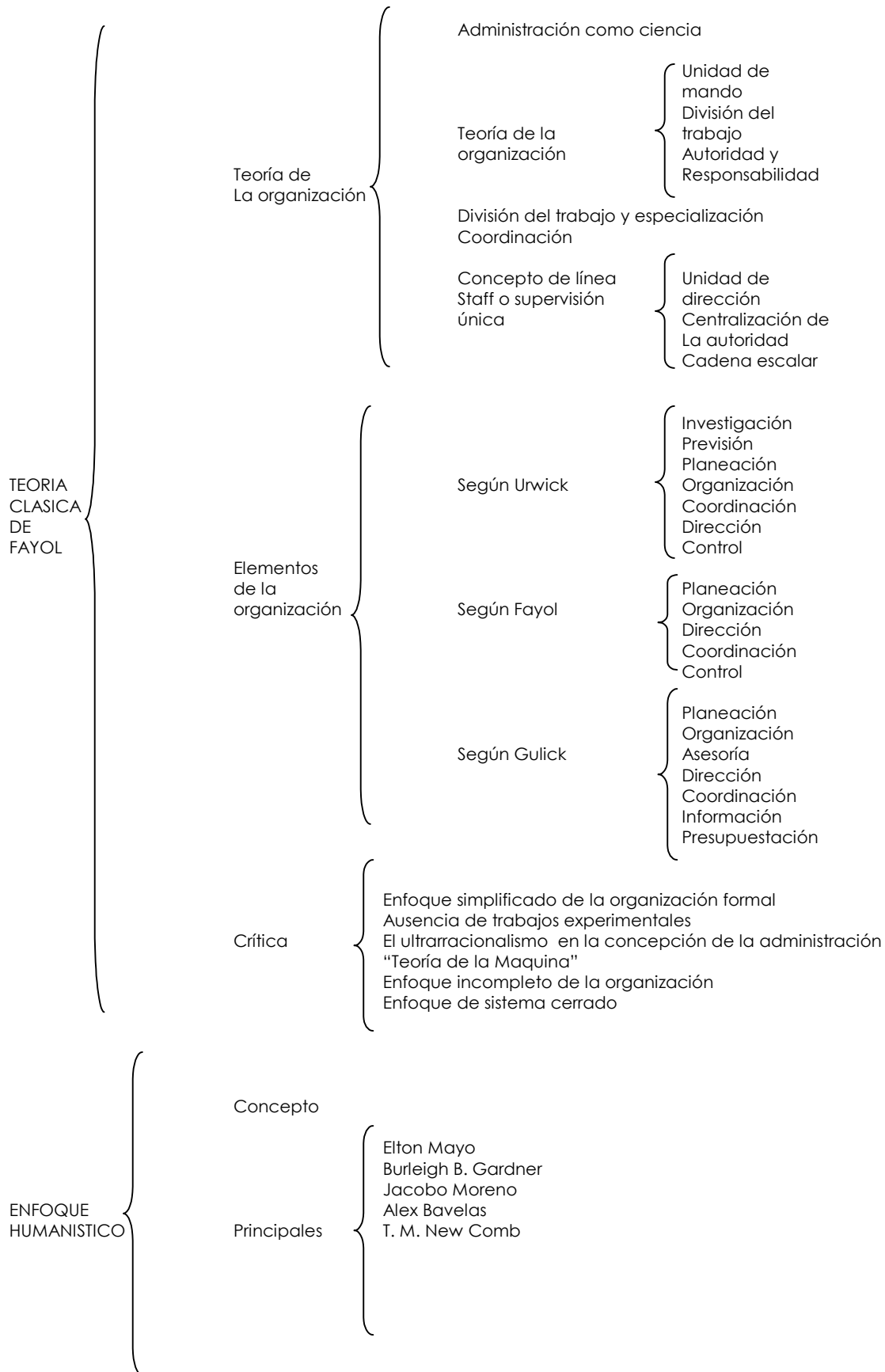


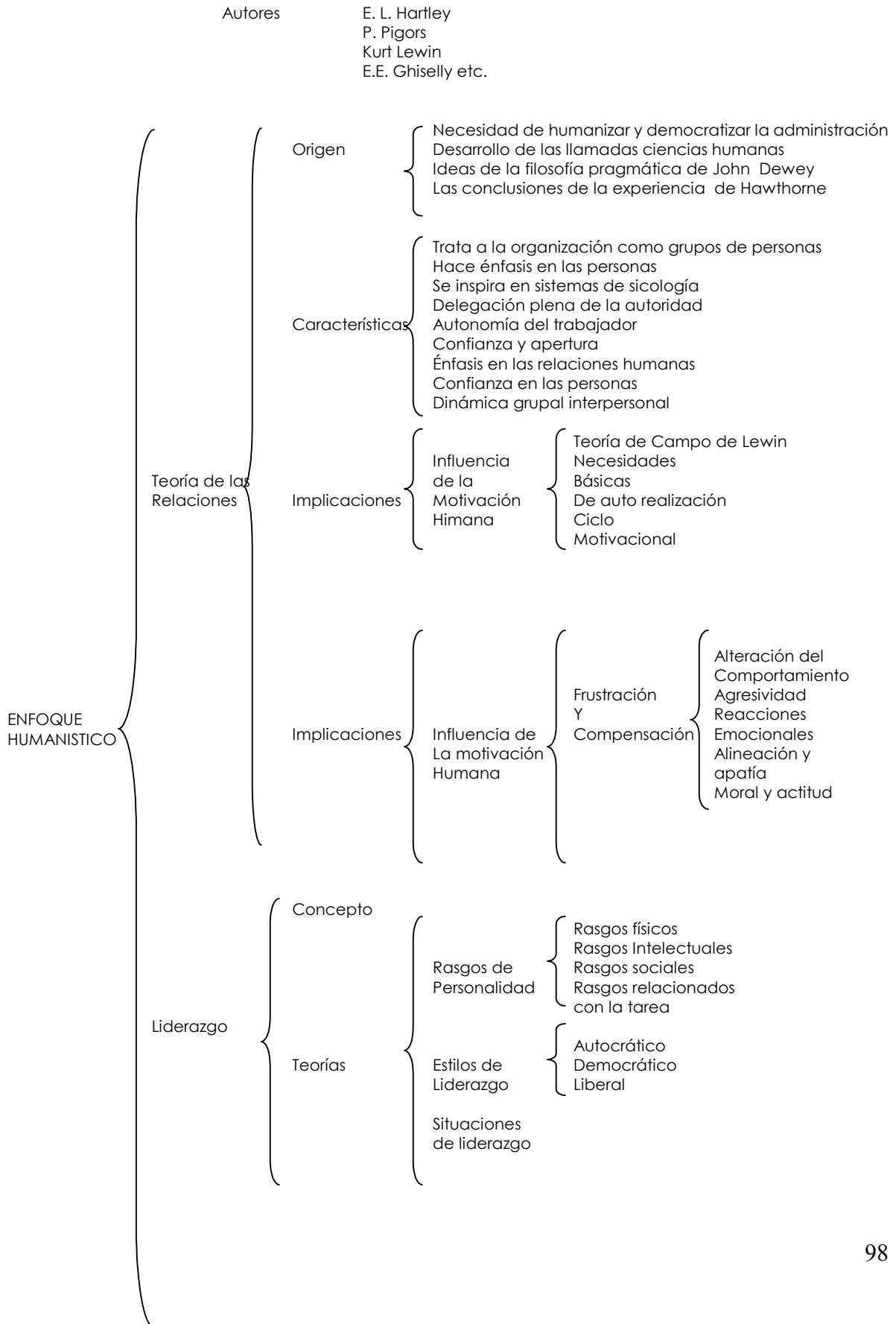


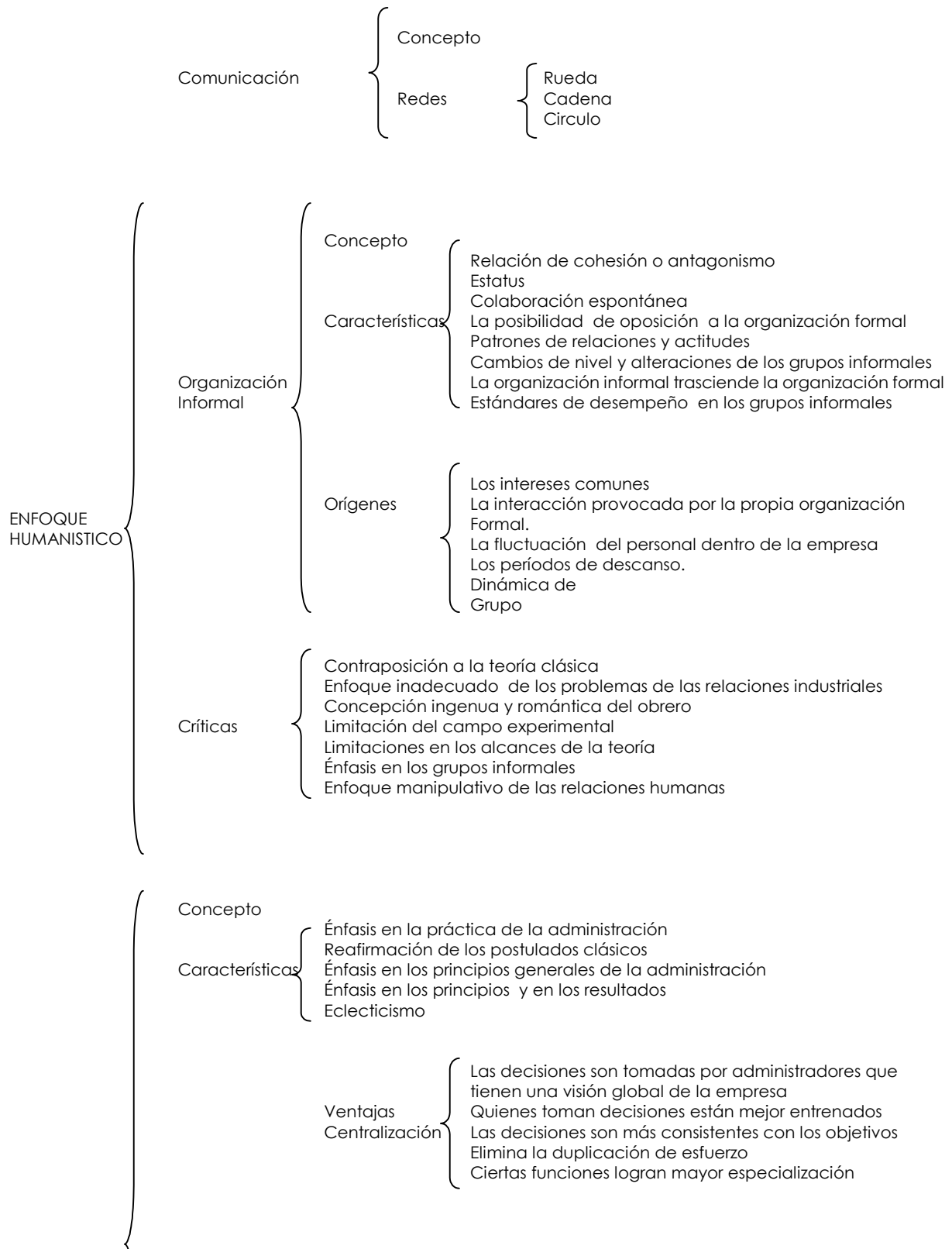
ENFOQUE CLÁSICO
DE TAYLOR

Enfoque incompleto de la organización
Limitación del campo de aplicación
Enfoque prescriptivo y normativo
Enfoque de sistema cerrado

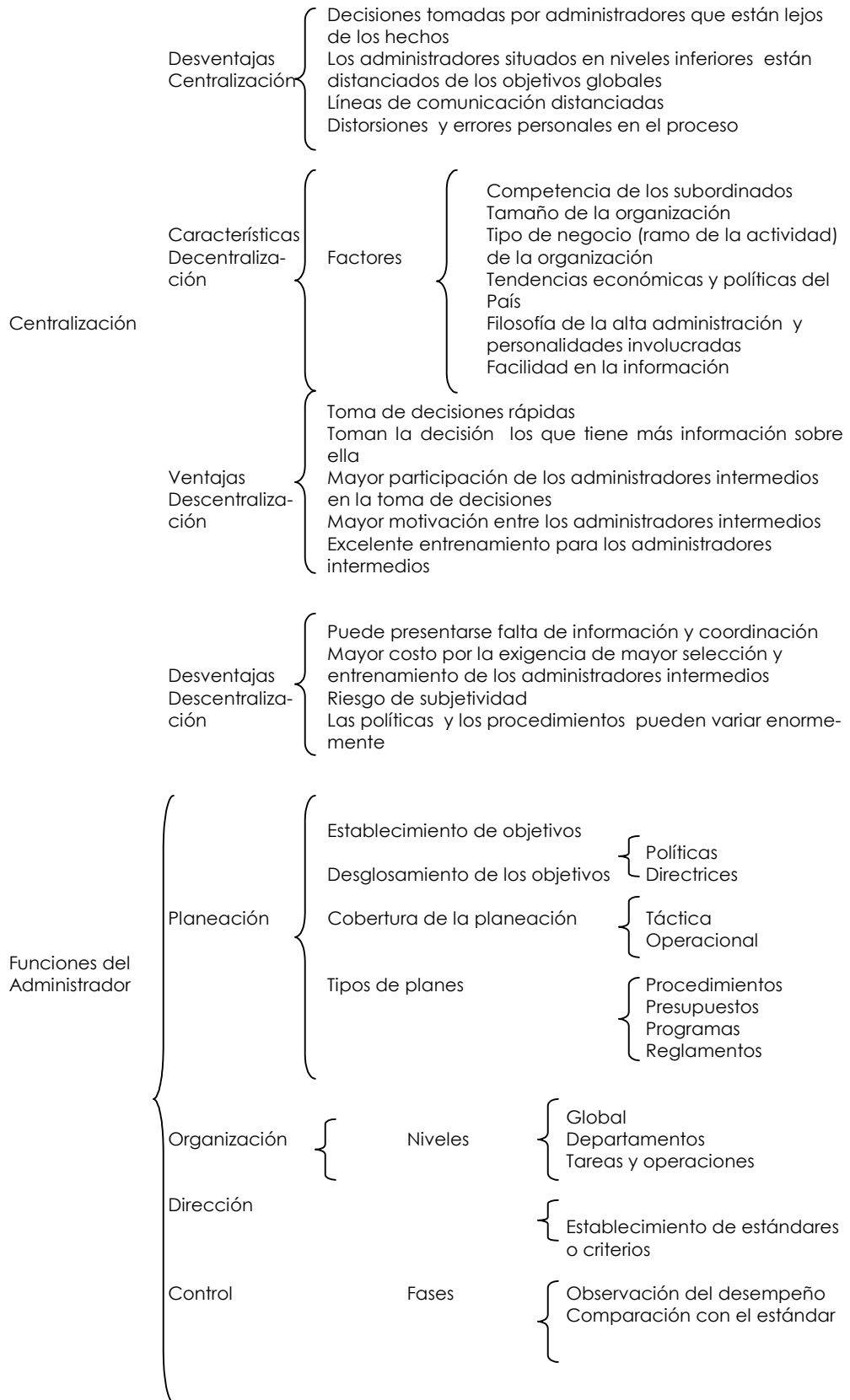


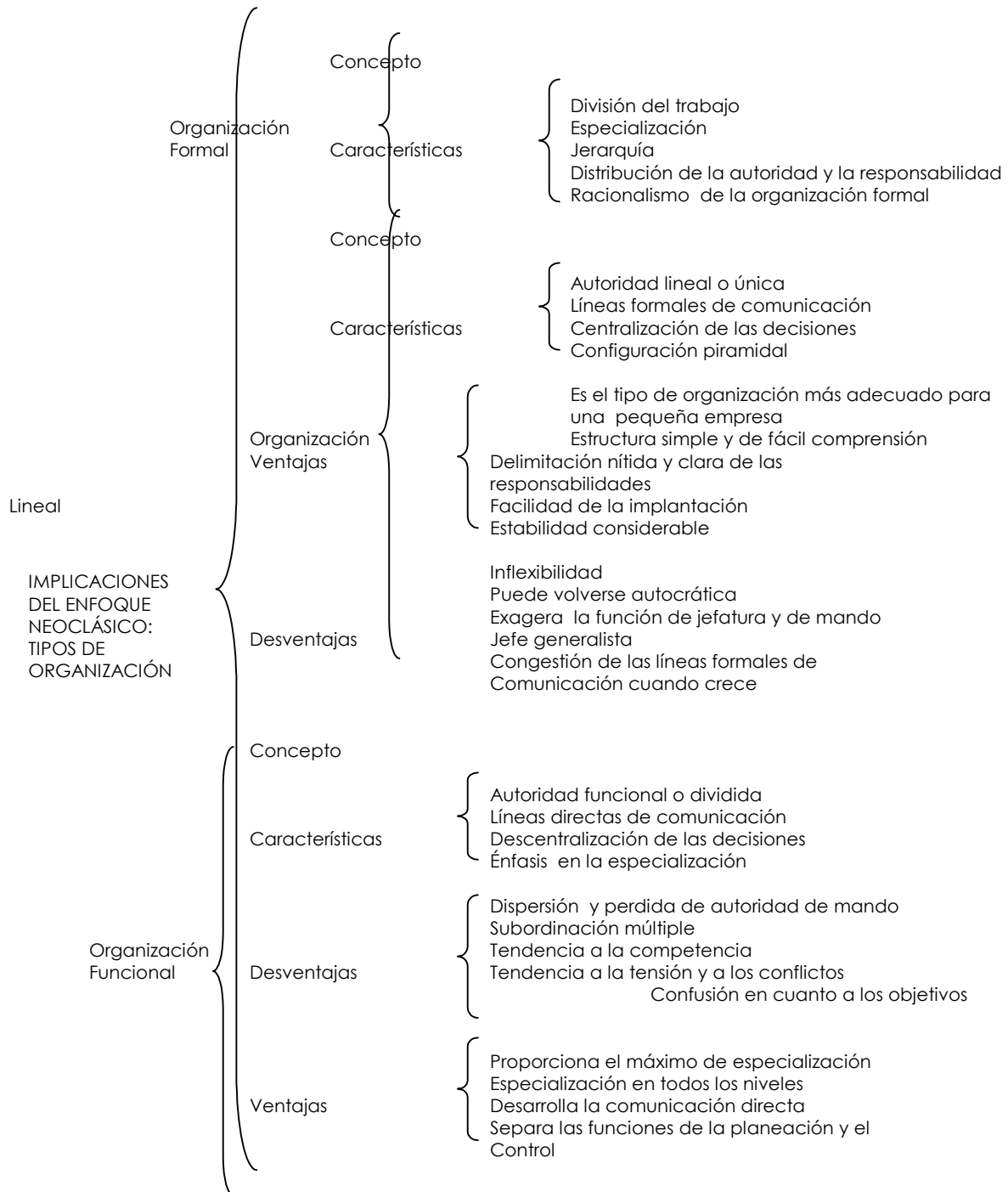


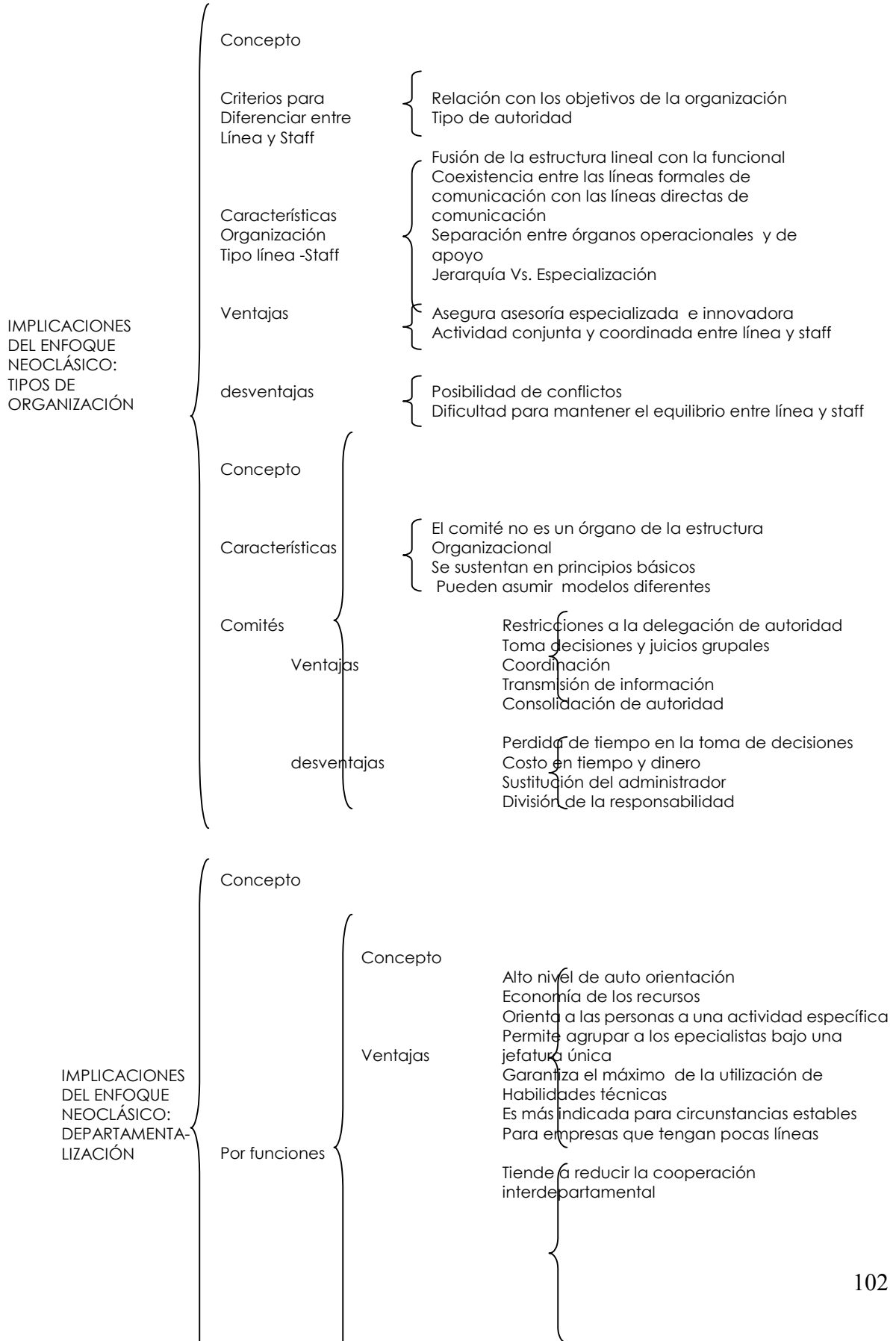




TEORÍA NEOCLÁSICA





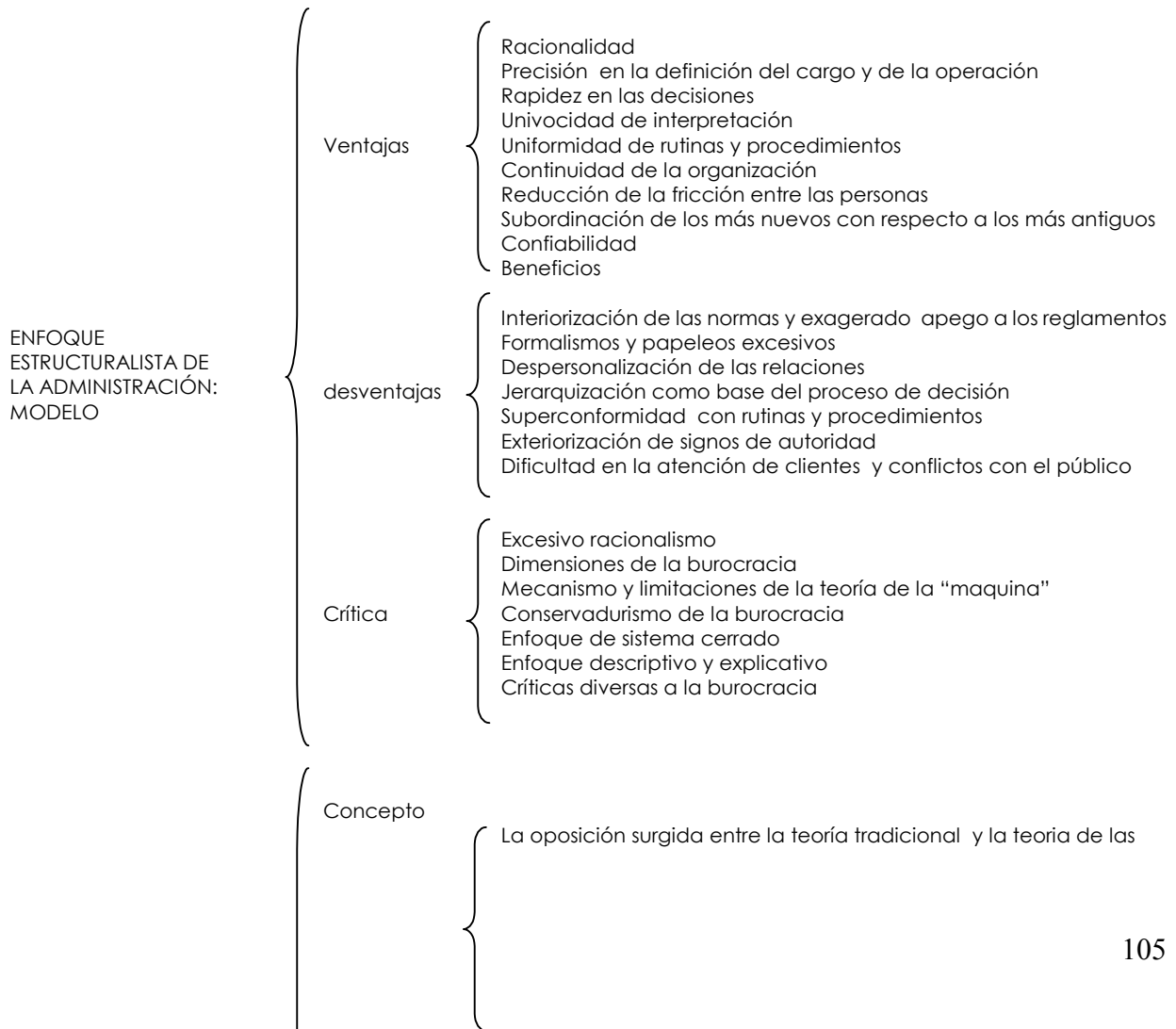
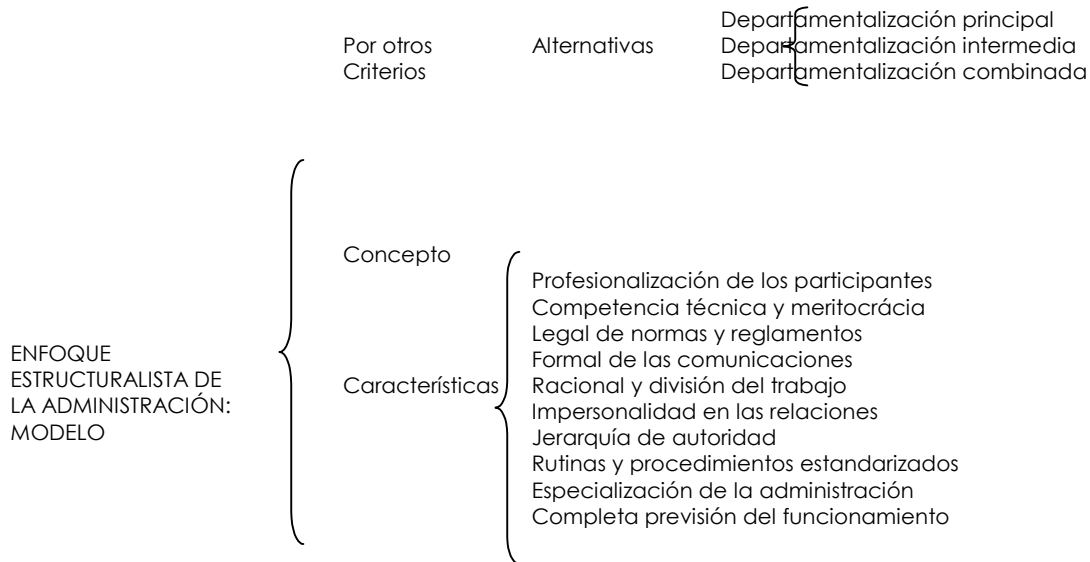


IMPLICACIONES DEL ENFOQUE NEOCLÁSICO: DEPARTAMENTALIZACIÓN

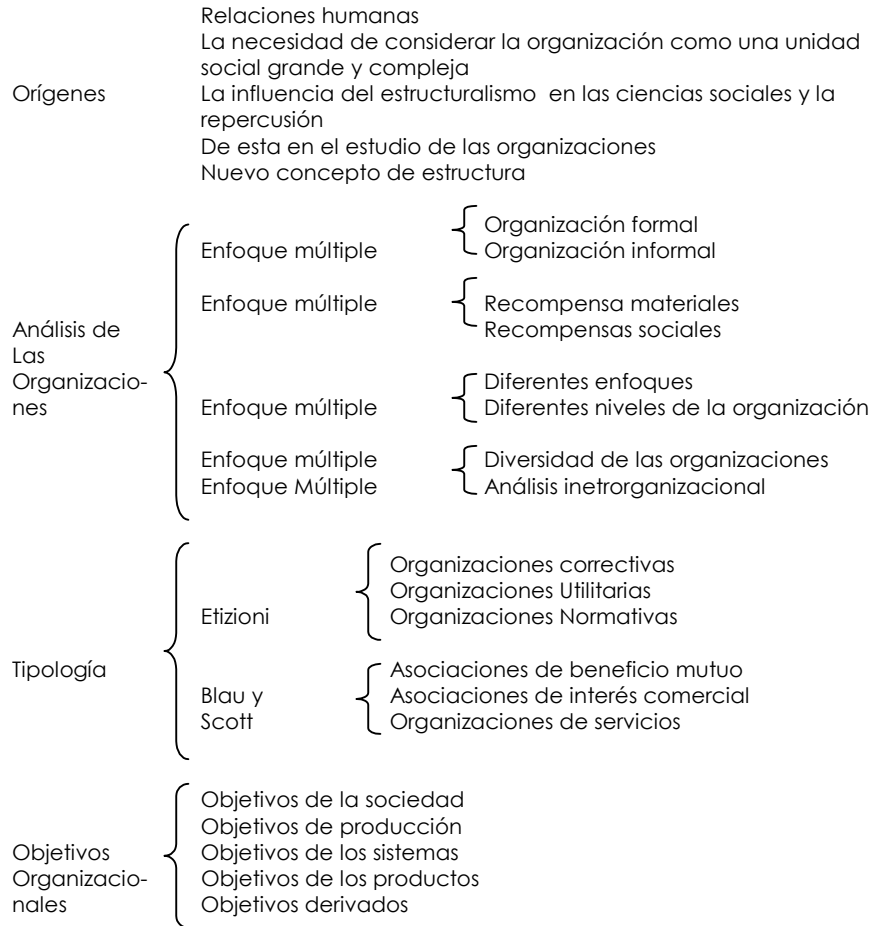
		Desventajas	Inadecuada cuando las circunstancias externas son cambiantes Dificulta la adaptación y flexibilidad hace que las personas concentren su esfuerzo en sus propias especialidades y dinero Sustitución del administrador
}	Por productos O servicios	Concepto	El departamento es evaluado según el resultado Facilita la coordinación interdepartamental Facilita la innovación Indicada para circunstancias externas inestables Permite flexibilidad
		Ventajas	
	Desventajas	Concepto	Subgrupos orientados hacia diferentes productos No se recomienda en circunstancias externas estables Problemas humanos por temores o ansiedades Da prelación a la coordinación , en detrimento de la especialización.
		Ventajas	
	Geográfica O territorial	Concepto	Agrupamiento conforme a la localización Énfasis en la cobertura geográfica Orientación para el mercado Extroversión
		Características	
Ventajas		Mayor adaptación No se recomienda en circunstancias externas estables Problemas humanos por temores o ansiedades Da prelación a la coordinación , en detrimento de a especialización.	
desventajas		Disminuye la coordinación Disminución de la especialización	
	Concepto	Agrupamiento conforme al tipo o volumen de la Clientela o compradores Énfasis en el cliente orientación extrovertida Dirigida hacia el cliente	
	Características		

IMPLICACIONES DEL ENFOQUE NEOCLÁSICO: DEPARTAMENTALIZACIÓN

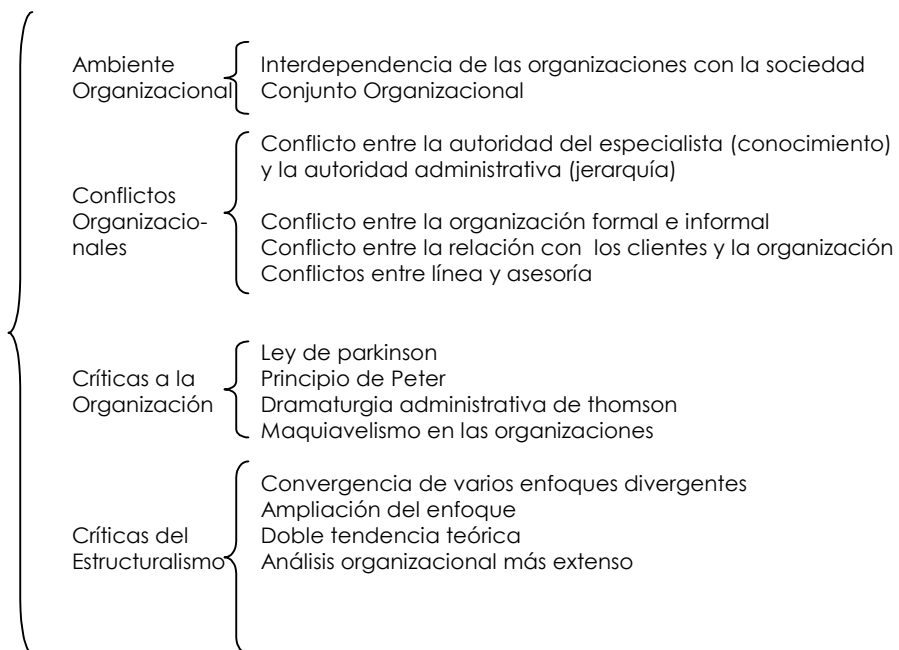
Cientela	Ventajas	<p>Disponibilidad de la organización para satisfacer las demandas de los clientes</p> <p>Ideal cuando el negocio depende del volumen de la clientela</p> <p>Fija las responsabilidades por cliente</p>
	Desventajas	<p>Vuelve secundarias las demás actividades de la organización</p> <p>sacrifica los demás objetivos de la organización de la clientela</p>
Proceso	Concepto	<p>Agrupamiento por fases del proceso, del Producto o de la operación</p> <p>Énfasis en la tecnología utilizada</p> <p>Introversión</p>
	Características	
	Ventajas	<p>Mejor arreglo físico y disposición racional de los recursos</p> <p>utilización económica de la tecnología</p> <p>Ventajas económicas del proceso</p> <p>Ideal cuando el producto y la tecnología son estables</p>
	Desventajas	<p>Agrupamiento contraindicado cuando la tecnología sufre cambios y existe desarrollo tecnológico</p> <p>Falta de flexibilidad y adaptación a los cambios</p>
Proyectos	Concepto	<p>Agrupamiento en función a los resultados</p> <p>Requiere estructura organizacional flexible</p> <p>Precisa alto grado de coordinación</p>
	Características	
	Ventajas	<p>Ideal cuando la concentración de recursos es grande y proviso</p> <p>Orientada hacia resultados concretos</p> <p>Alta concentración de recursos e inversiones</p> <p>Adaptación al desarrollo técnico</p> <p>Ideal para productos altamente complejos</p>
	Desventajas	<p>Concentra personas y recursos en cada proyecto provisionalmente</p> <p>cuando termina un proyecto hay incertidumbre en cuanto a otros.</p> <p>Discontinuidad y parálisis, imprevisión</p>
	Concepto	



ENFOQUE
ESTRUCTURALISTA DE
LA ADMINISTRACIÓN:
TEORÍA

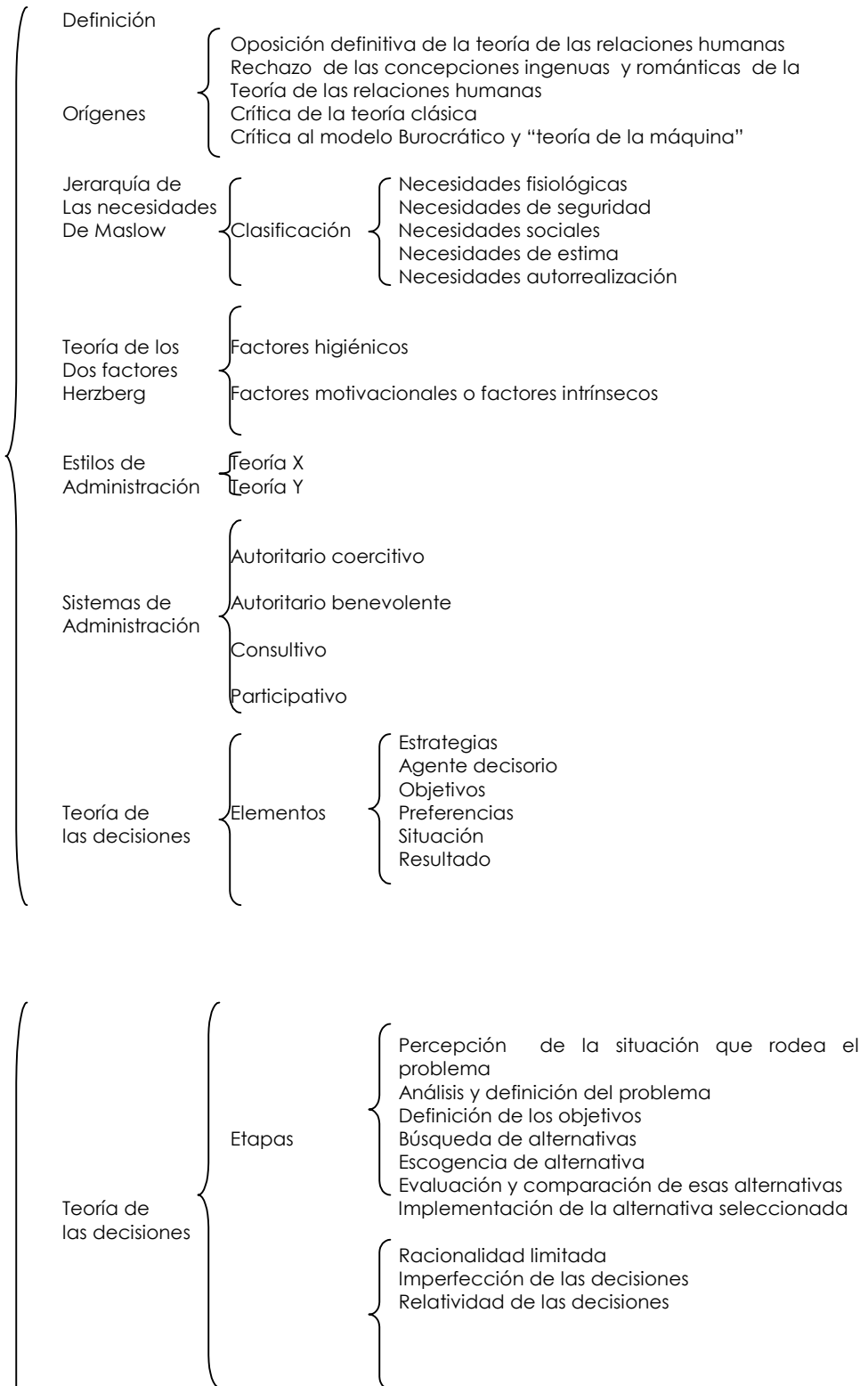


ENFOQUE
ESTRUCTURALISTA DE
LA ADMINISTRACIÓN:
TEORÍA



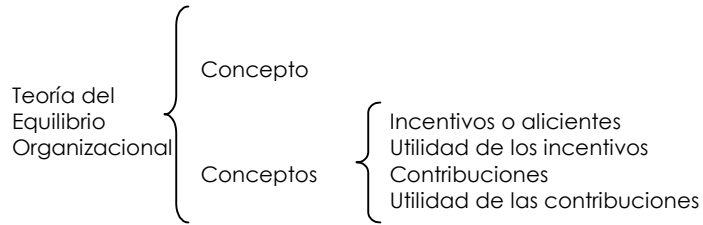
ENFOQUE DEL
COMPORTAMIENTO
EN LA
ADMINISTRACIÓN:
TEORÍA

Inadecuación de las topologías organizacionales
Teoría de la crisis
Teoría de transición y de cambio

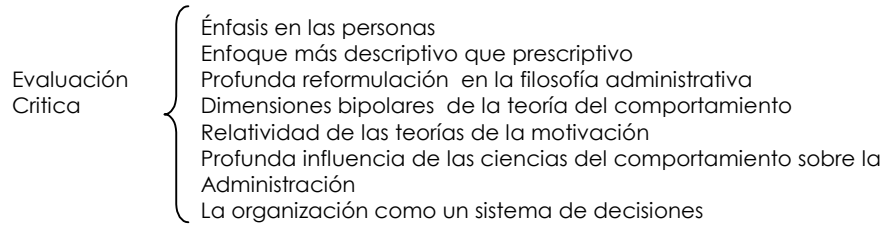


ENFOQUE DEL
COMPORTAMIENTO
EN LA
ADMINISTRACIÓN:
TEORÍA

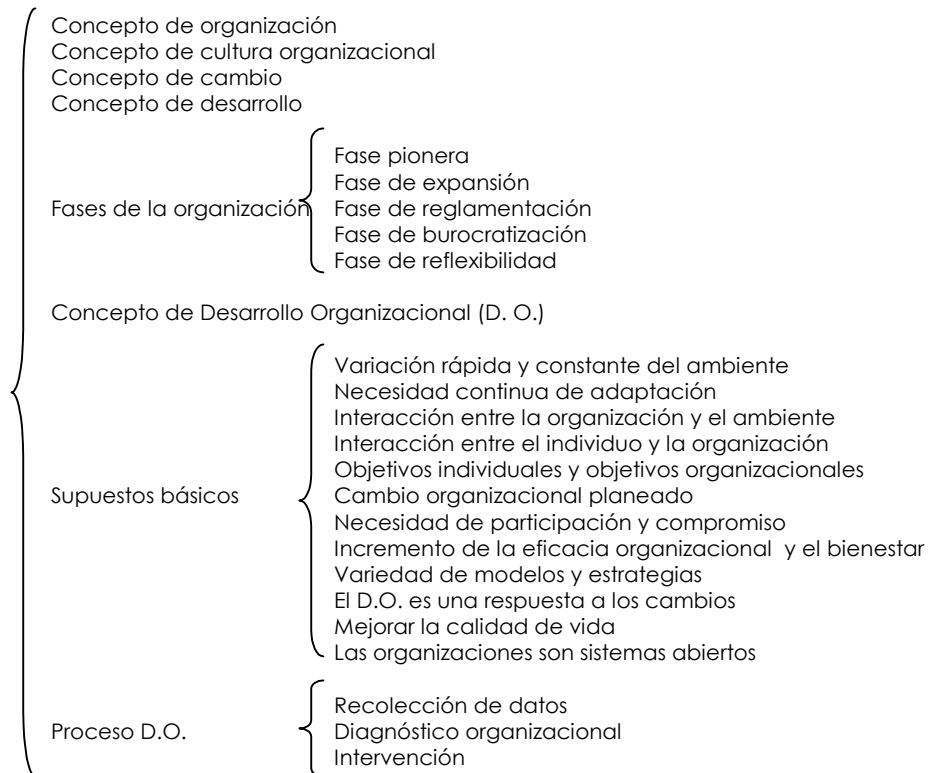
Implicaciones Jerarquización de las decisiones
Racionalidad administrativa
Influencia organizacional

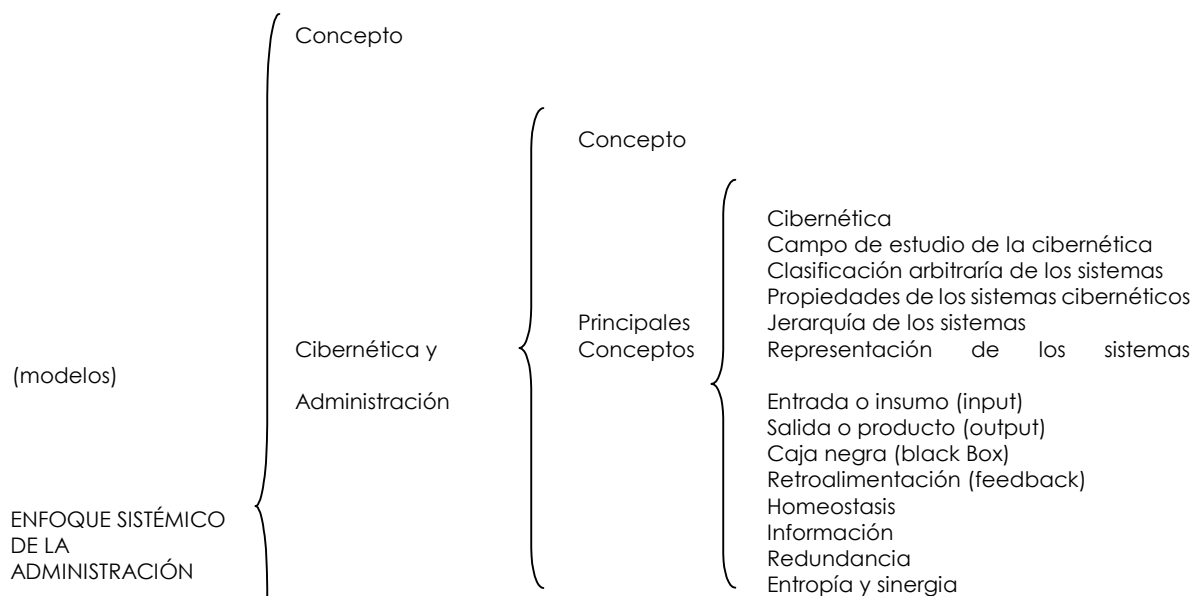
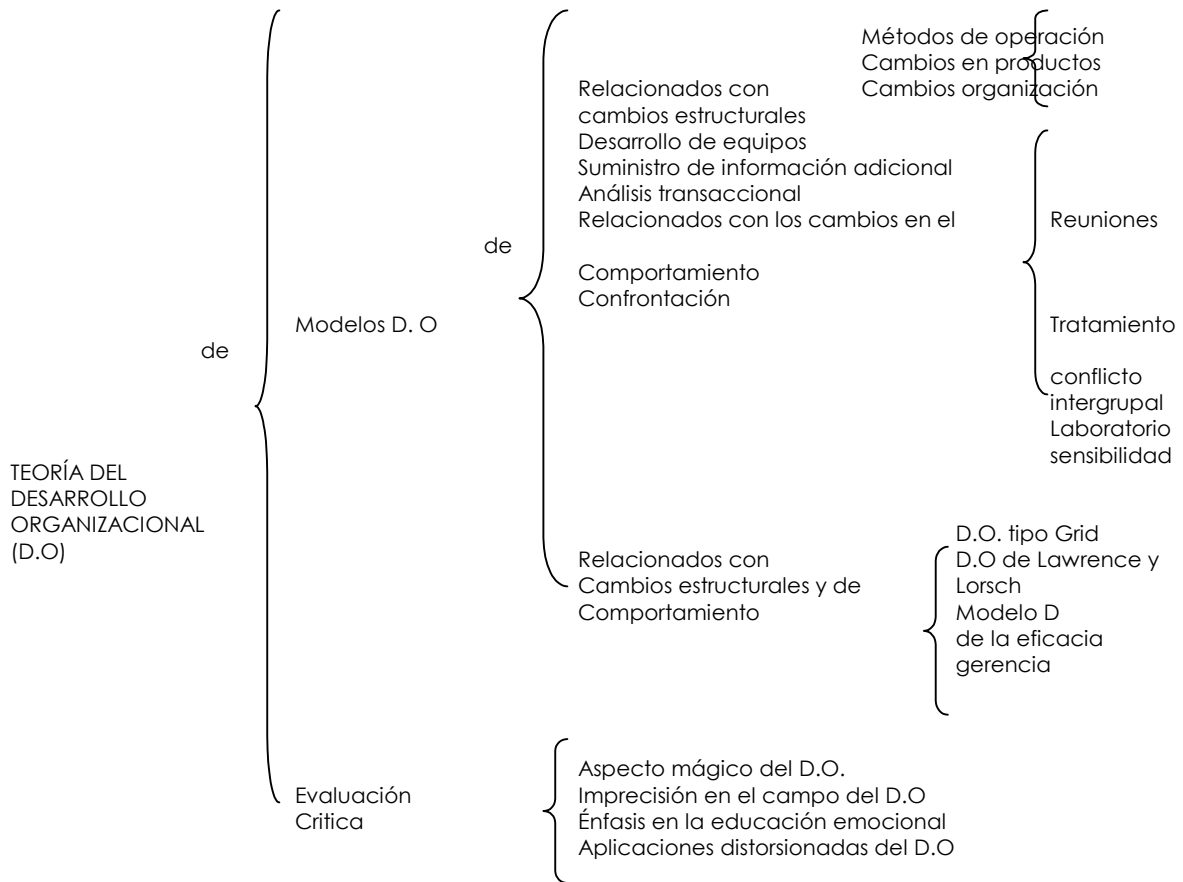


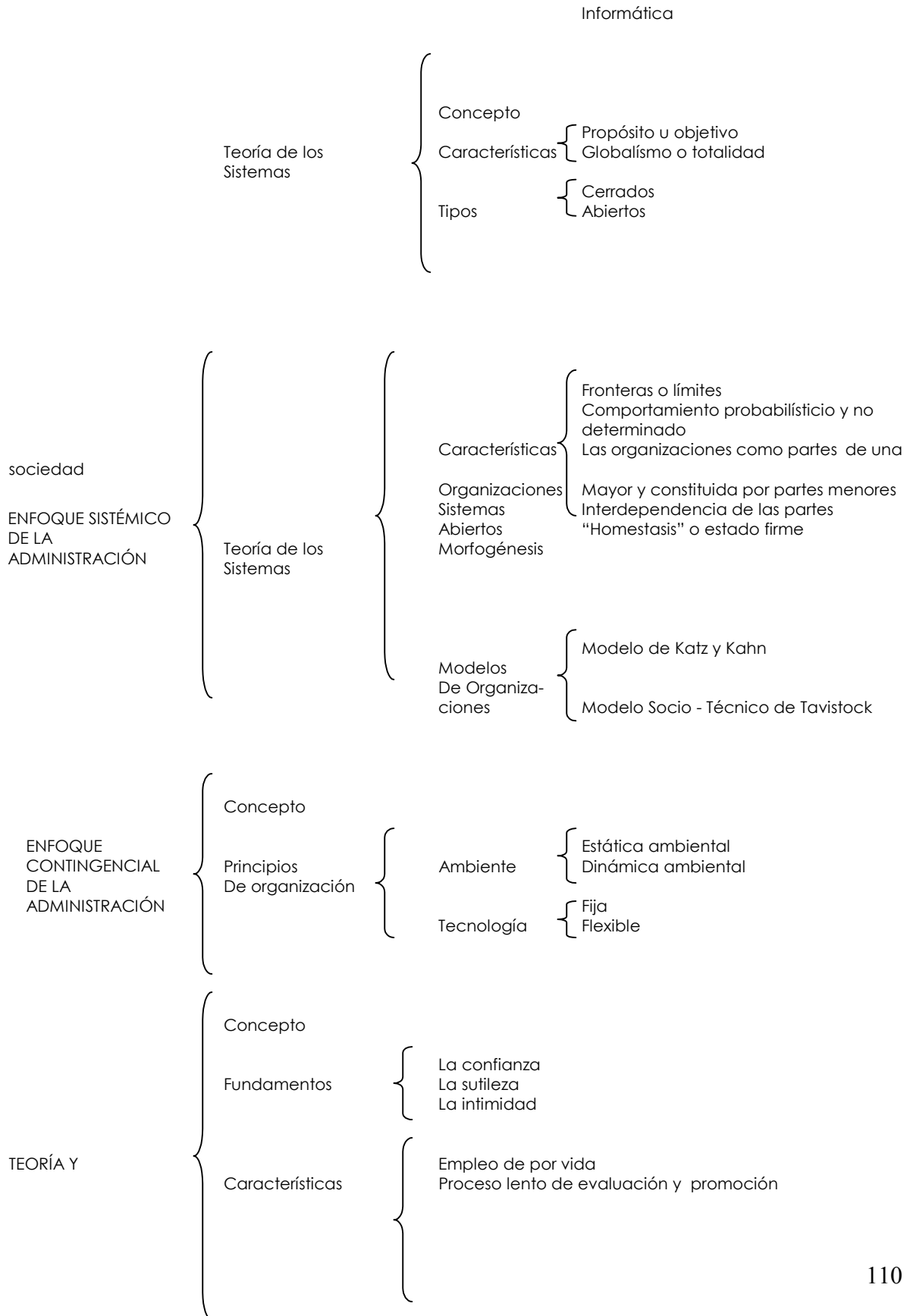
Teoría de la aceptación de la autoridad



TEORÍA DEL
DESARROLLO
ORGANIZACIONAL
(D.O)

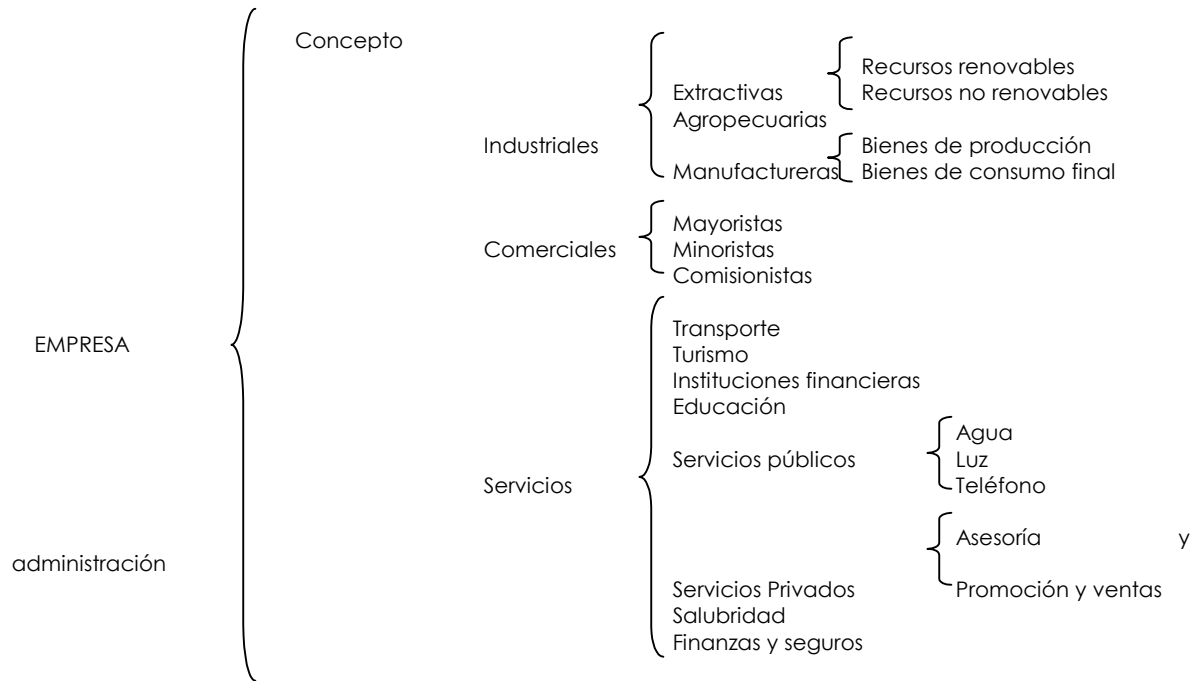




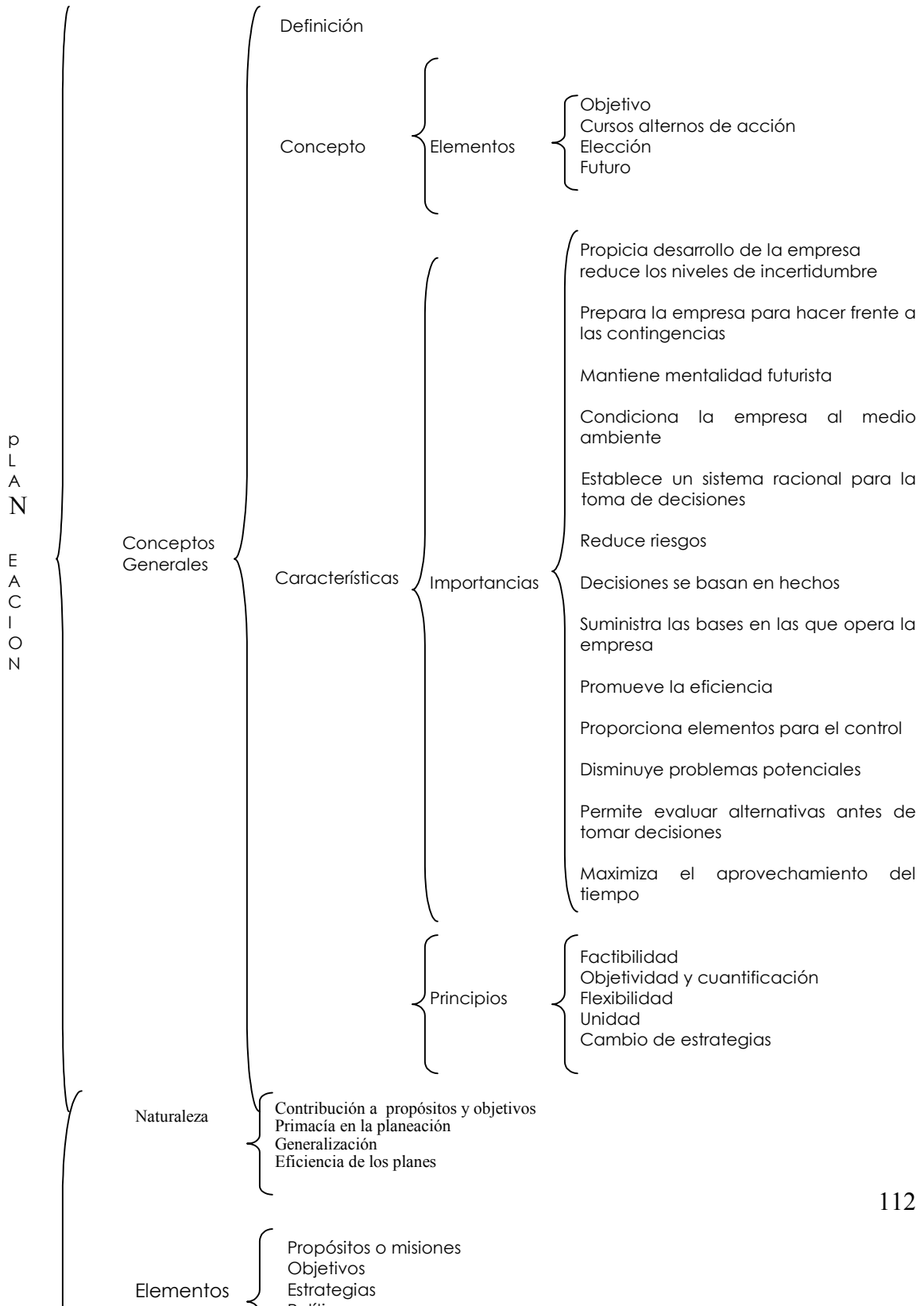


Organizacionales

Carreras no especializadas
Mecanismos implícitos de control
Proceso colectivo de toma de decisiones
Responsabilidad colectiva
Interés Holista



PROCESOS ADMINISTRATIVOS



P
L
A
N
E
A

C
I
O
N

		Corto Plazo Mediano Plazo Largo Plazo	
	Carácter específico	Específico Direccional	
	Información Competitiva	Cualitativa	
	Proyecciones	Cuantitativa	
		Puntos de referencia	
		Importancia	Nivel Jerárquicos Estratégicos Tácticos Operativos
	Presupuestos	Clasificación	Según Cálculo Fijos Flexibles Programas
			Según Objetivos Operación Capital

P
L
A
N
E
A
C
I
O
N

Instrumentos
Y técnicas

Programación

Gráfica Gantt

Gráfica de
Carga de
trabajo

**Revisión
Evaluación
del
Programa**

Identificación de actividades importantes.
Averiguar el orden de terminación de los eventos
Hacer el diagrama de flujo de cada actividad
Calcular un estimado de tiempo por cada actividad

Punto de equilibrio

Programación lineal

Teoría de Colas

Pasos

Conciencia de las oportunidades
Establecimiento de objetivos
Desarrollo de premisas
Determinación de cursos de acción
Evaluación de cursos de acción alternativos
Selección de un solo curso de acción
Formulación de planes derivados
Expresión numérica del plan

Administración
por Objetivos

Elementos

Característica específica de la meta
Toma de decisiones participativa
Informe comparativo razonado del desempeño

Ventajas

Permite al individuo saber que se espera de él
Mejor administración
Organización clarificada
Compromiso del personal
Desarrollo de controles eficientes

Desventajas

Incapacidad para enseñar la filosofía
Incapacidad para orientar a los encargados de establecer objetivos
Dificultad para establecer metas
Las metas tienden a ser a corto plazo
Peligro de inflexibilidad

Planeación
Estratégica

Proceso

Identificar

Misión
Objetivos
Estrategias

Analizar el ambiente

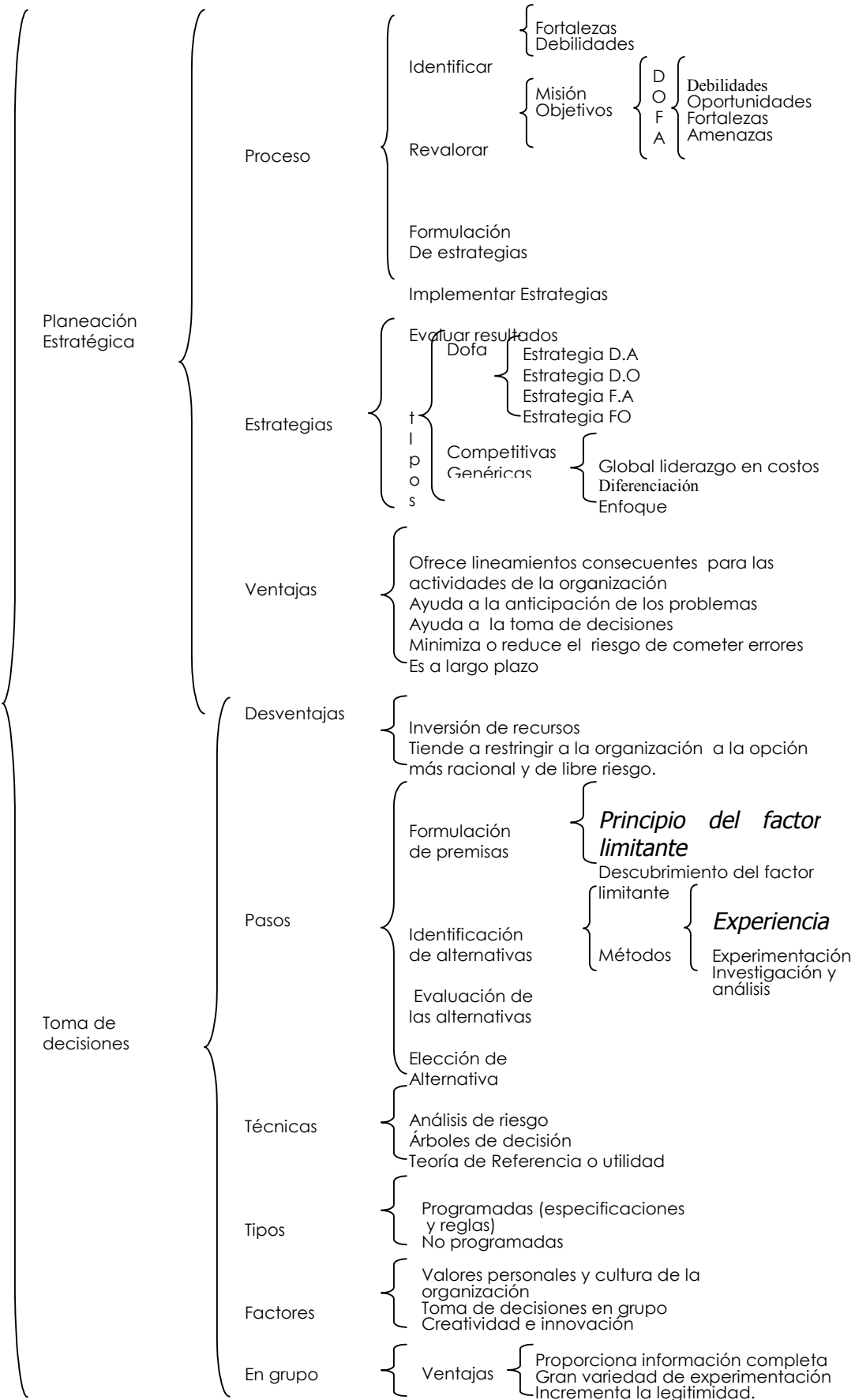
Identificación de la competencia distintiva

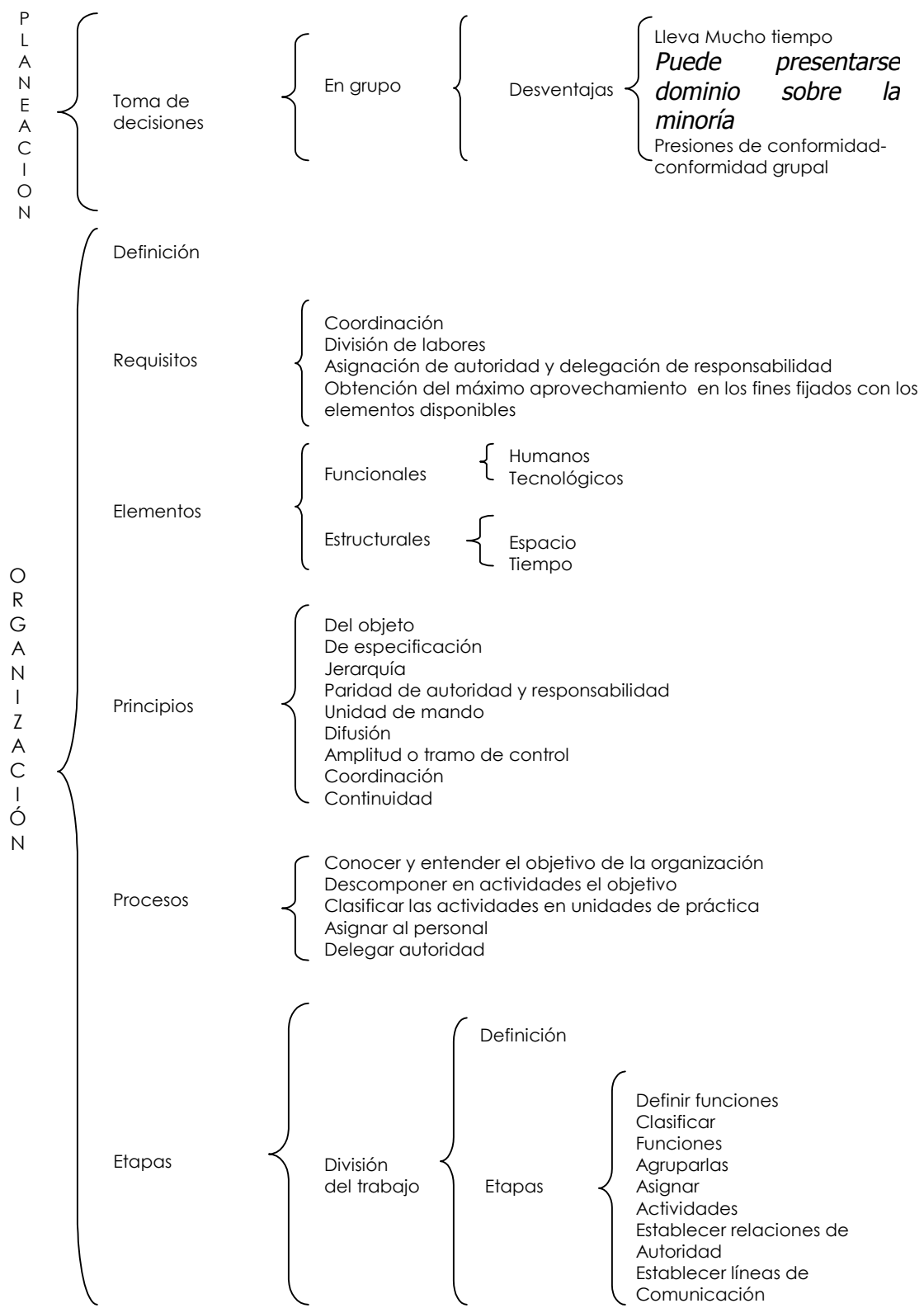
Identificar

Oportunidades
Amenazas

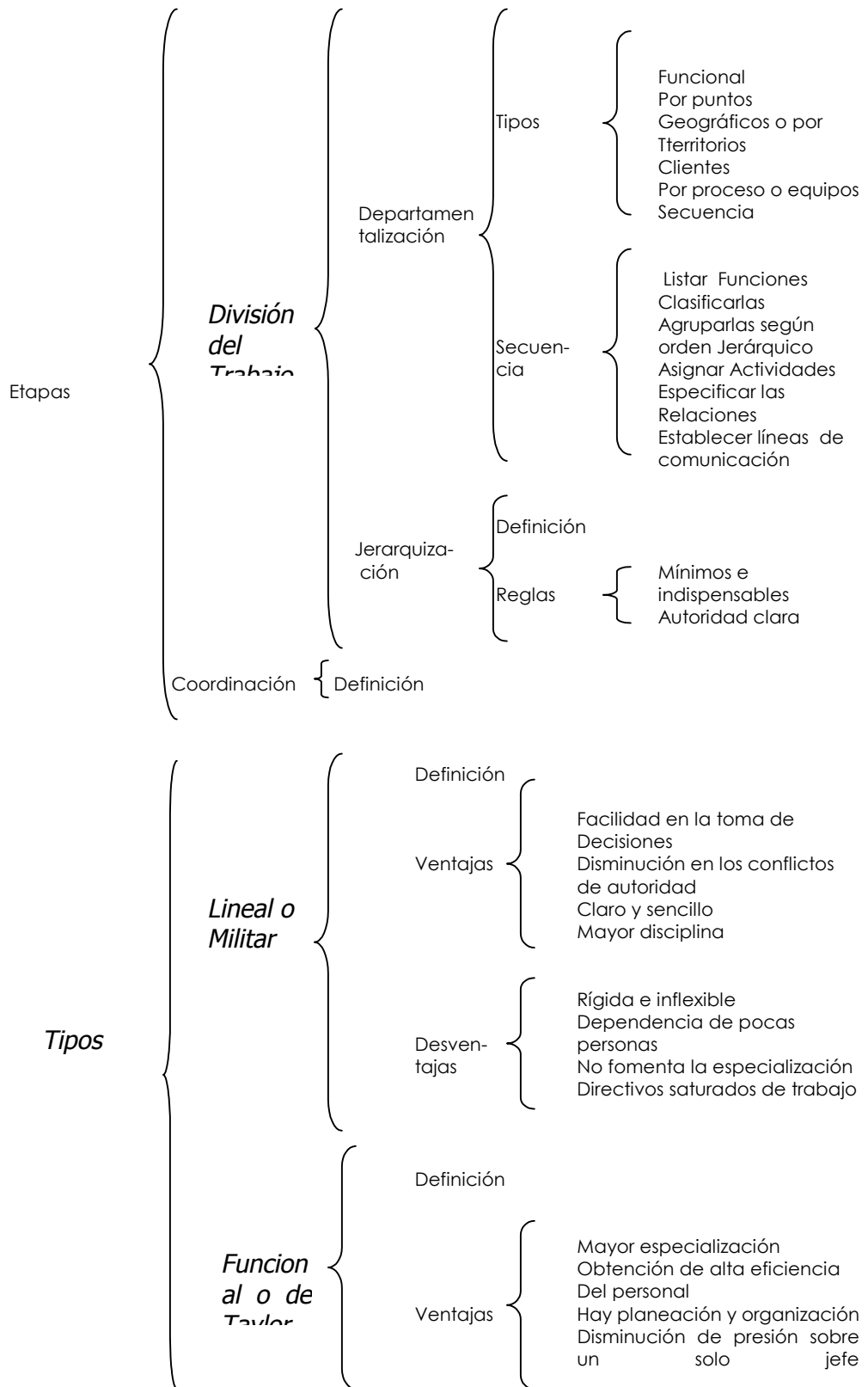
Analizar los recursos de la organización

C
PLANEACIÓN





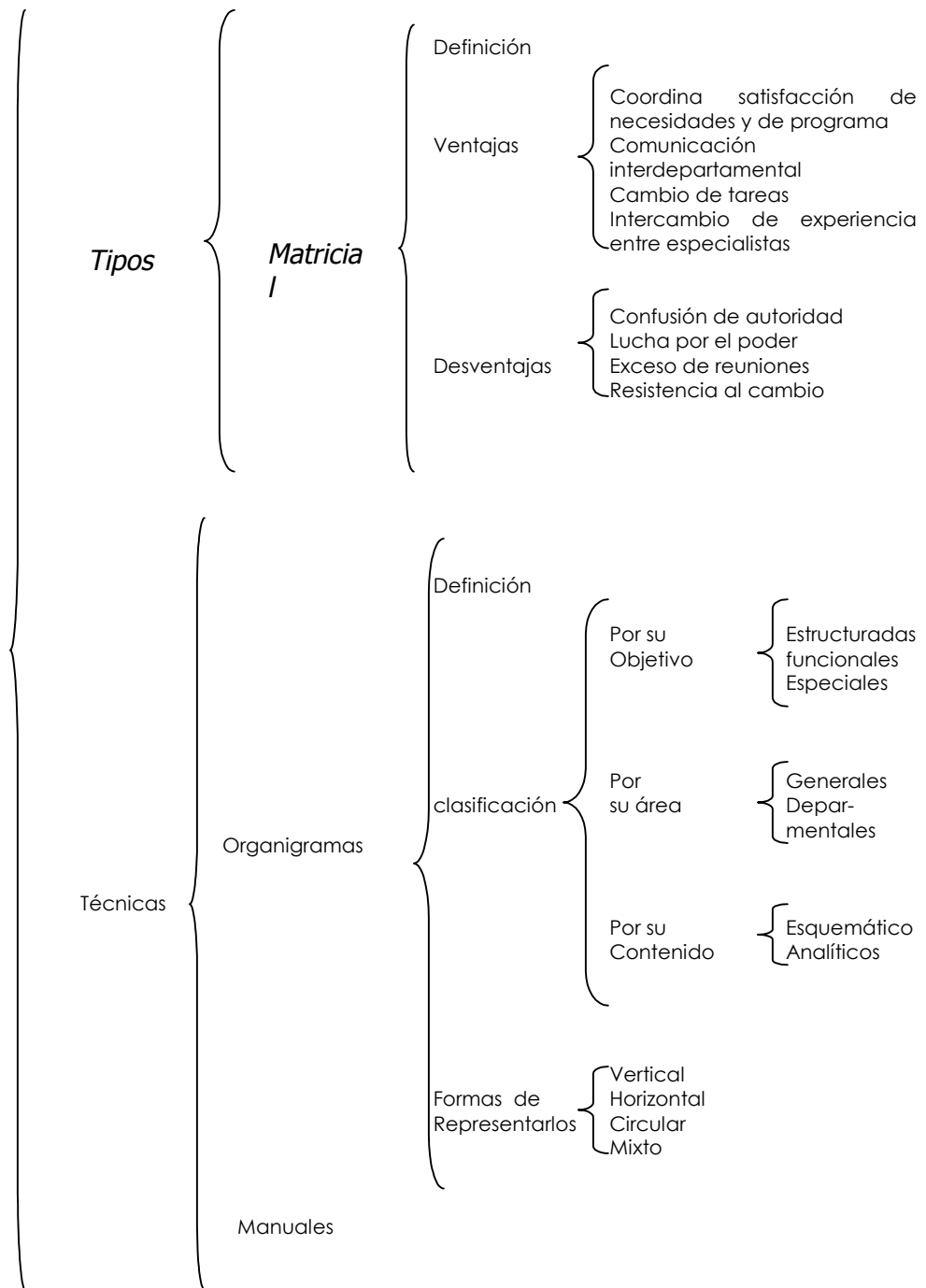
ORGANIZACIÓN



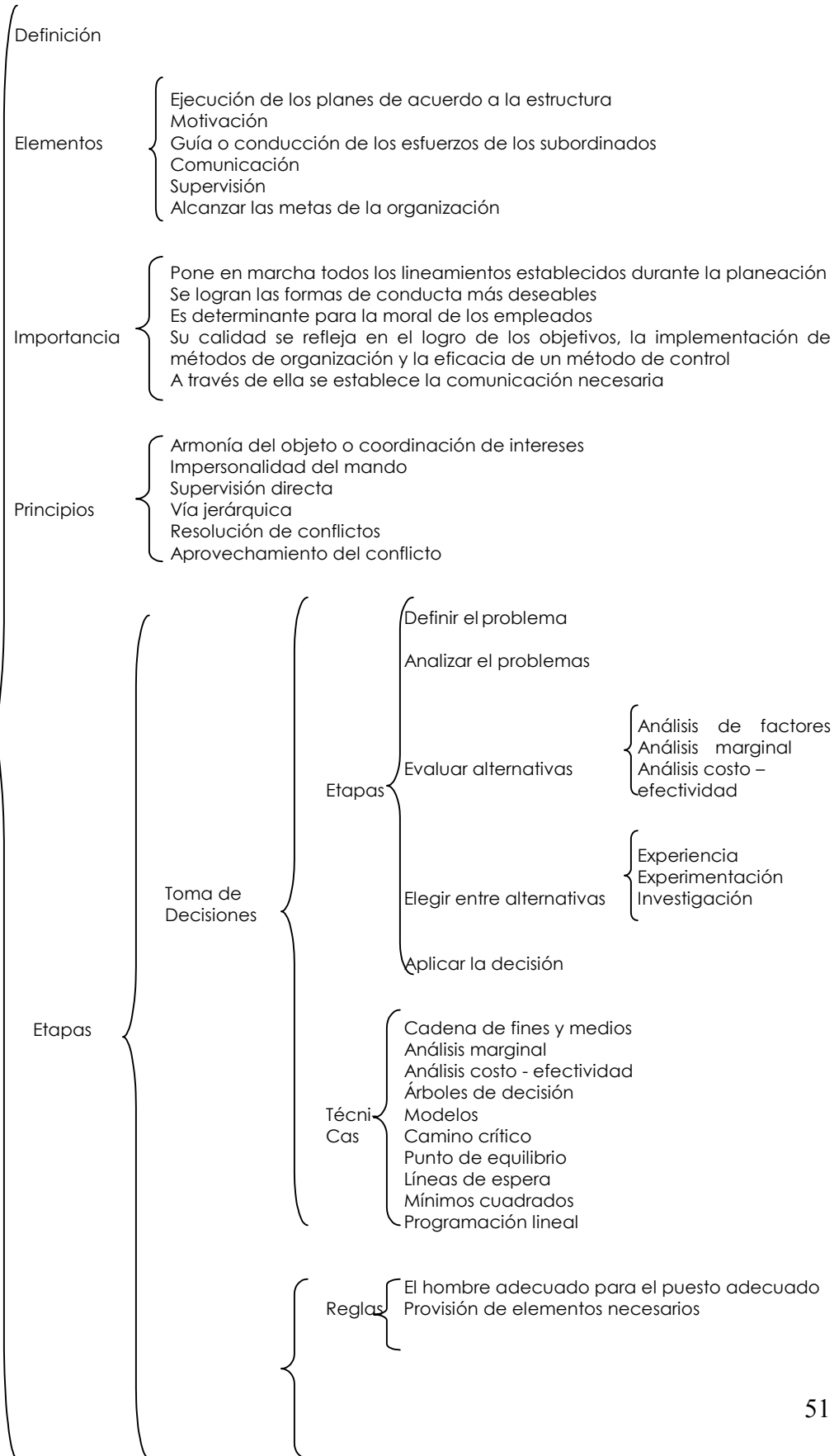
ORGANIZACIÓN

Tipos

<i>Funcion al o de Taylor</i>	Desventajas	<ul style="list-style-type: none"> — Dificultad de localizar y fijar la Responsabilidad — Contradicción de ordenes — Se viola el principio de unidad de mando — Rozamientos entre jefes por la no clara definición del mando
<i>Lineo - funcion al</i>	Definición	
	Características	<ul style="list-style-type: none"> — De la lineal: Conserva la autoridad y responsabilidad (dada por cadena de mando). — De la funcional: Especialización de cada actividad en una función.
<i>Staff</i>	Definición	
	Ventajas	<ul style="list-style-type: none"> — Expertos influyen en la resolución de problemas — Principio de responsabilidad y autoridad indivisible
	Desventajas	<ul style="list-style-type: none"> — Si no es bien diseñado, puede producir confusión. — Puede ser ineficaz por falta de autoridad — Puede producir rozamientos
Por comités	Definición	
	Clasificación	<ul style="list-style-type: none"> — Directivo — Ejecutivo — De vigilancia — Consultivo
	Ventajas	<ul style="list-style-type: none"> — Soluciones objetivas — Responsabilidad compartida — Aceptación de ideas — Aprovechamiento de los conocimientos
	Desventajas	<ul style="list-style-type: none"> — Decisiones lentas — Dificultad de disolver comités — Delegación de responsabilidades a comité

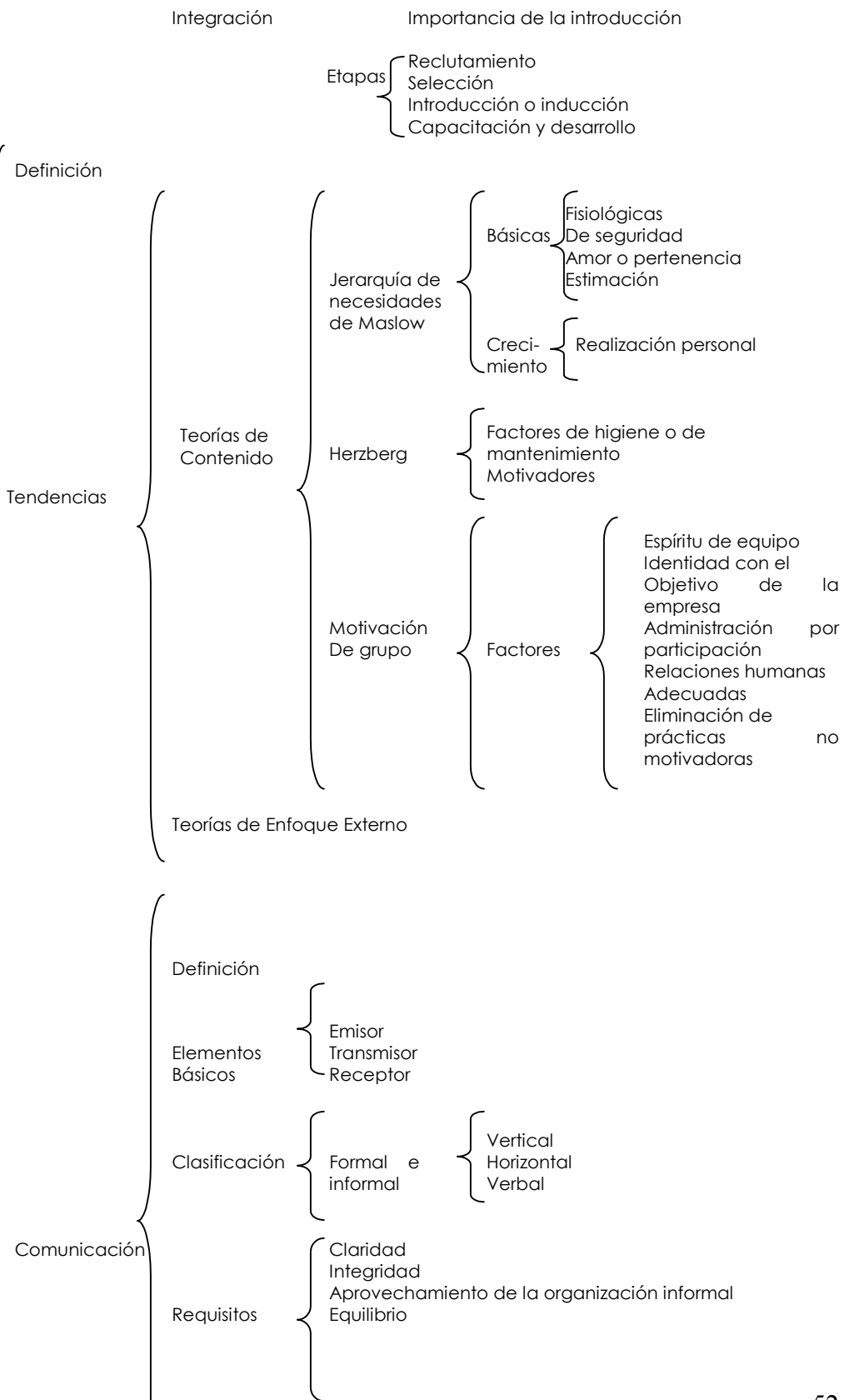


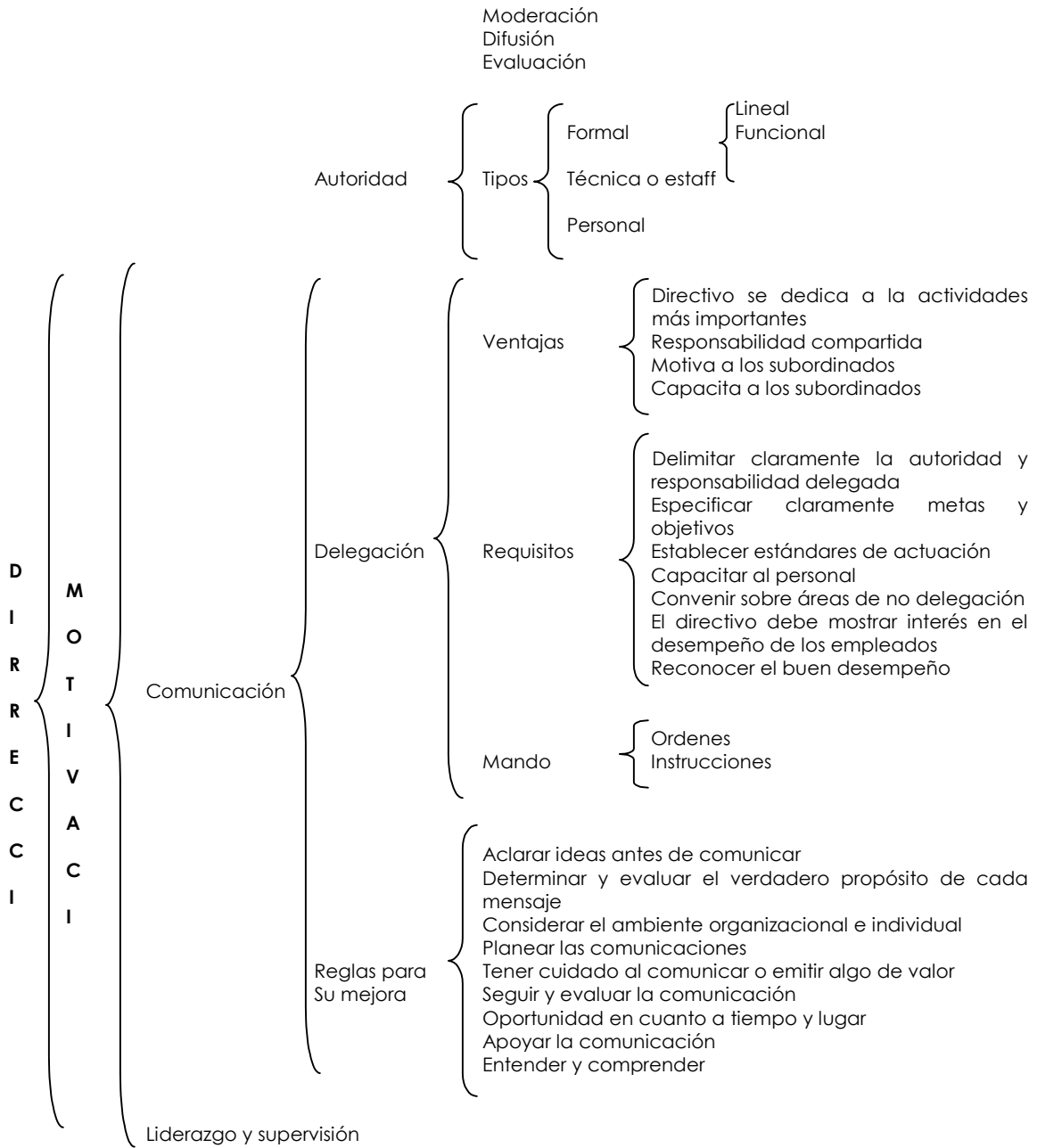
DIRECCION

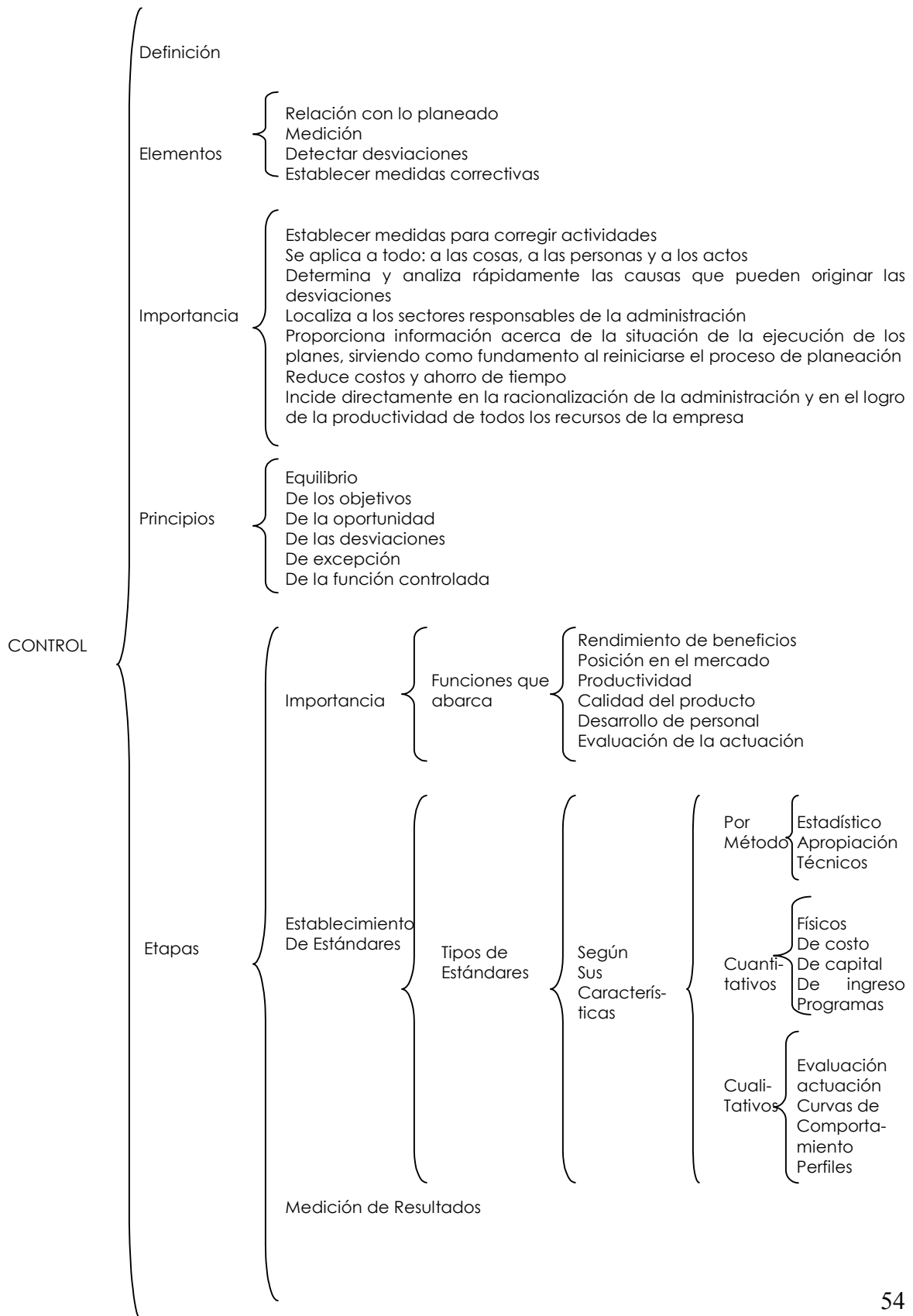


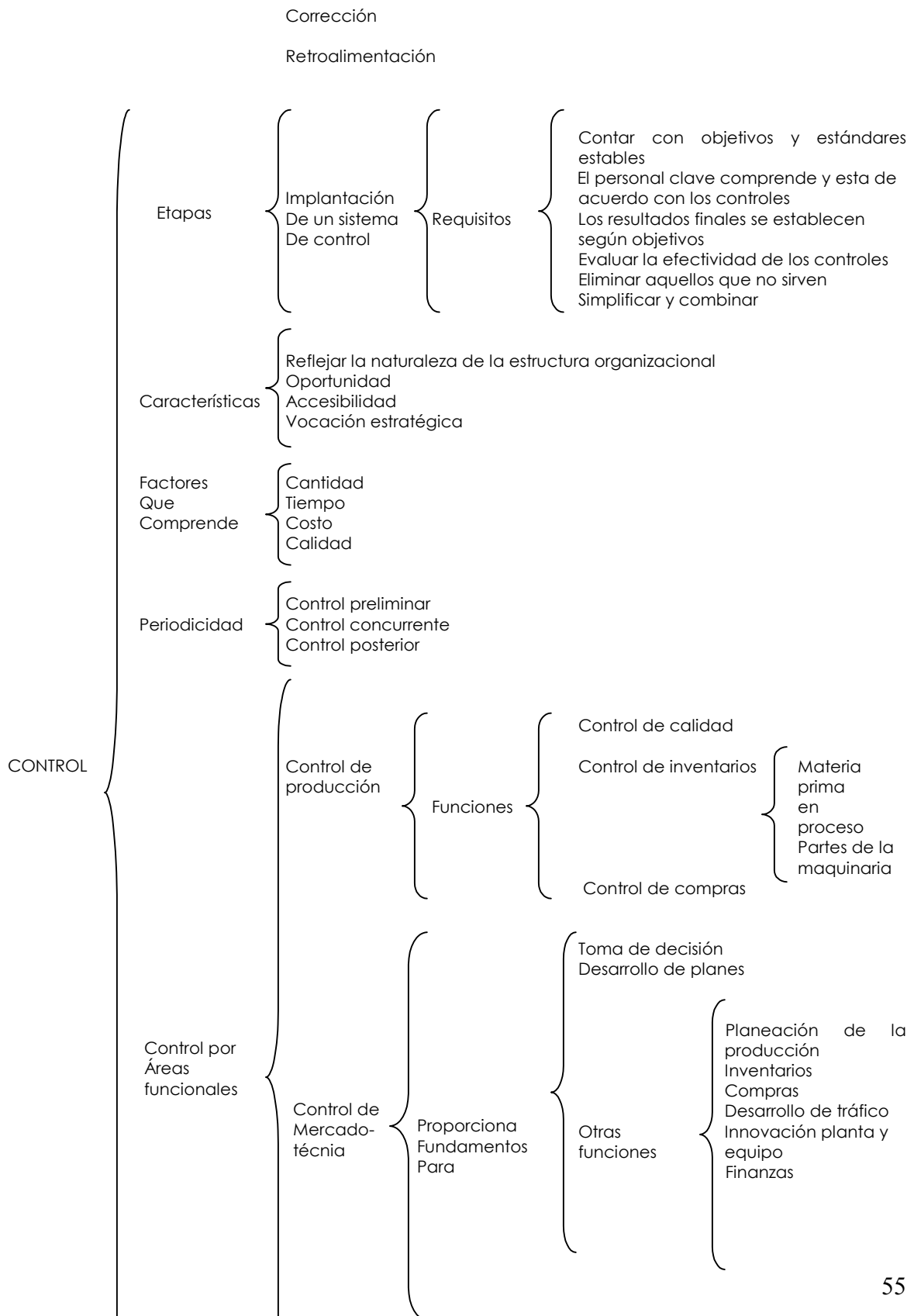
D
I
R
E
C
C
I
O
N

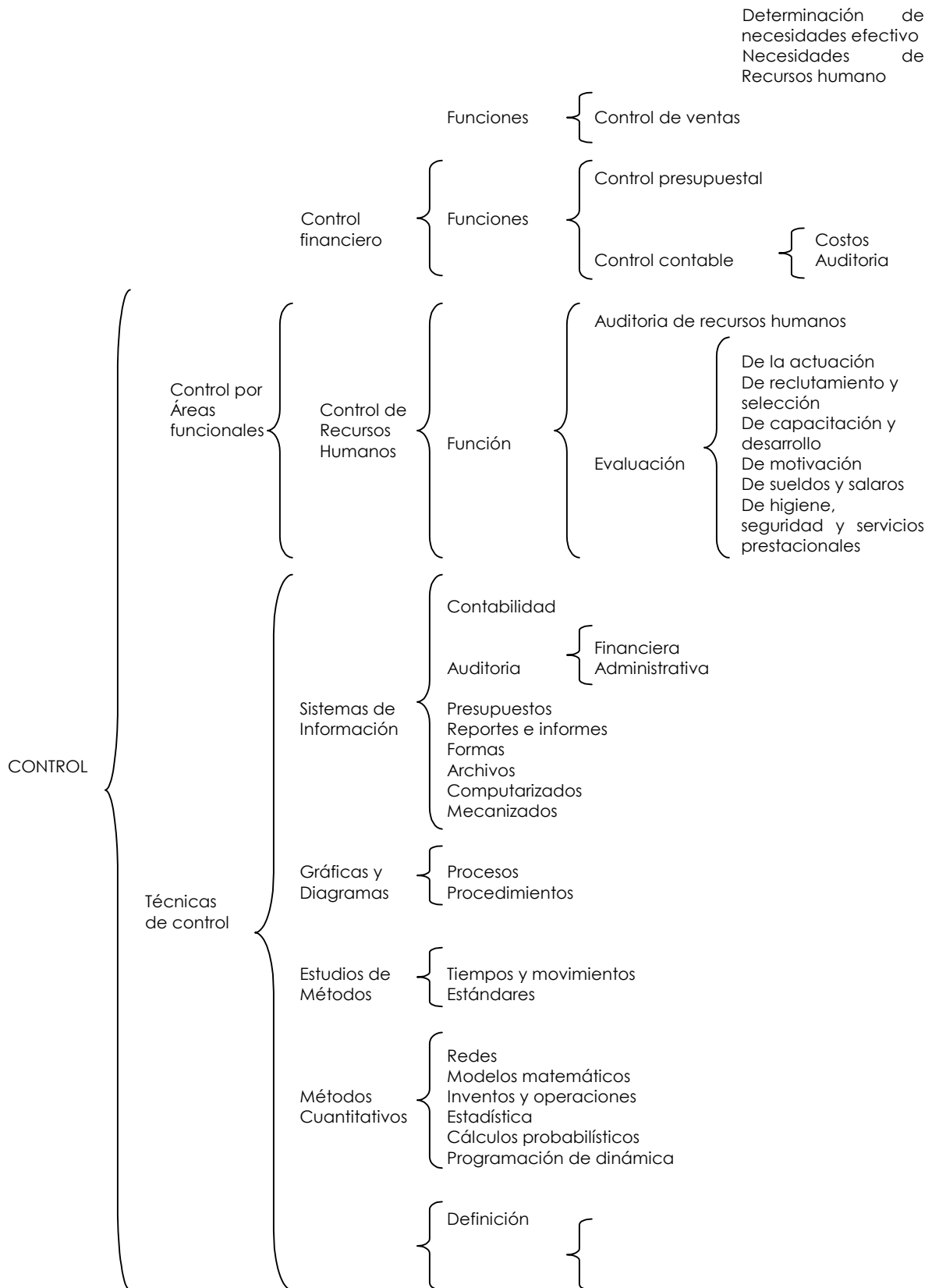
M
O
T
I
V
A
C
I





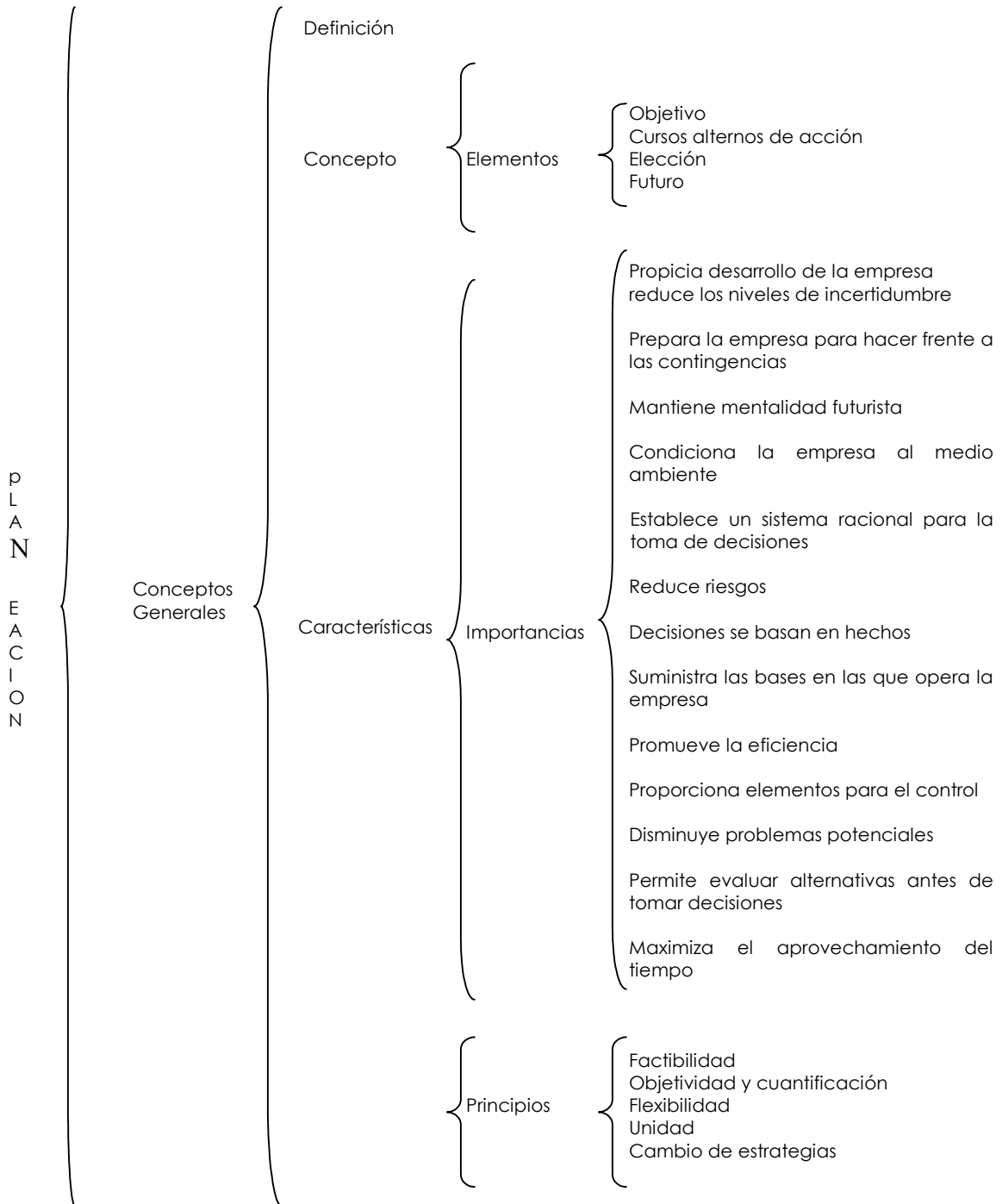






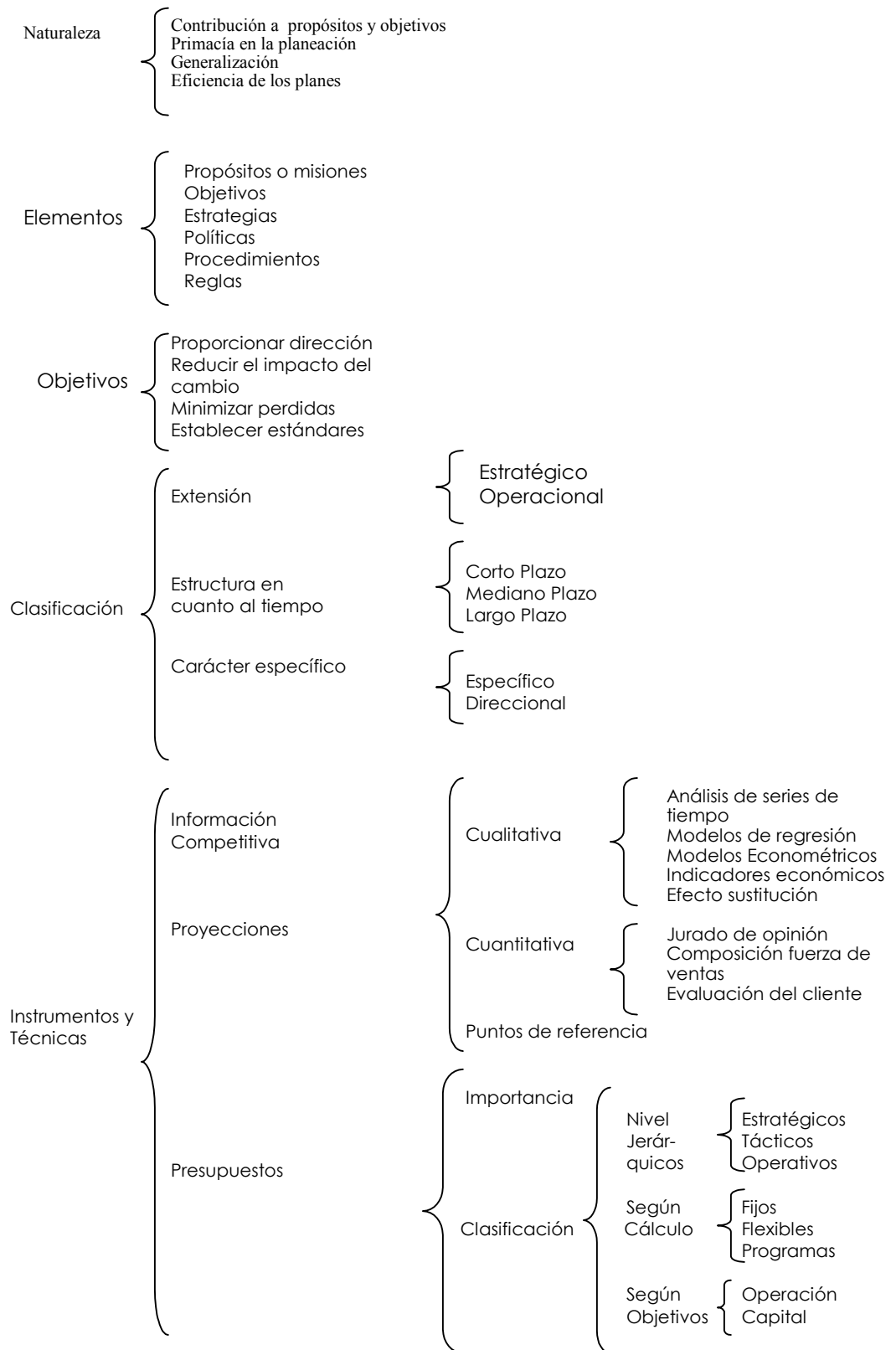
Control Interno Herramientas Programas
Graficas
Diagramas

PROCESOS ADMINISTRATIVOS

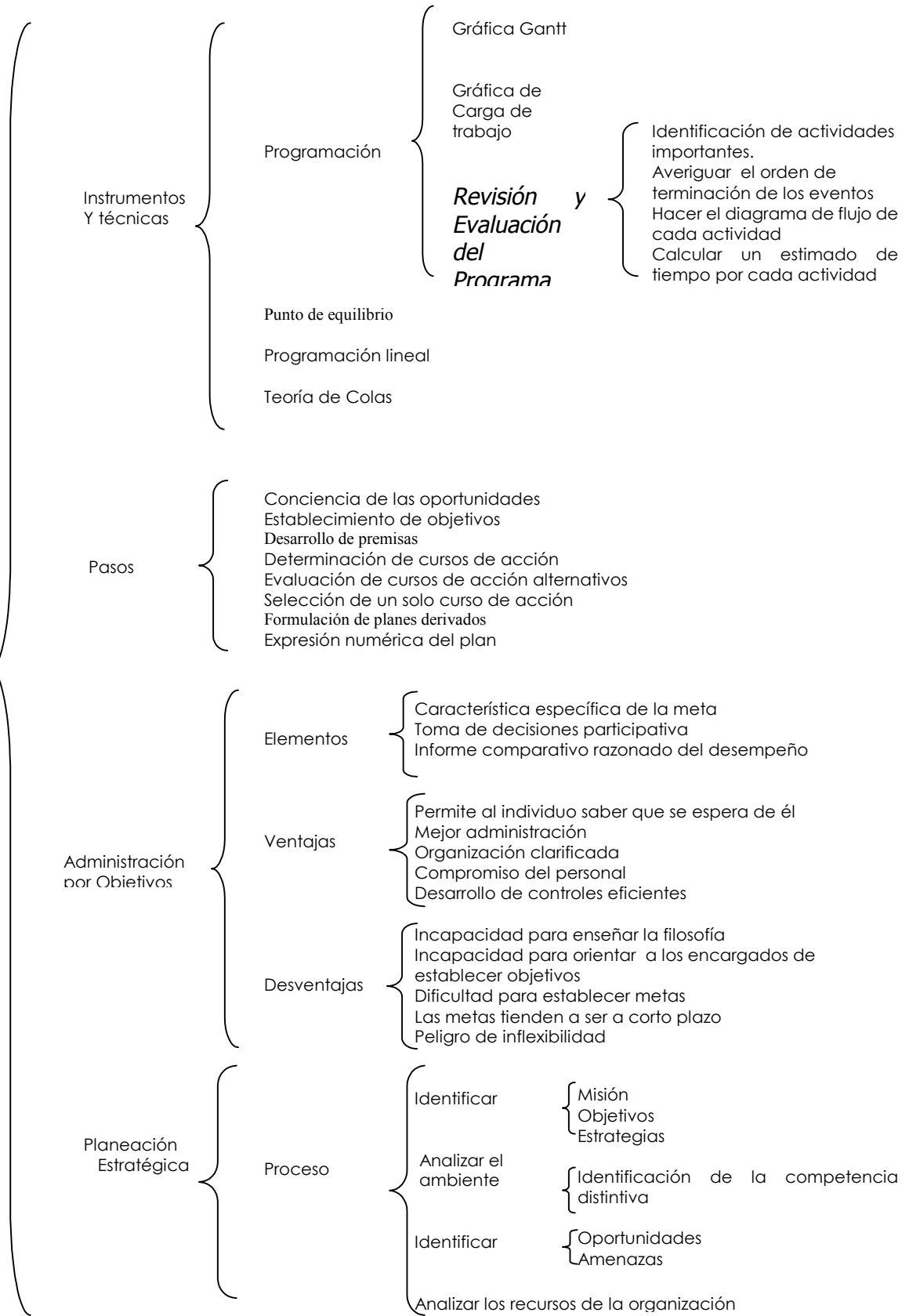


P
L
A
N
E
A

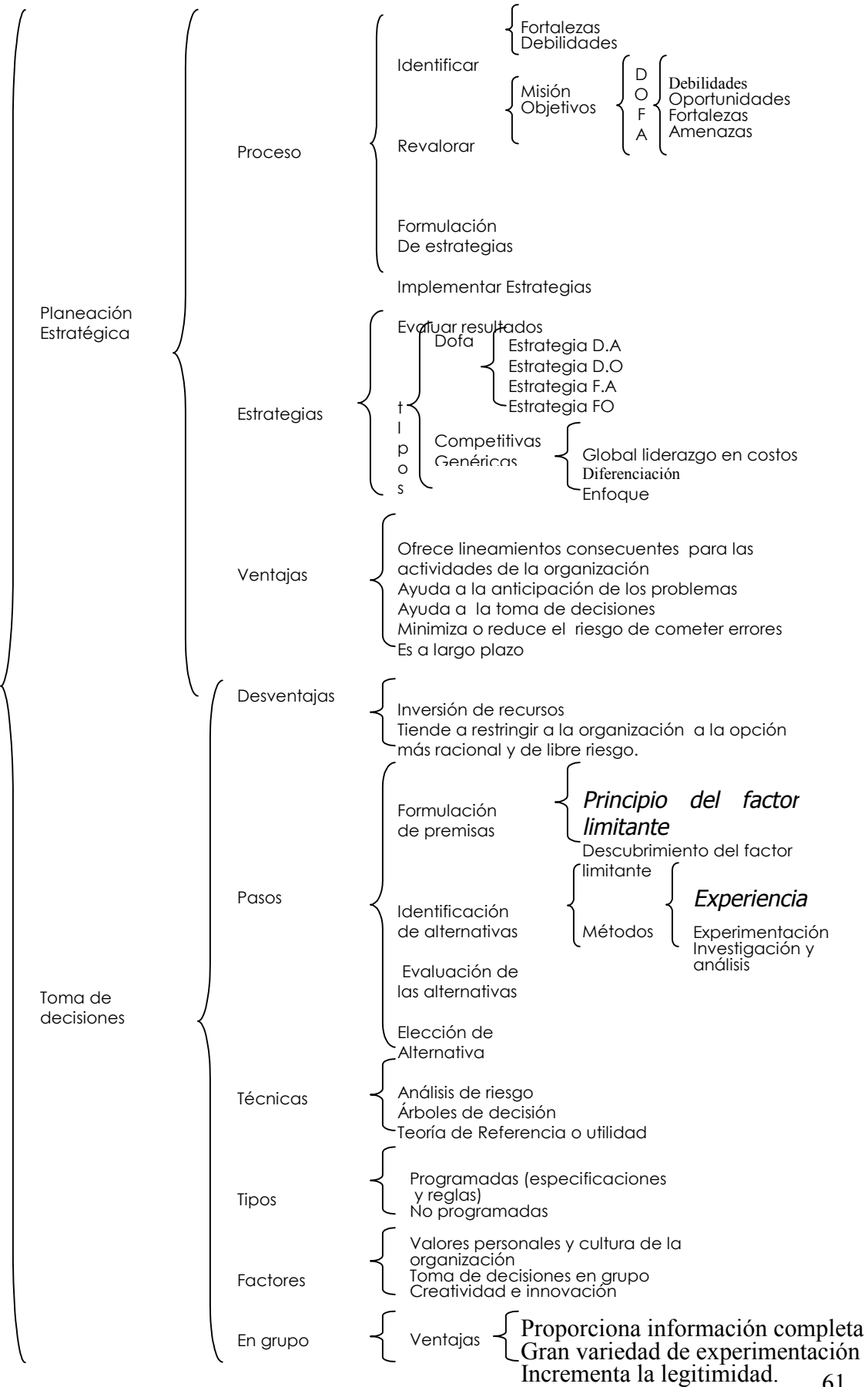
C
I
O
N

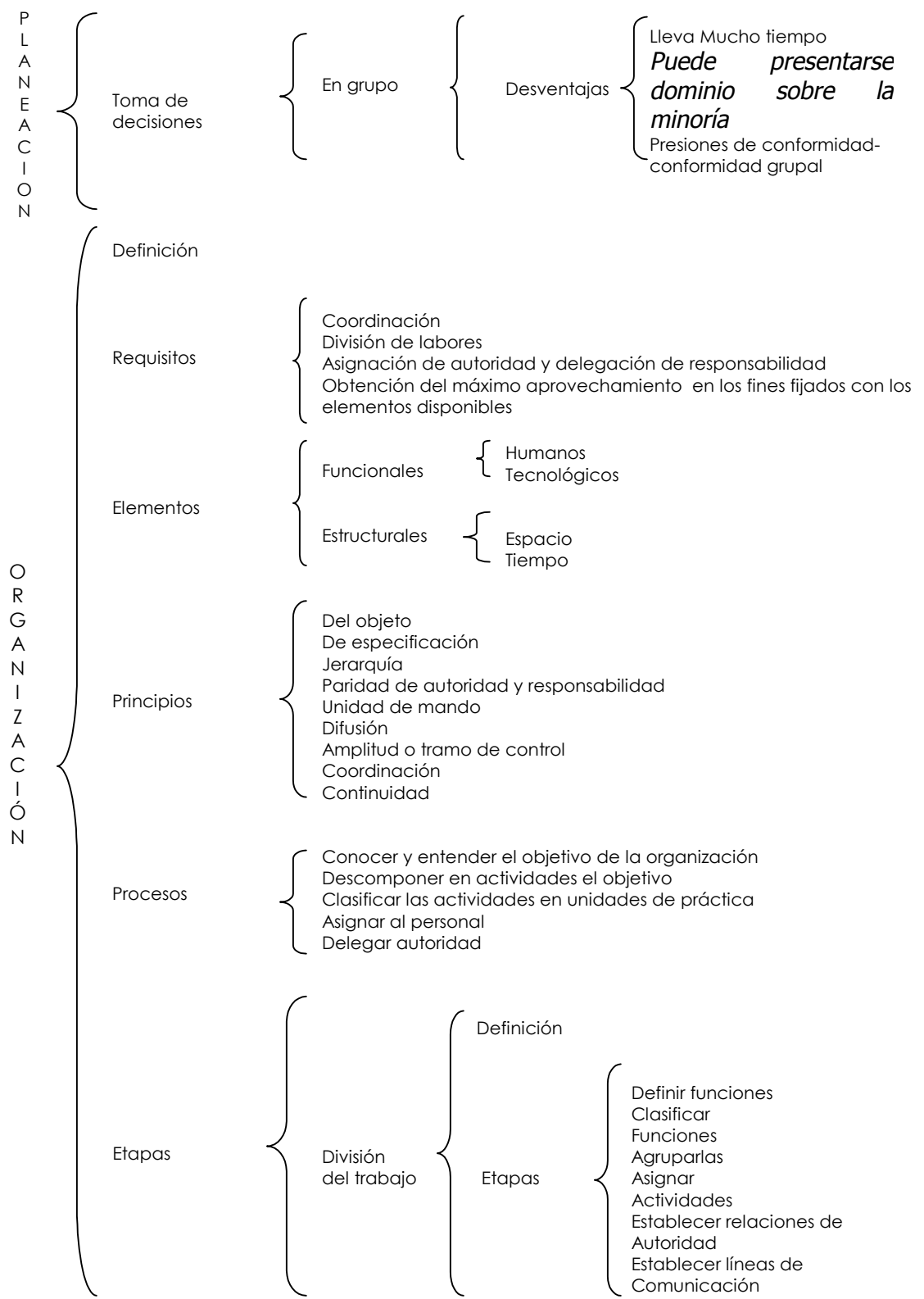


P
L
A
N
E
A
C
I
O
N

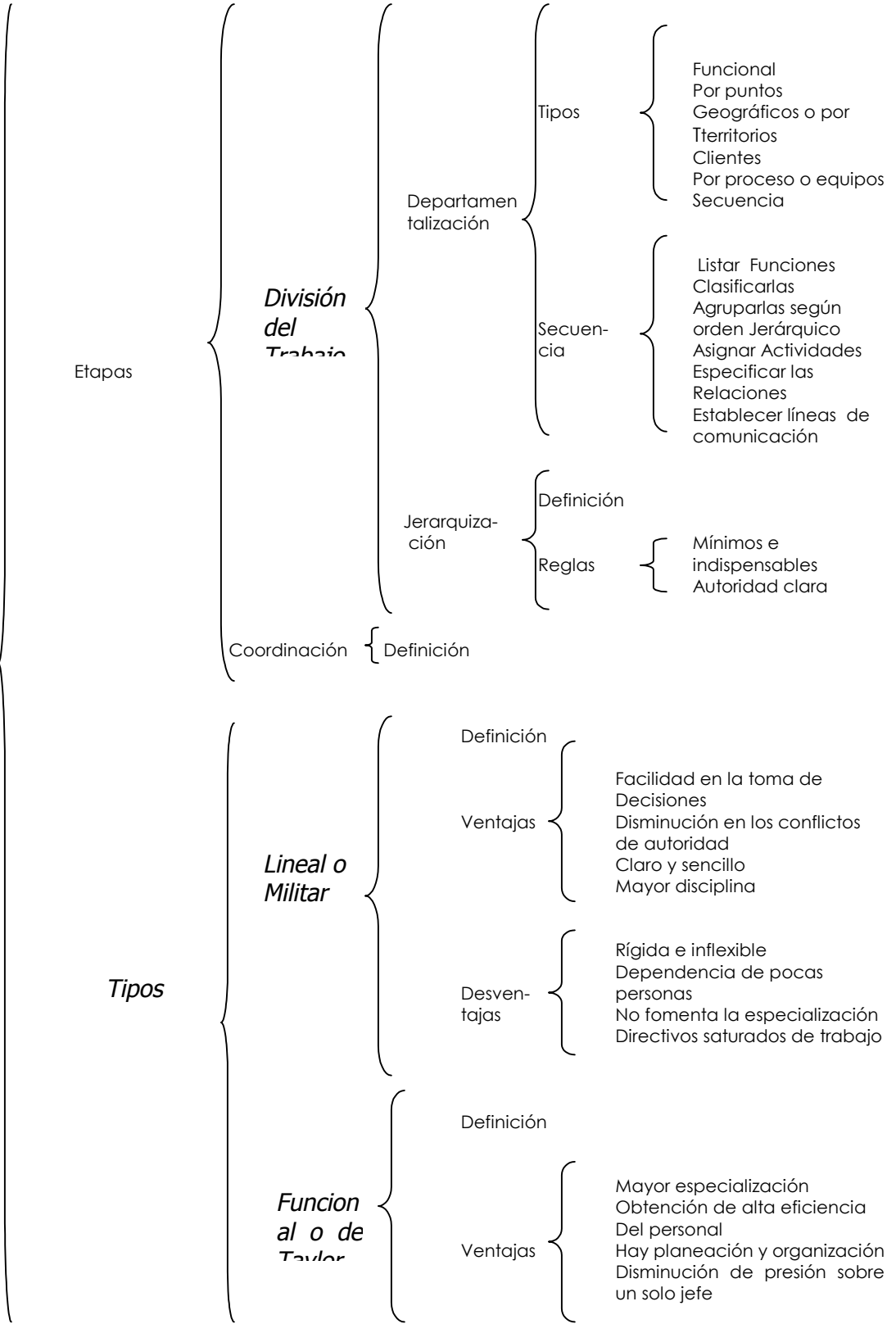


C
PLANEACIÓN





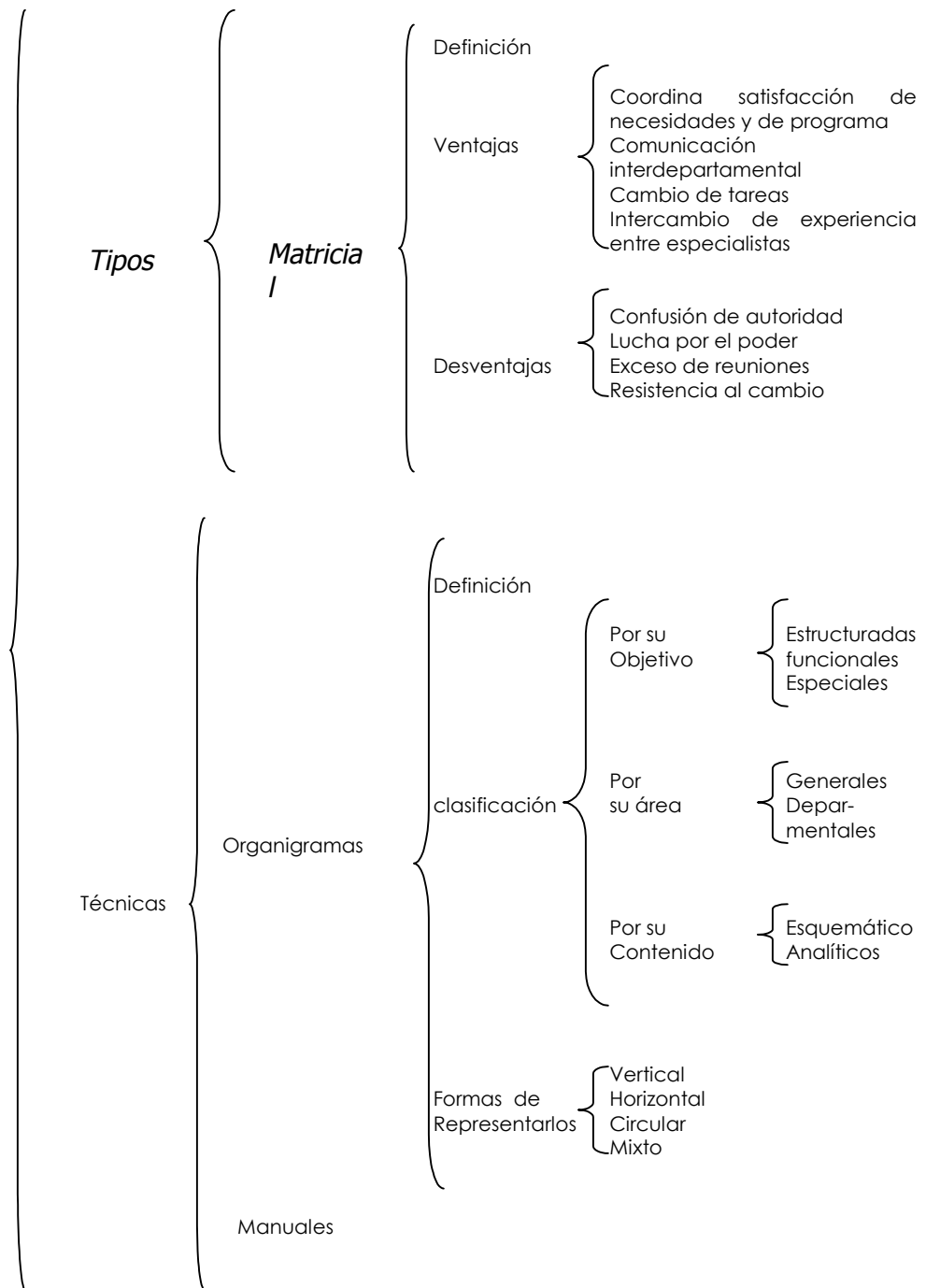
ORGANIZACIÓN



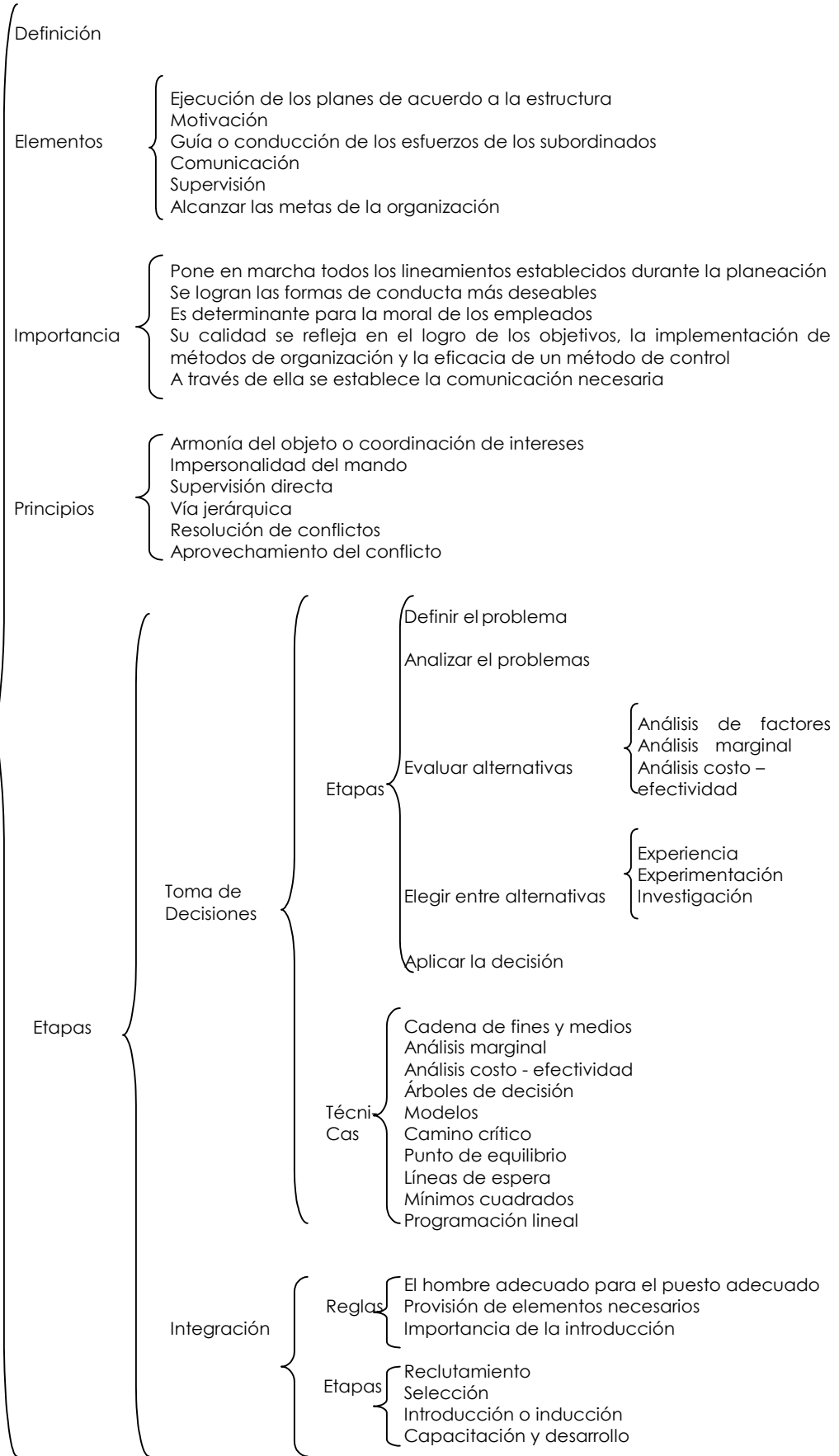
ORGANIZACIÓN

Tipos

<i>Funcion al o de Taylor</i>	Desventajas	<ul style="list-style-type: none"> — Dificultad de localizar y fijar la Responsabilidad — Contradicción de ordenes — Se viola el principio de unidad de mando — Rozamientos entre jefes por la no clara definición del mando
<i>Lineo - funcion al</i>	Definición	
	Características	<ul style="list-style-type: none"> — De la lineal: Conserva la autoridad y responsabilidad (dada por cadena de mando). — De la funcional: Especialización de cada actividad en una función.
<i>Staff</i>	Definición	
	Ventajas	<ul style="list-style-type: none"> — Expertos influyen en la resolución de problemas — Principio de responsabilidad y autoridad indivisible
	Desventajas	<ul style="list-style-type: none"> — Si no es bien diseñado, puede producir confusión. — Puede ser ineficaz por falta de autoridad — Puede producir rozamientos
Por comités	Definición	
	Clasificación	<ul style="list-style-type: none"> — Directivo — Ejecutivo — De vigilancia — Consultivo
	Ventajas	<ul style="list-style-type: none"> — Soluciones objetivas — Responsabilidad compartida — Aceptación de ideas — Aprovechamiento de los conocimientos
	Desventajas	<ul style="list-style-type: none"> — Decisiones lentas — Dificultad de disolver comités — Delegación de responsabilidades a comité

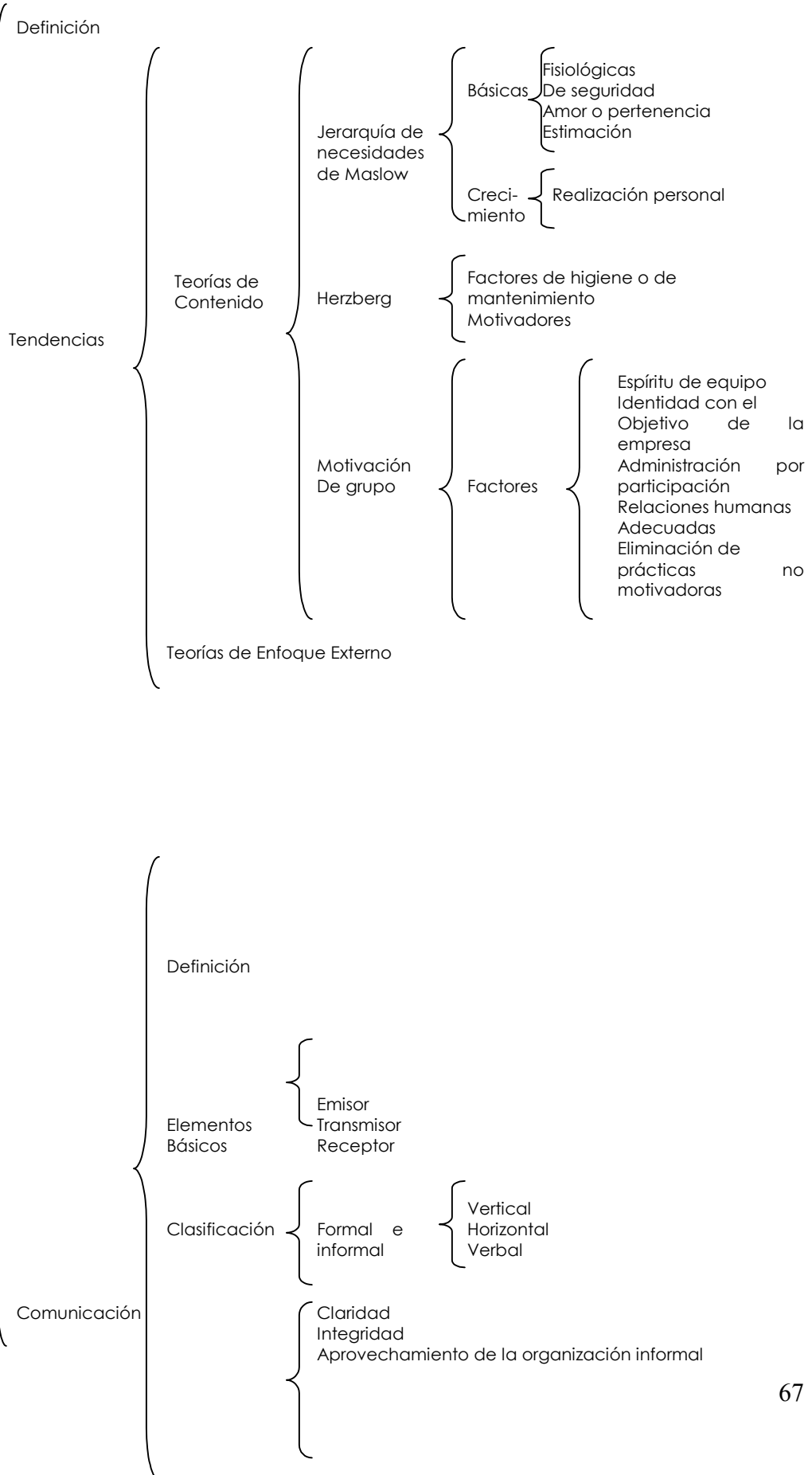


DIRECCION

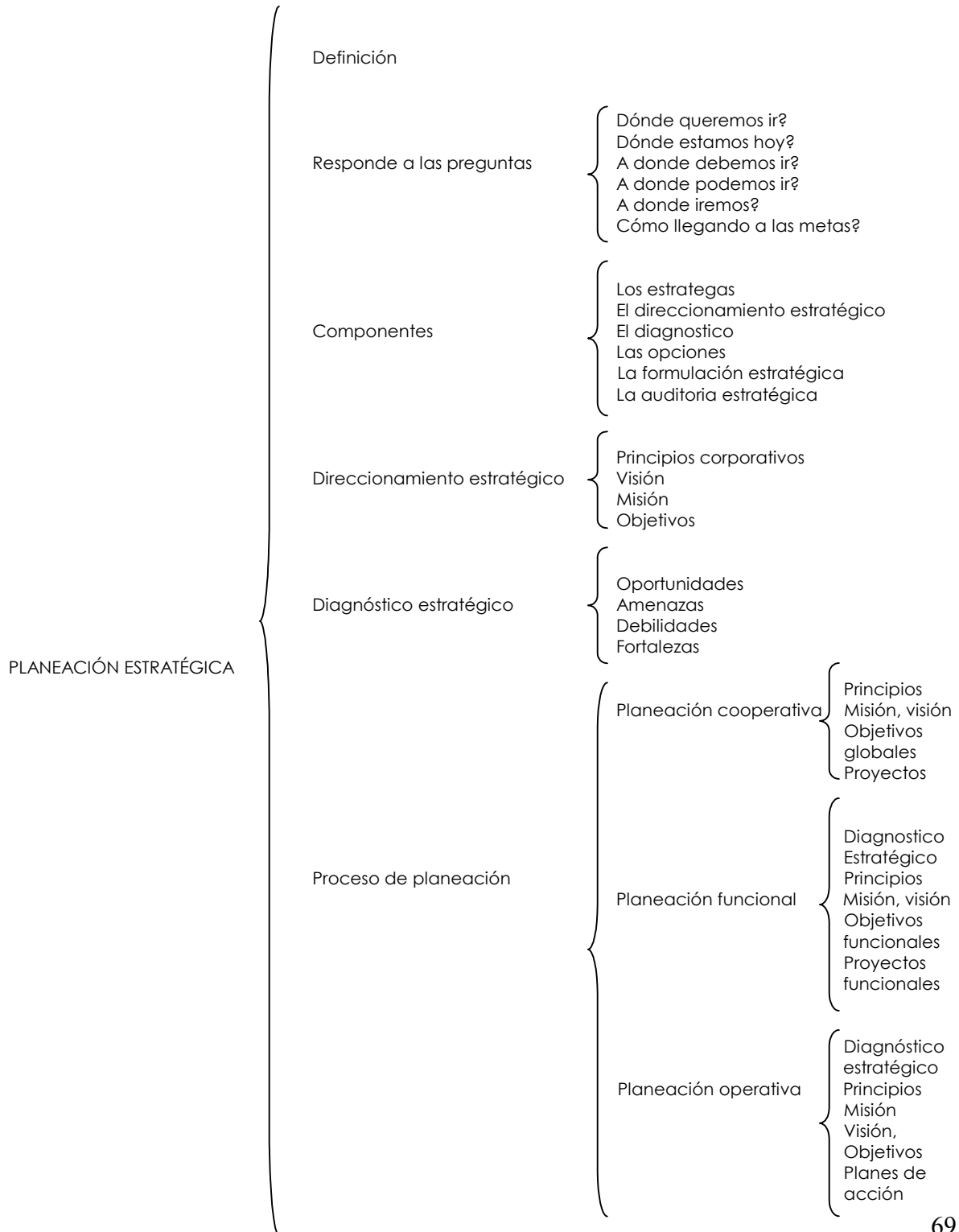


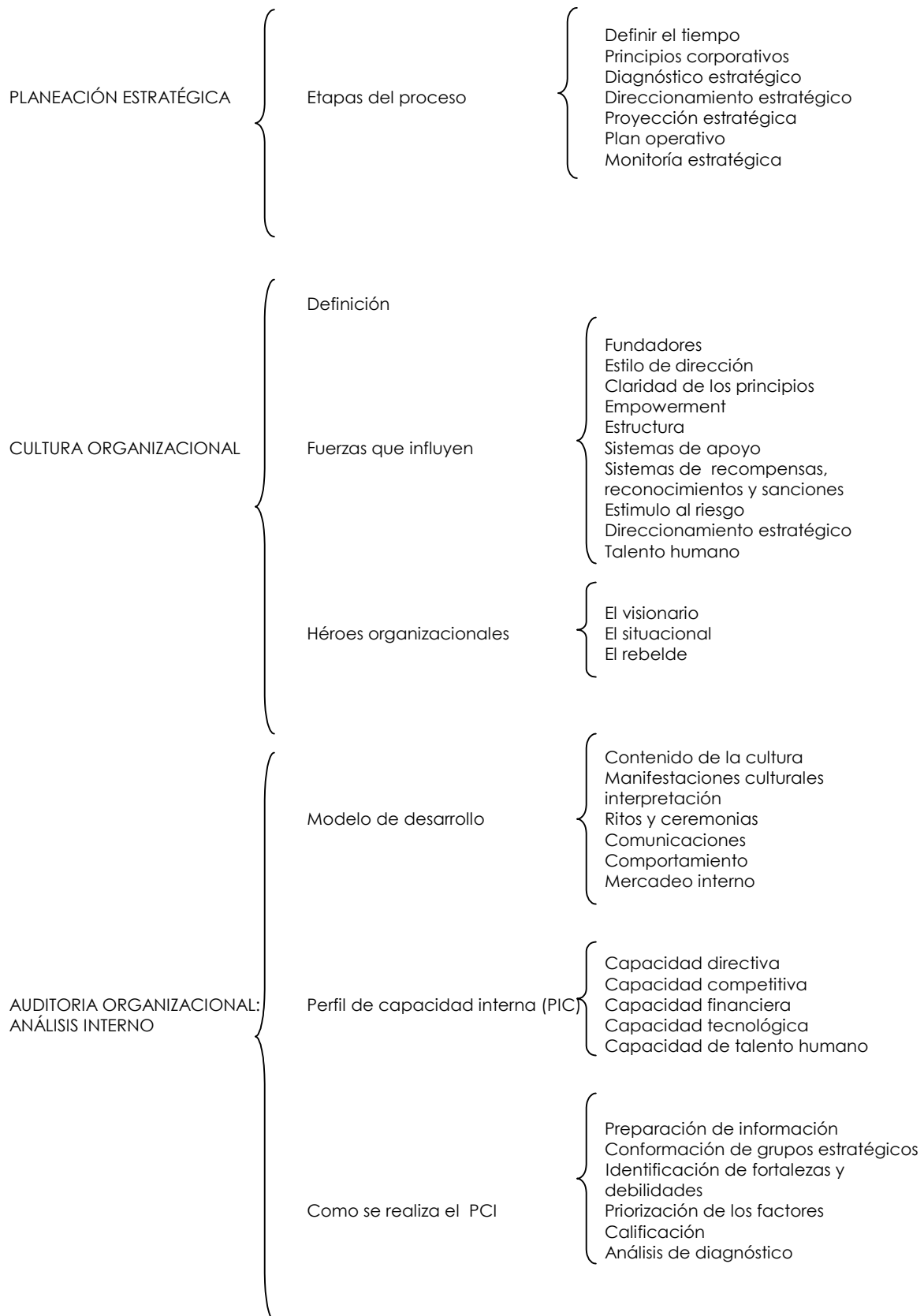
D I R E C C I O N

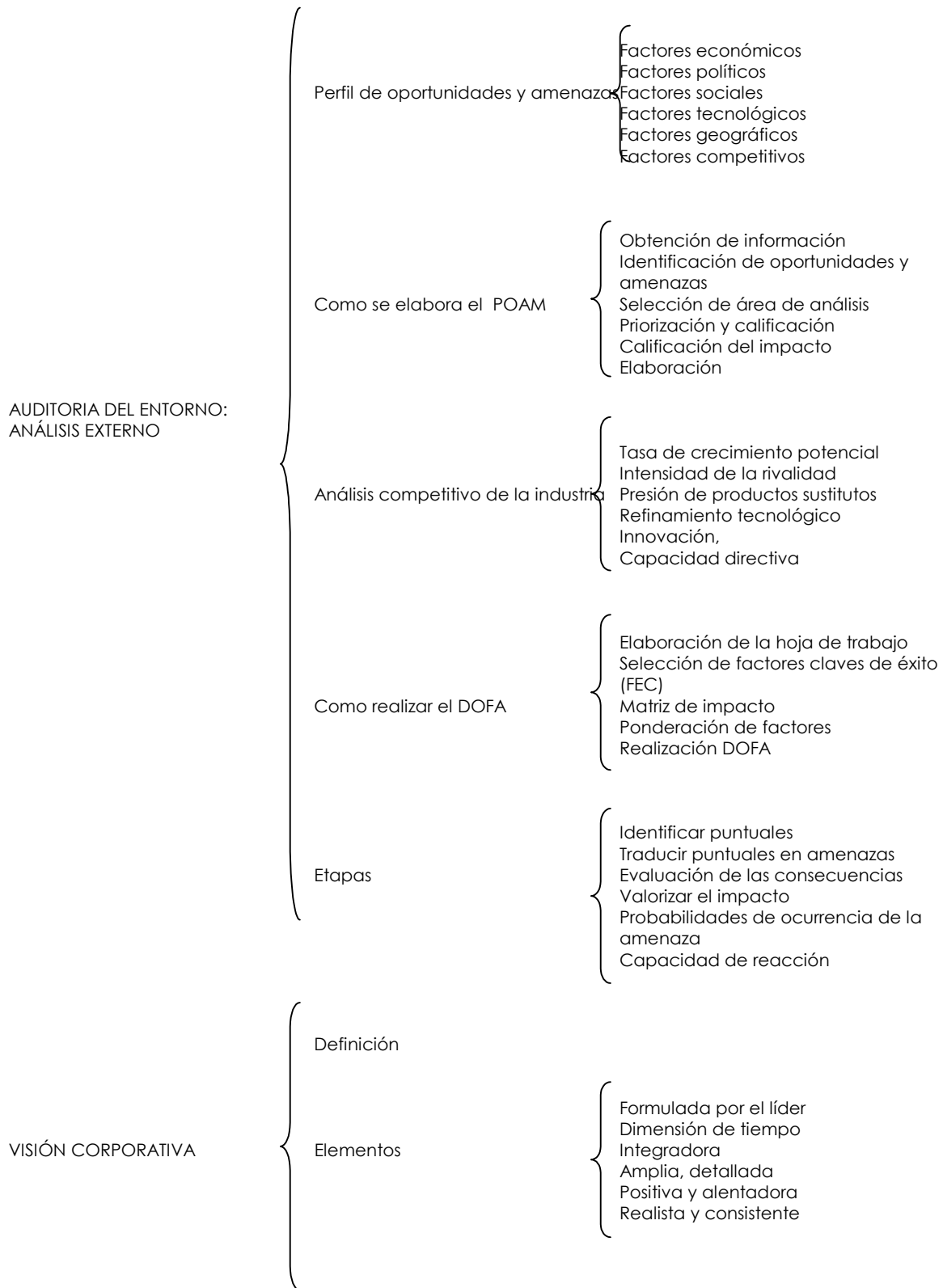
M O T I V A C I O N

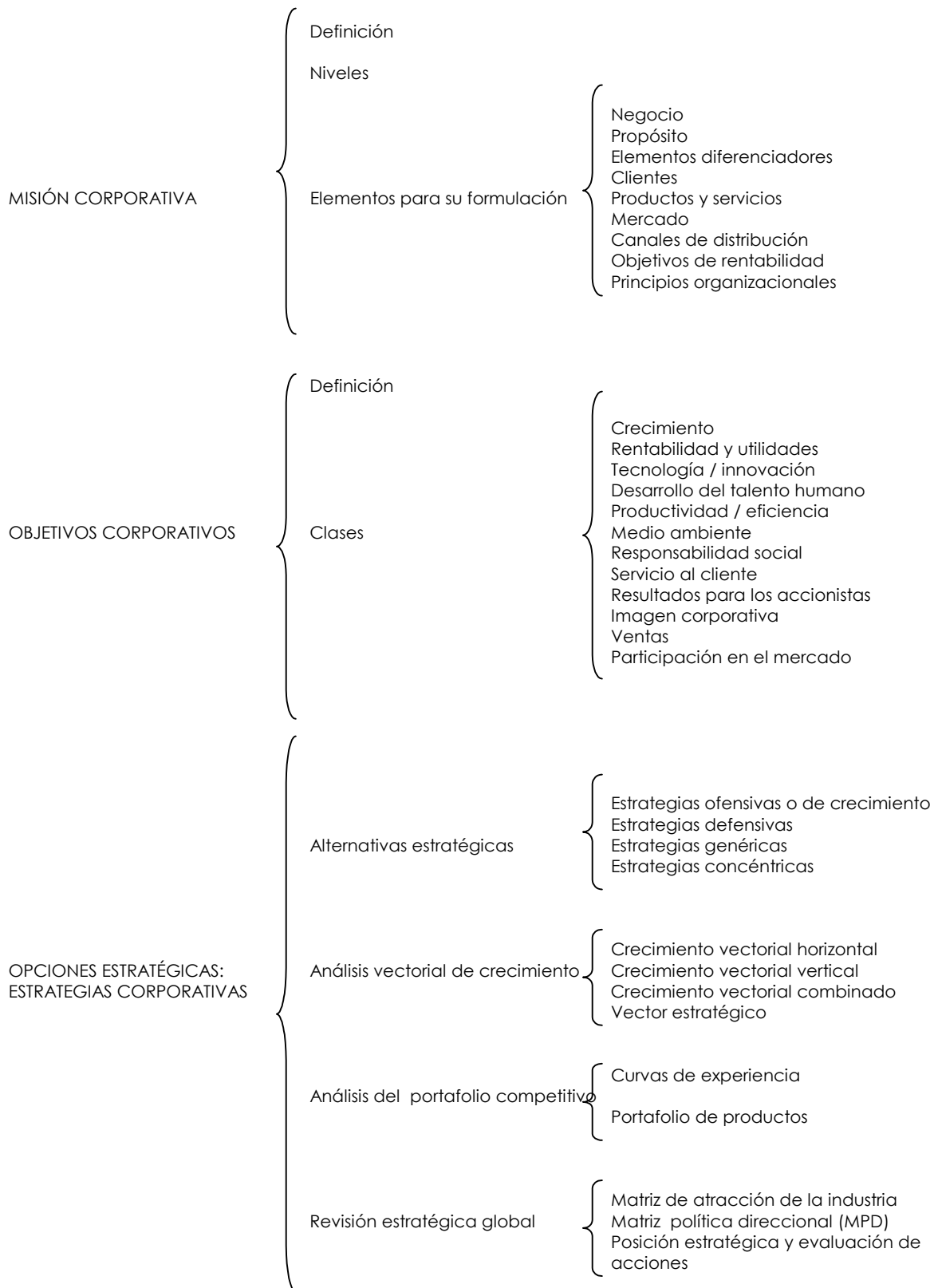


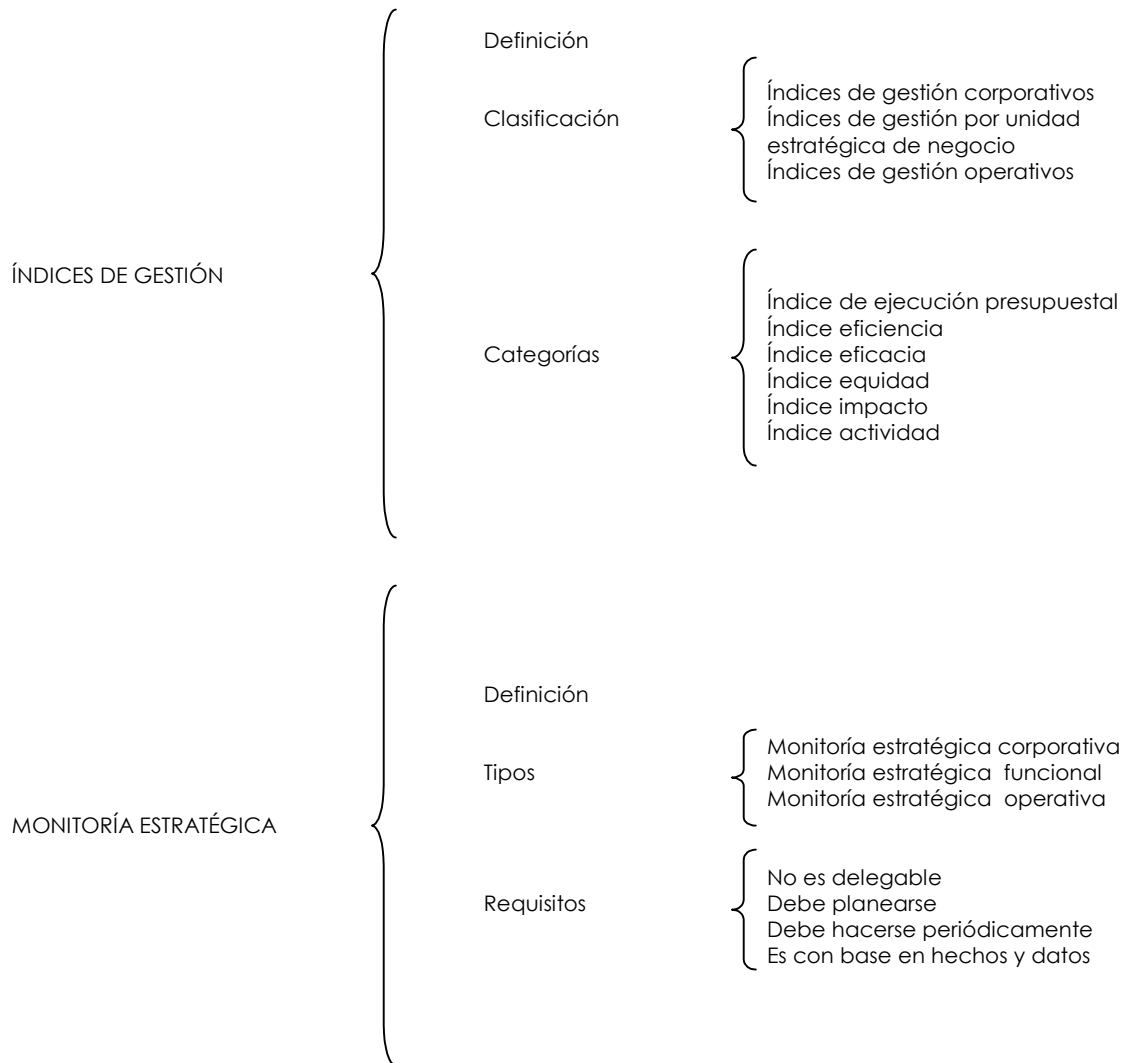
FORMULACIÓN Y ANÁLISIS ESTRATÉGICO

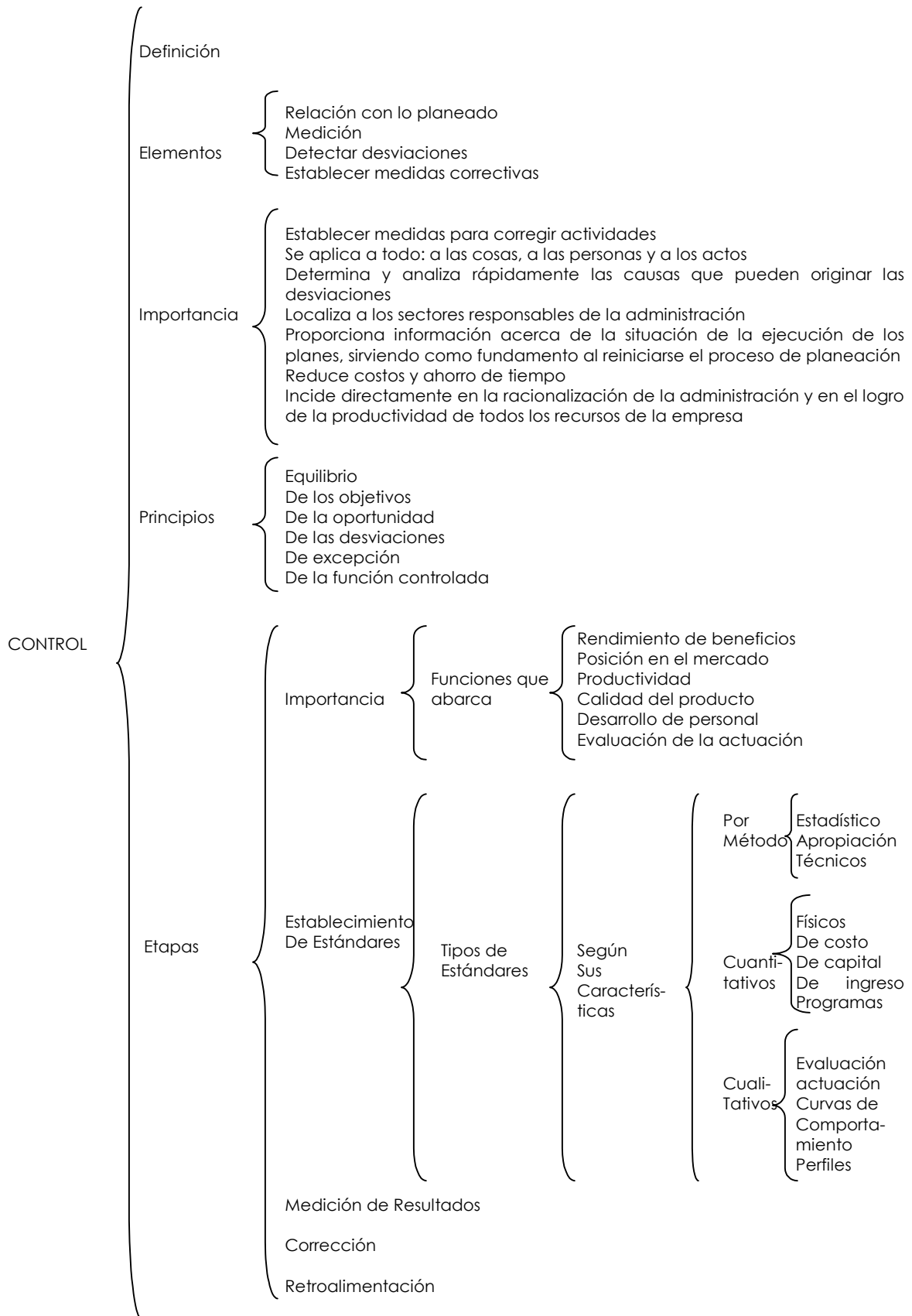


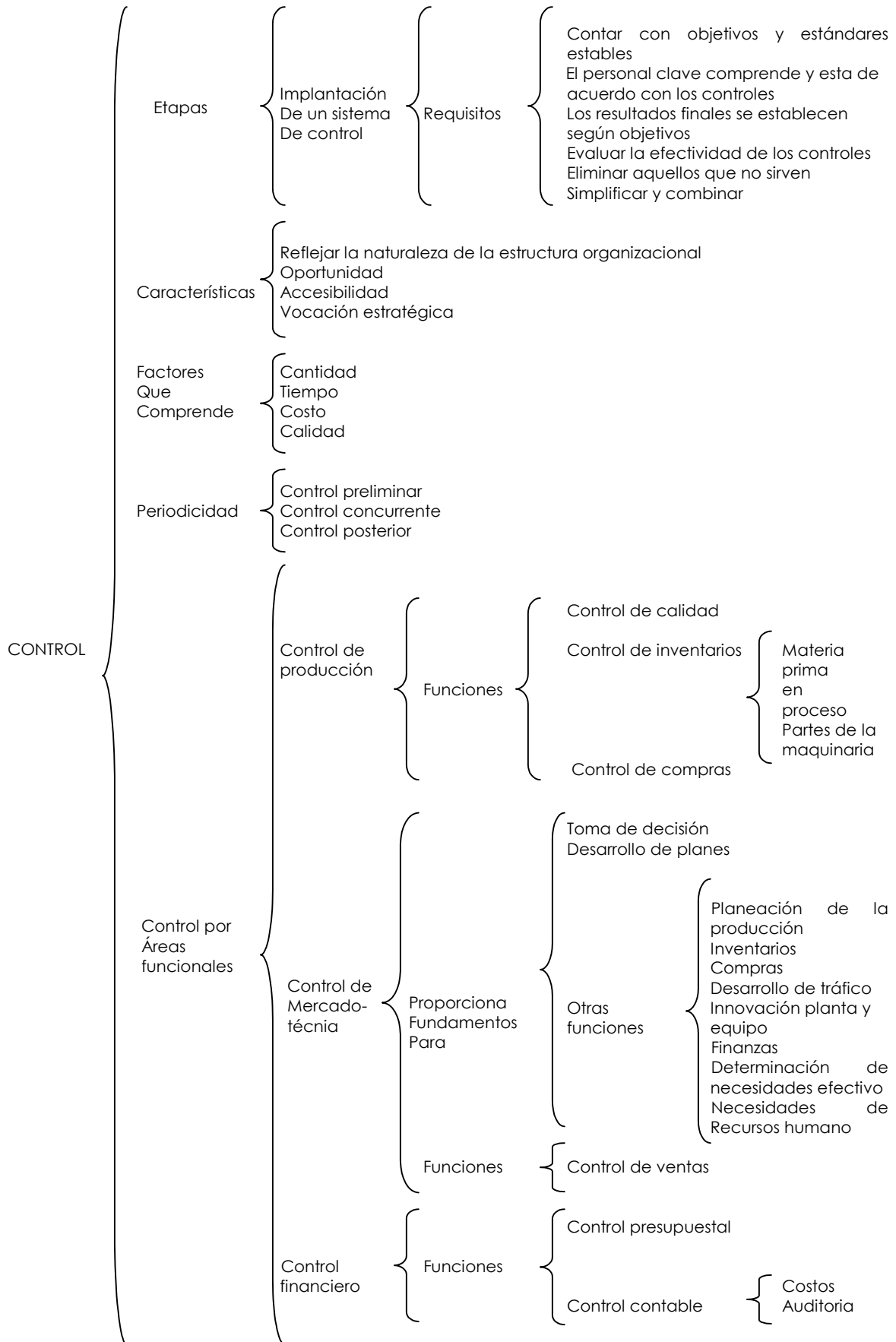


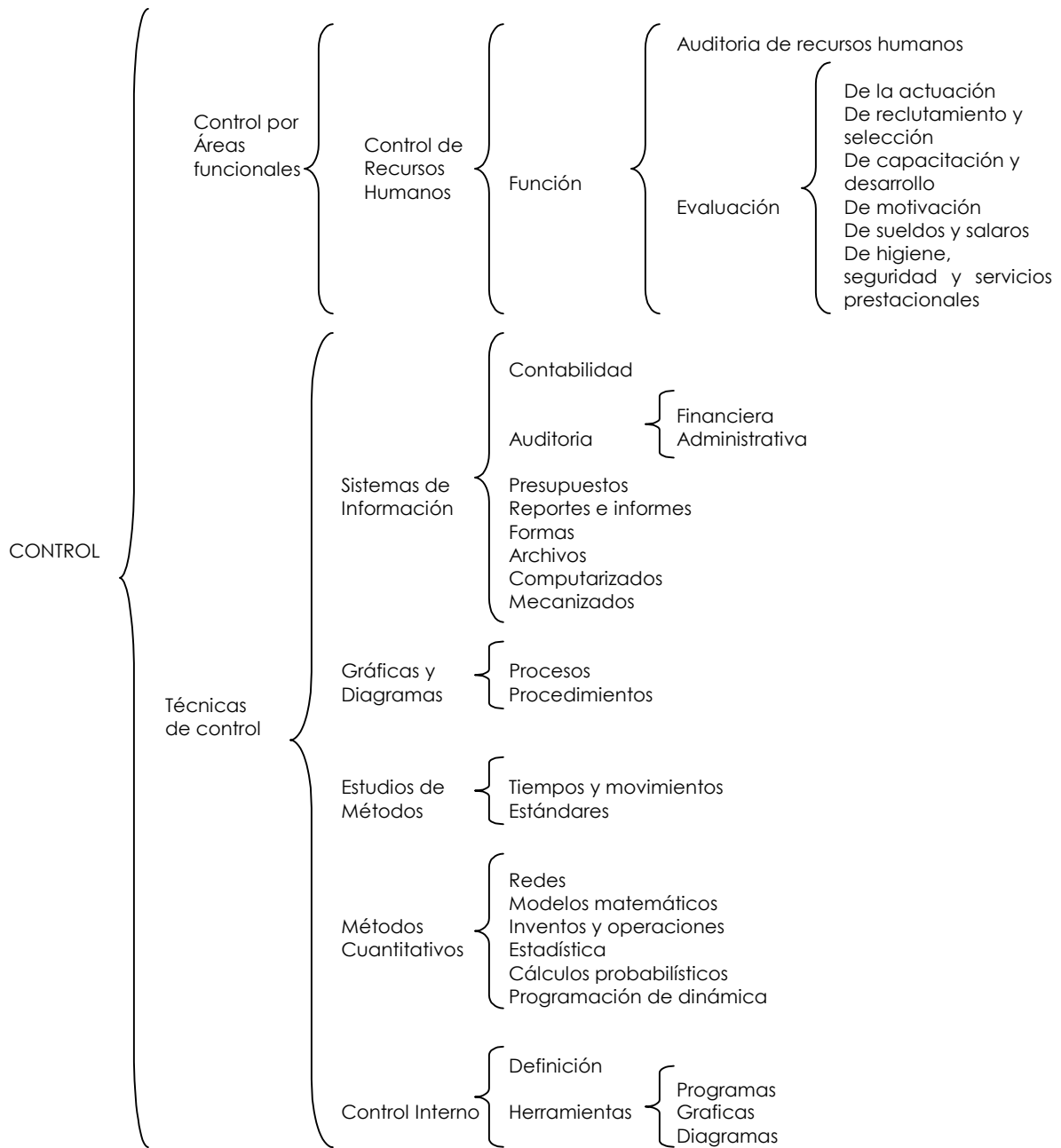




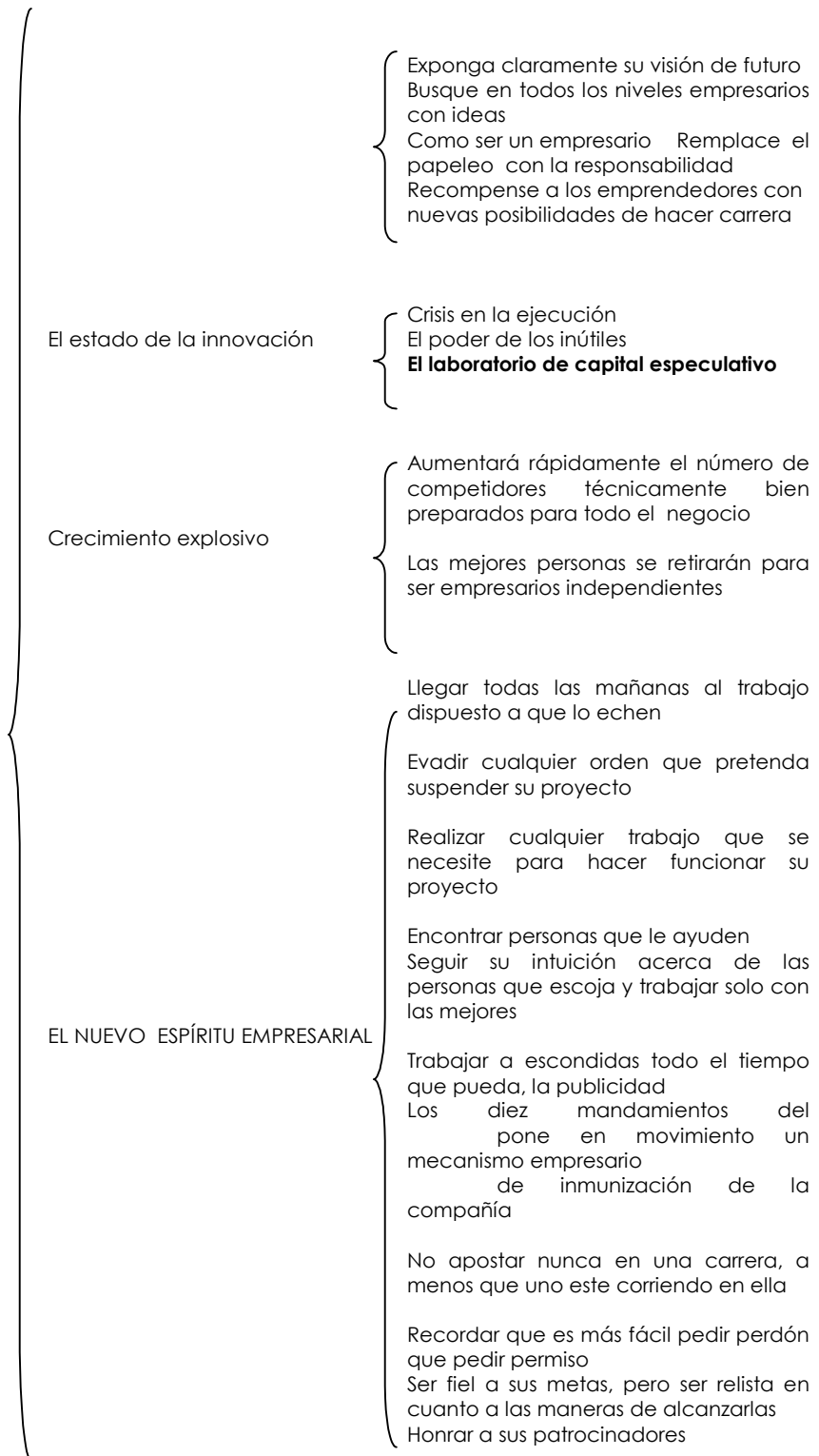








DESARROLLO DE LA CAPACIDAD EMPRESARIAL



}	Definición	<p>Dedica usted tanto tiempo a su deseo de hacer que las cosas funcionen mejor, como a cumplir con su deber de mantenerlas como están?</p> <p>Se emociona con lo que está haciendo en su trabajo? Piensa en nuevas ideas de negocios mientras se dirige a su trabajo?</p> <p>Puede visualizar pasos concretos de acción cuando piensa en la manera de llevar a la práctica una idea?</p> <p>Se mete en líos de vez en cuando por hace cosas que están más allá des su autoridad? Puede mantener sus ideas en reserva? Es usted un empresario?</p> <p>Ha salido con éxito de los malos momentos en que parecía que iba a fracasar lo que se traía entre manos?</p> <p>Tiene un número más que normal de admiradores y críticos? QUIEN ES EL EMPRESARIO Cuenta con una red de amigos en el trabajo, que le prestan ayuda cuando lo necesita?</p> <p>Le mortifica la incompetencia que muestran otras personas al tratar de ejecutar partes de sus ideas?</p> <p>Puede sobreponerse a una tendencia perfeccionista natural de hacer todo el trabajo usted mismo y puede compartir la responsabilidad de sus ideas con un equipo? Estaría dispuesto a renunciar a parte de su sueldo, a cambio de la oportunidad de ensayar su idean de negocio?</p>
	Características	<p>La visión Necesidad de actuar Combinación de visión y acción Dedicación Primero las prioridades internas Fijación de metas propias Altas normas internas Superación de errores y fracasos Admiración al riesgo Lealtad a los objetivos a largo plazo</p>
	Clases de empresario	<p>El gerente tradicional Empresario tradicional Empresario interno</p>

CARACTERÍSTICAS DEL
EMPRESARIO
INTERNO

Motivos primarios	<ul style="list-style-type: none"> Quiere libertad Quiere acceso a los recursos de la compañía Orientado por metas Auto-motivado Responde a las recompensas y reconocimientos de la empresa
Orientación en el tiempo	<ul style="list-style-type: none"> Metas finales de 3 a 15 años Urgencia de cumplir a tiempo los programas impuestos por él mismo y la compañía.
Acción	<ul style="list-style-type: none"> Trabaja con las manos Sabe delegar Hace lo que haya que hacer Mayor capacidad de prosperar dentro de la organización.
Destrezas	<ul style="list-style-type: none"> Sus destrezas son muy parecidas a las del empresario independiente.
Valor y destino	<ul style="list-style-type: none"> Confianza en sí mismo Valeroso Muchos empresarios ven con escepticismo el sistema pero son optimistas en cuanto a su propia capacidad para ganarle de mano.
Necesidad	<ul style="list-style-type: none"> Tanto fuera como adentro. Convince a los de adentro de la necesidad de la especulación y el mercado, pero también presta atención a la clientela.
Riesgo	<ul style="list-style-type: none"> Prefiere el riesgo moderado Como no tiene miedo de que lo echen, ve poco riesgo personal.
Investigación de mercado	<ul style="list-style-type: none"> Lleva a cabo su propia investigación de mercado. Hace su evaluación intuitiva lo mismo que el empresario independiente.
Posición	<ul style="list-style-type: none"> Se ríe de los tradicionales símbolos de posición Admira los símbolos de libertad
Fracasos y errores	<ul style="list-style-type: none"> Sensible a la necesidad de aparecer ordenado en la compañía Trata de ocultar los proyectos arriesgados para aprender de los errores sin el costo político del fracaso público
Decisiones	<ul style="list-style-type: none"> Hábil para lograr que los demás acepten su visión particular Un poco más paciente y dispuesto al compromiso

DEFENSA DEL ESPÍRITU EMPRESARIAL

Temores de emplear personas con espíritu empresarial

La motivación dominante del empresario es el deseo de enriquecimiento

Que se arriesga demasiado

Que son impulsivos y no tienen destrezas analíticas

Que son amorales

Que tiene sed insaciable de poder

Ventajas de empresario

Decisión
Inversionistas expertos
Propiedad

ELECCIÓN DE LA IDEA

Fuentes de ideas de negocio

lluvia de ideas

Reunir un grupo de personas
Prepara al grupo para la reunión
No juzgar si las ideas son buenas o malas durante la fase de generación
Improvisación
Buscar volumen, no calidad en la generación
Construir sobre las ideas de los demás en lugar de atacarlas
Escoger las ideas después de la reunión

Fertilización cruzadas

Curiosidad

Trabajo corriente

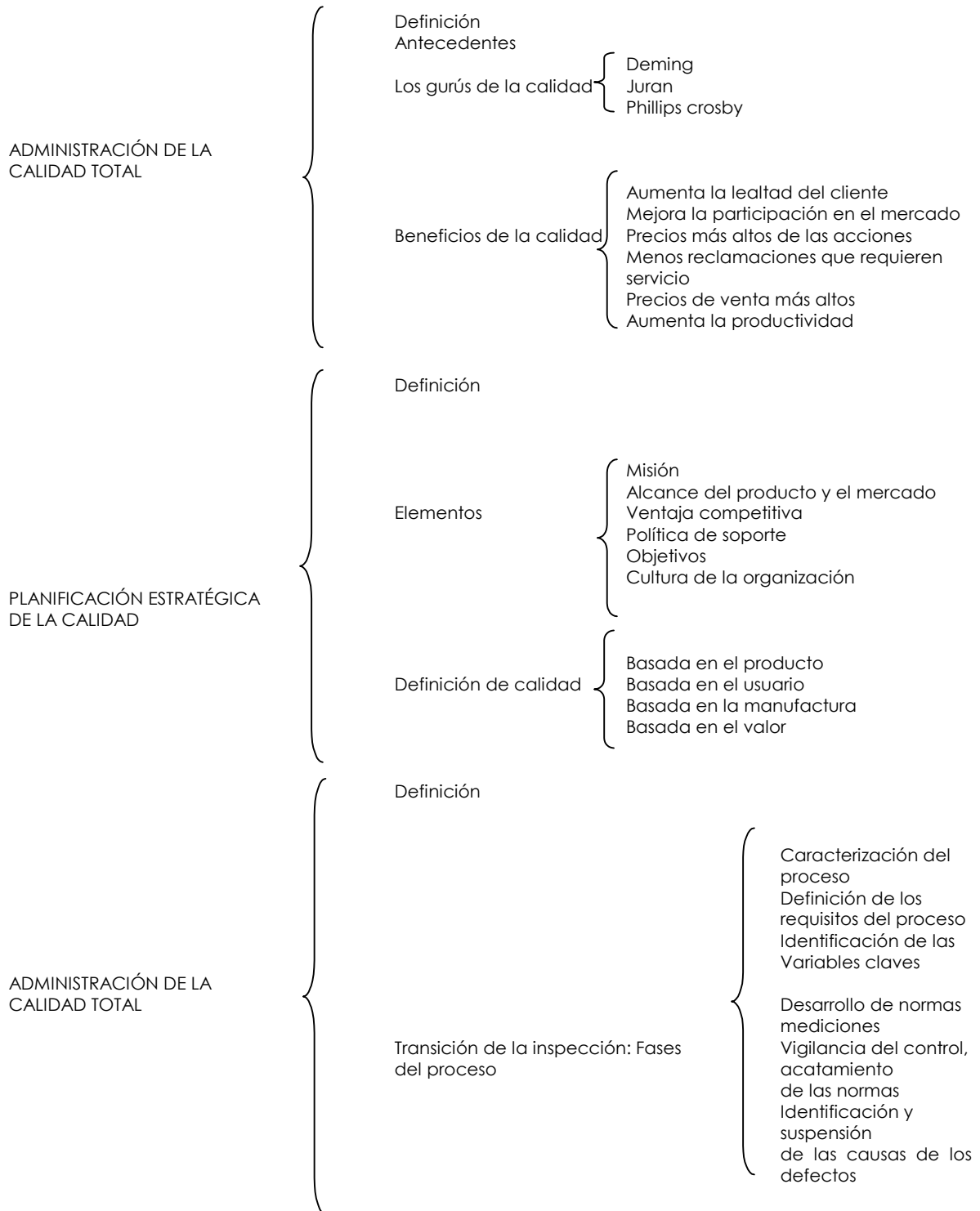
Investigación de mercado

La tecnología exclusiva de la compañía

Oportunidades para el empresario

Productos que se caen de su peso
Productos complementarios
Producto o servicio simplificado
Mercadeo de productos de uso interno
Adiestramiento
Especulación con nueva tecnología
Servicio al cliente, partes y suministros

CALIDAD Y MEJORAMIENTO CONTINUO



ADMINISTRACIÓN
DE LA CALIDAD
TOTAL

Control estadístico
de calidad

Definición
Enfoque básico del
control estadístico

Pasos

Conciencia del problema
Definición del problema
Diagnóstico de la causa del
problema
Elección y aplicación de
remedios
Aplicación de controles

Despliegue
de la
función de
calidad

Cuadro de despliegue

Mercadotecnia
Diseño
Producción
Uso

Pasos o fases

Planificación del producto
Priorizar y ponderar
Evaluación competitiva
Proceso de diseño
Diseño
Planificación del proceso
Control del proceso

Justo a tiempo

Definición

Beneficios

Reducción de desperdicios

- Reducción de mano de obra
- Reducción de espacio
- Reducción de tiempo de
reparación
- Disminución de retrasos
- Reducción de periodos de
planificación
- Mejor aprovechamiento de las
maquinas
- Mejores relaciones con
proveedores
- Mejor distribución física
de planta

ENFOQUE CENTRADO EN ÉL
CLIENTE Y SU SATISFACCIÓN

Proceso vs. Cliente: Sistema de 3 partes

Los procesos de la
compañía
Los empleados
Las expectativas

Enfoque en el cliente

Escuche la voz de los clientes
Pronostique el comportamiento
del cliente
Determine expectativas de
calidad
Proponga y ensaye mejoras

Enfoque en el proceso

Escuche la voz del proceso
Pronostique el comportamiento
del proceso
Determine los resultados
óptimos del proceso
Proponga y ensaye mejoras

Enfoque centrado en la calidad

Normas de servicio derivadas
de los requisitos de los clientes
Comprensión de los requisitos
del cliente
Delegación de poder a la línea
frontal
Apoyo de la infraestructura
Atención a los recursos
humanos

Indicadores claves de satisfacción

Altos niveles de satisfacción
Sistemas de servicio proactivo
Administración proactiva de las
relaciones con el cliente
Uso de métodos de sondeo
Requisitos de calidad de los
segmentos de mercado

Pasos en la medición de la satisfacción

Elaborar indicadores
claves
Recopilar datos sobre
percepciones

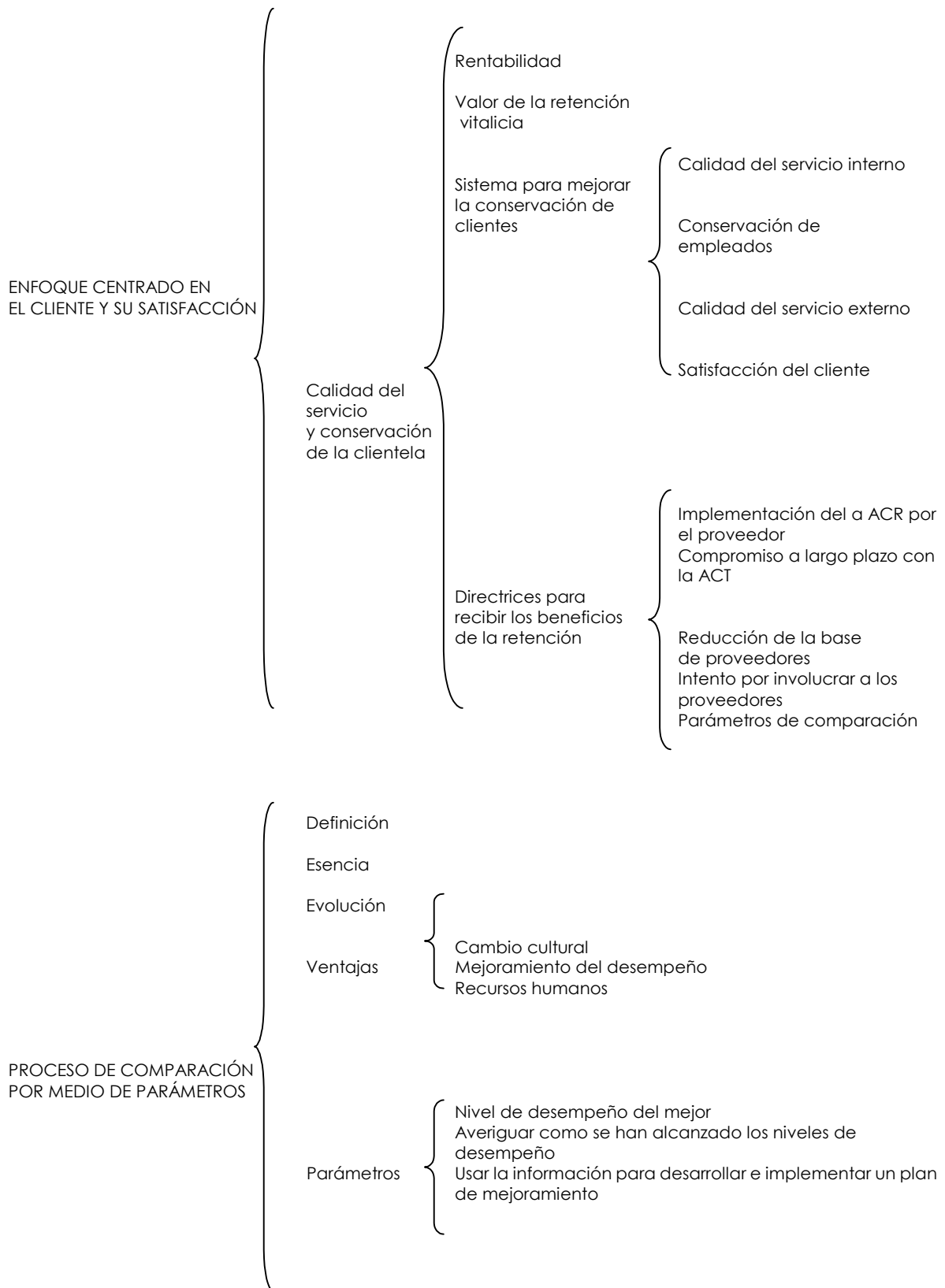
El papel de la
mercadotecnia
y las ventas

Mercadotecnia

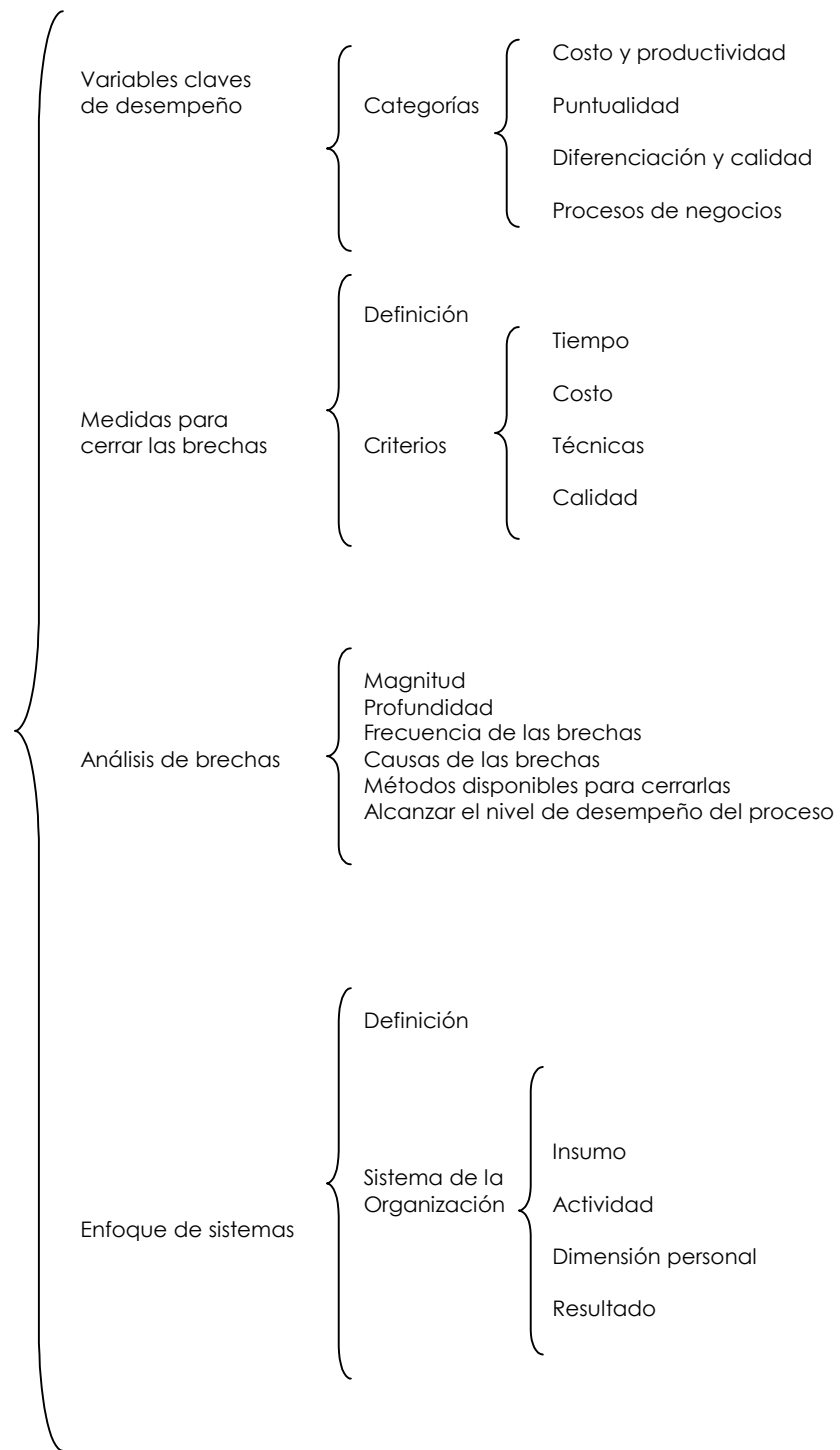
Proceso de venta

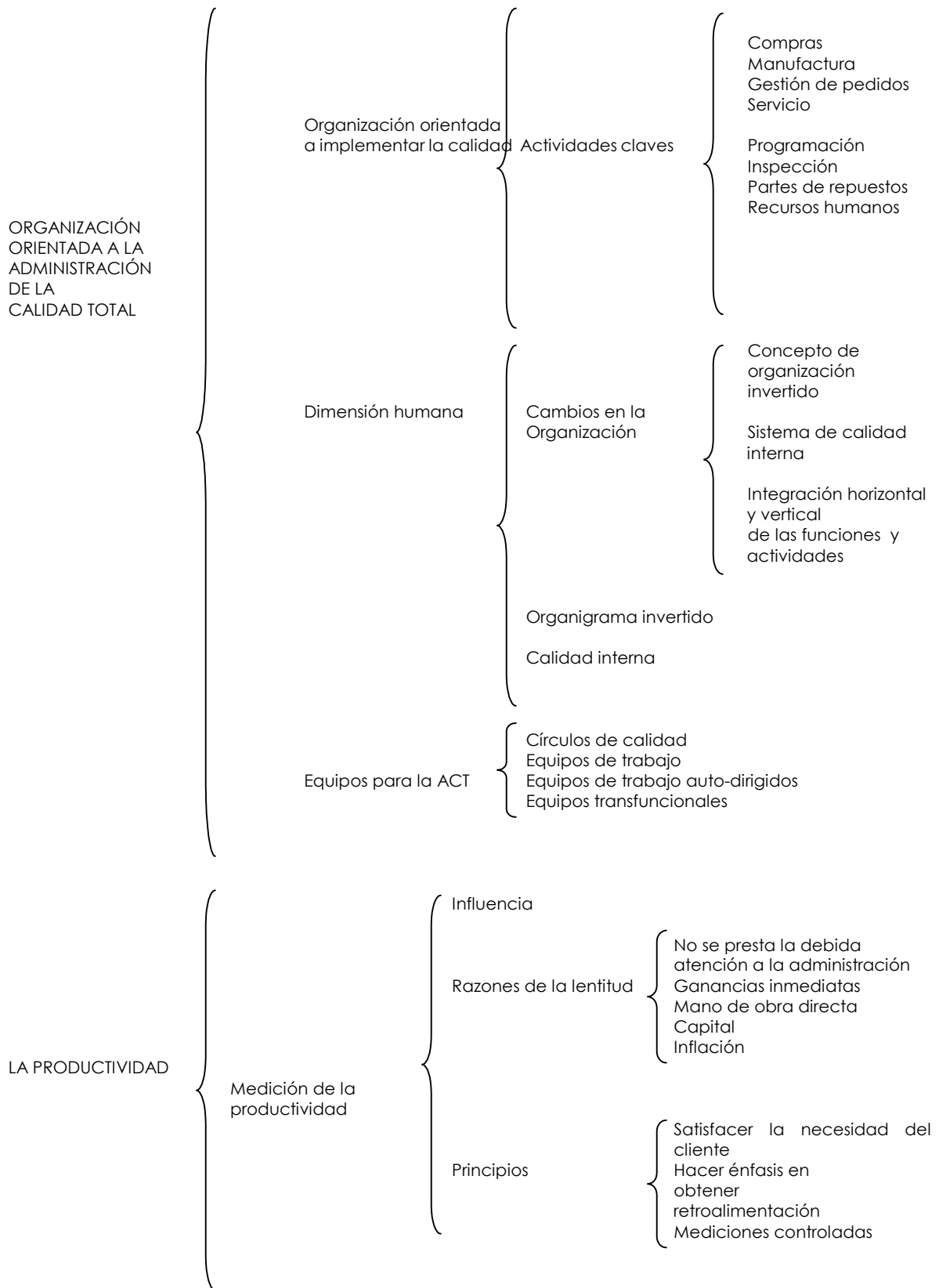
Tipos de
extensiones
no tradicionales

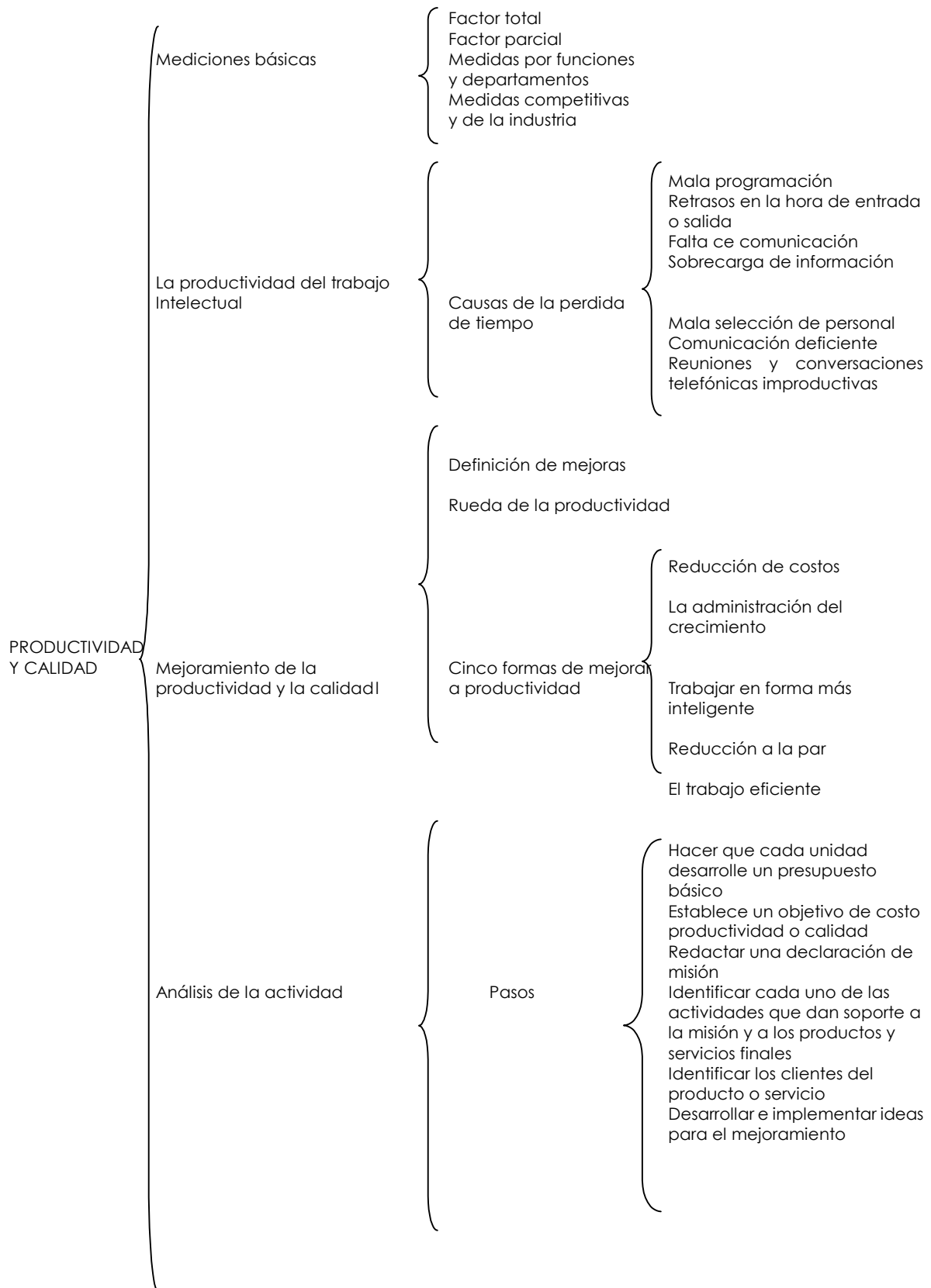
Mercadotecnia adaptada
Mercadotecnia moral
Mercadotecnia de la sensibilidad



PARÁMETROS
DE
COMPARACIÓN
(PC)







EL COSTO DE LA CALIDAD

Definición

Punto de vista sobre los costos de calidad

- Aumentar la calidad significa un costo mas alto
- El costo de mejorarla es menor que los ahorros resultantes

Categorías

- Prevención
- Evaluación
- Falla interna
- Falla externa

Calculo de costos Basado en actividades

- Control del proceso
- Análisis de la actividad
- Problema de los productos múltiples
- Planificación estratégica
- Calculo de costo base

CONCEPTO DE UN PROCESO

Definición

La reja de la calidad

- Hacer mal lo que se debe
- Hacer mal lo que no se debe
- Hacer bien lo que no se debe hacer
- Hacer bien lo que se debe hacer

Tipos de procesos

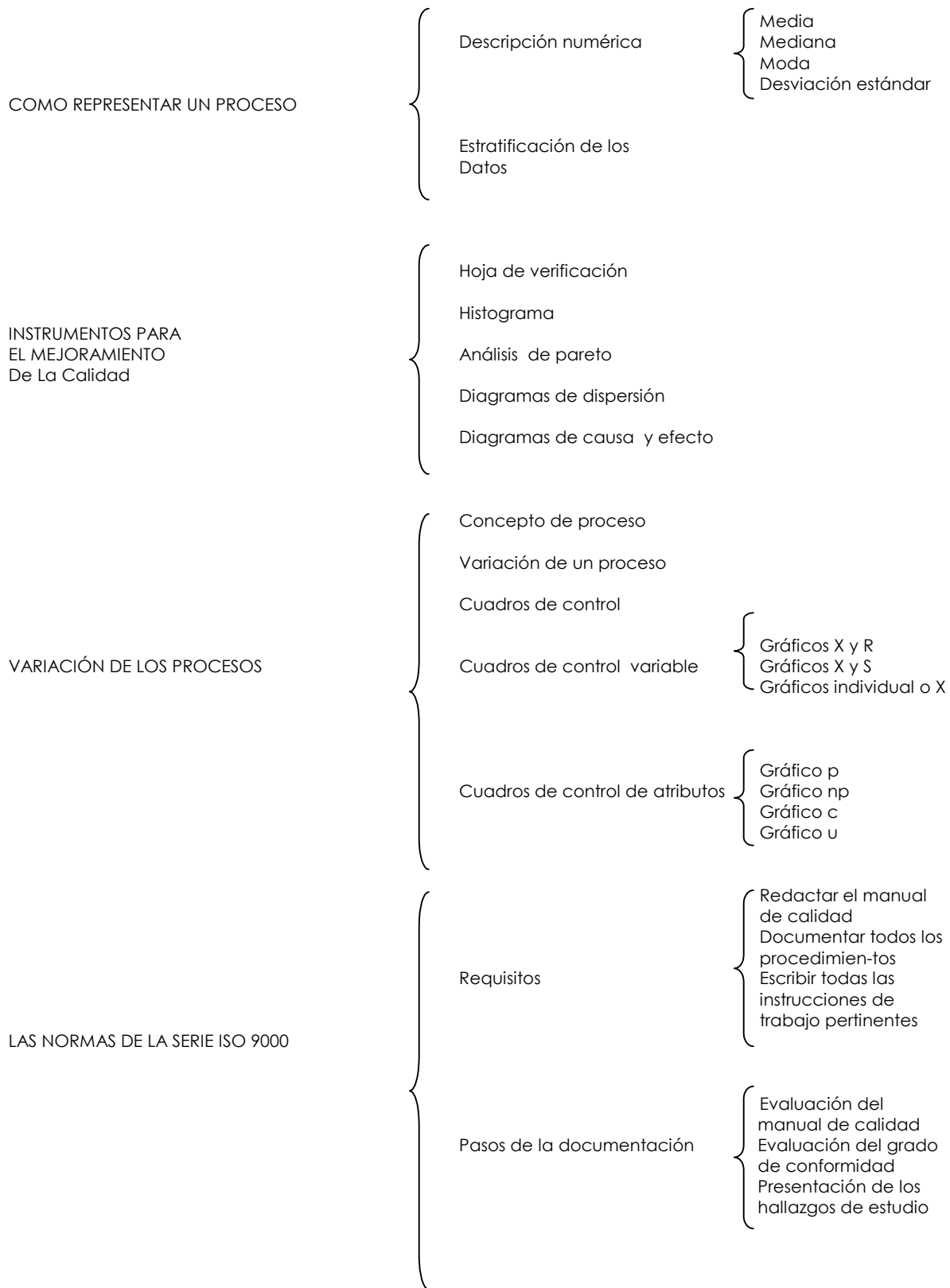
- Administrativos
- Funcionales
- Trasnfuncionales

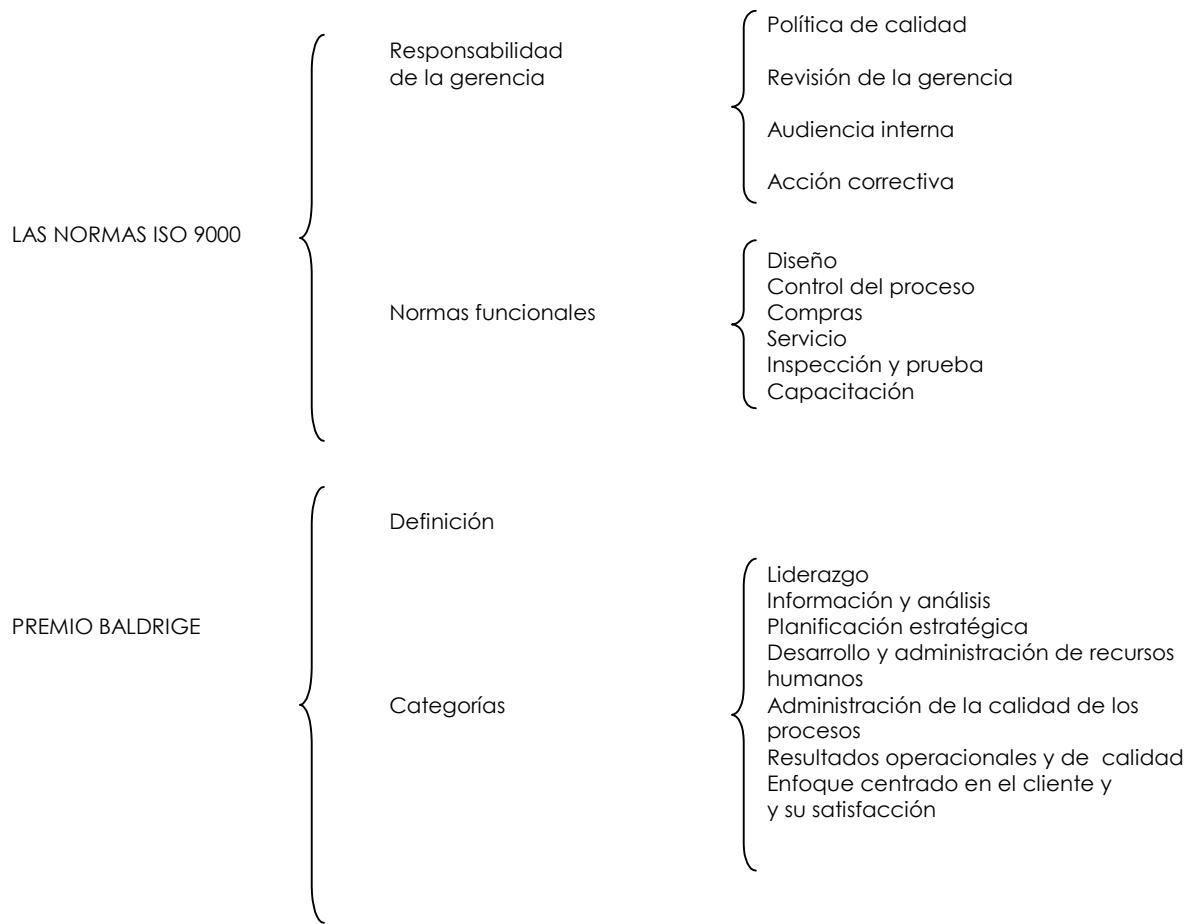
Tipos de datos

- Datos de atributos
- Datos variables

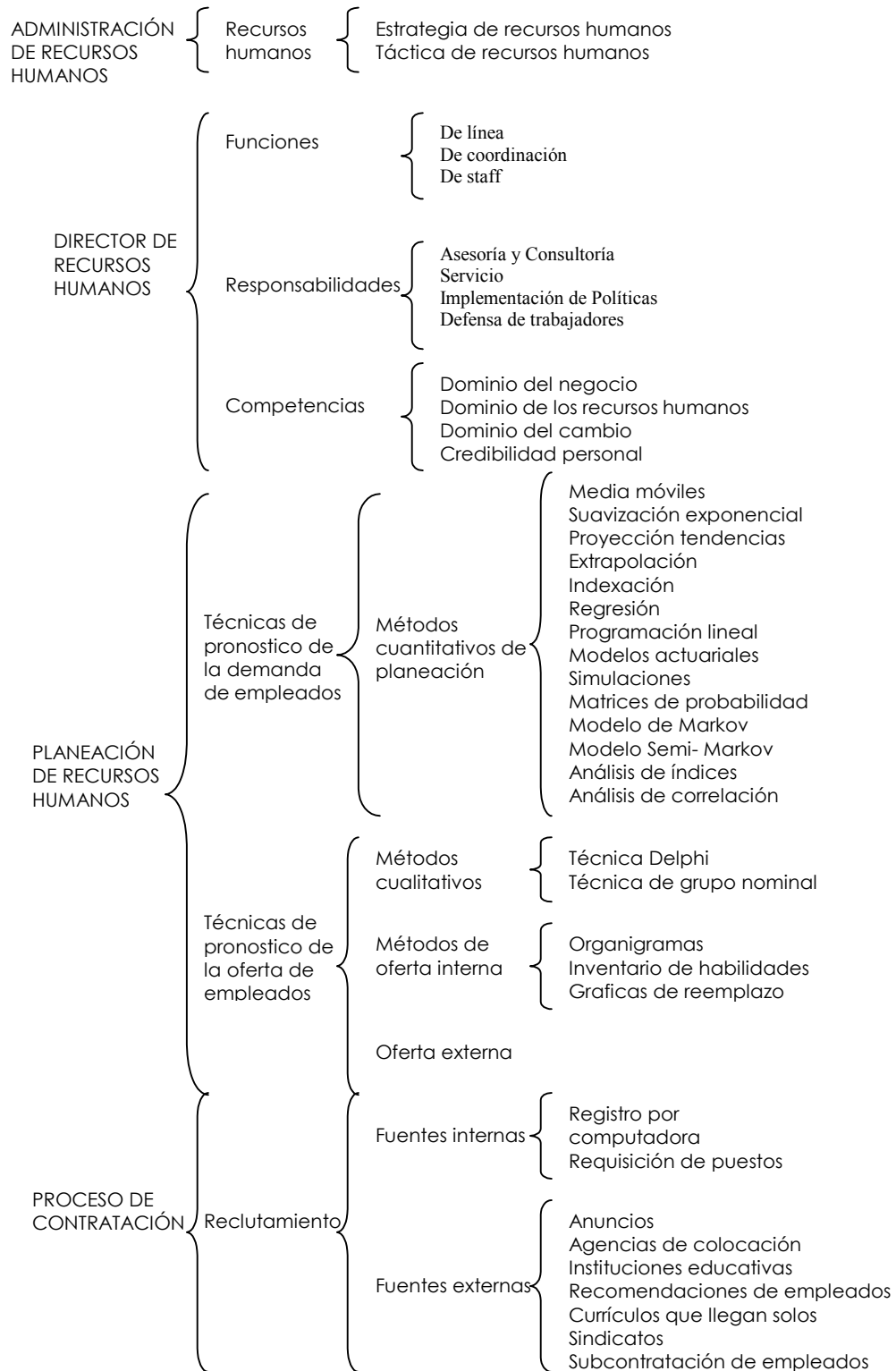
ACT y datos: Descripción Visual

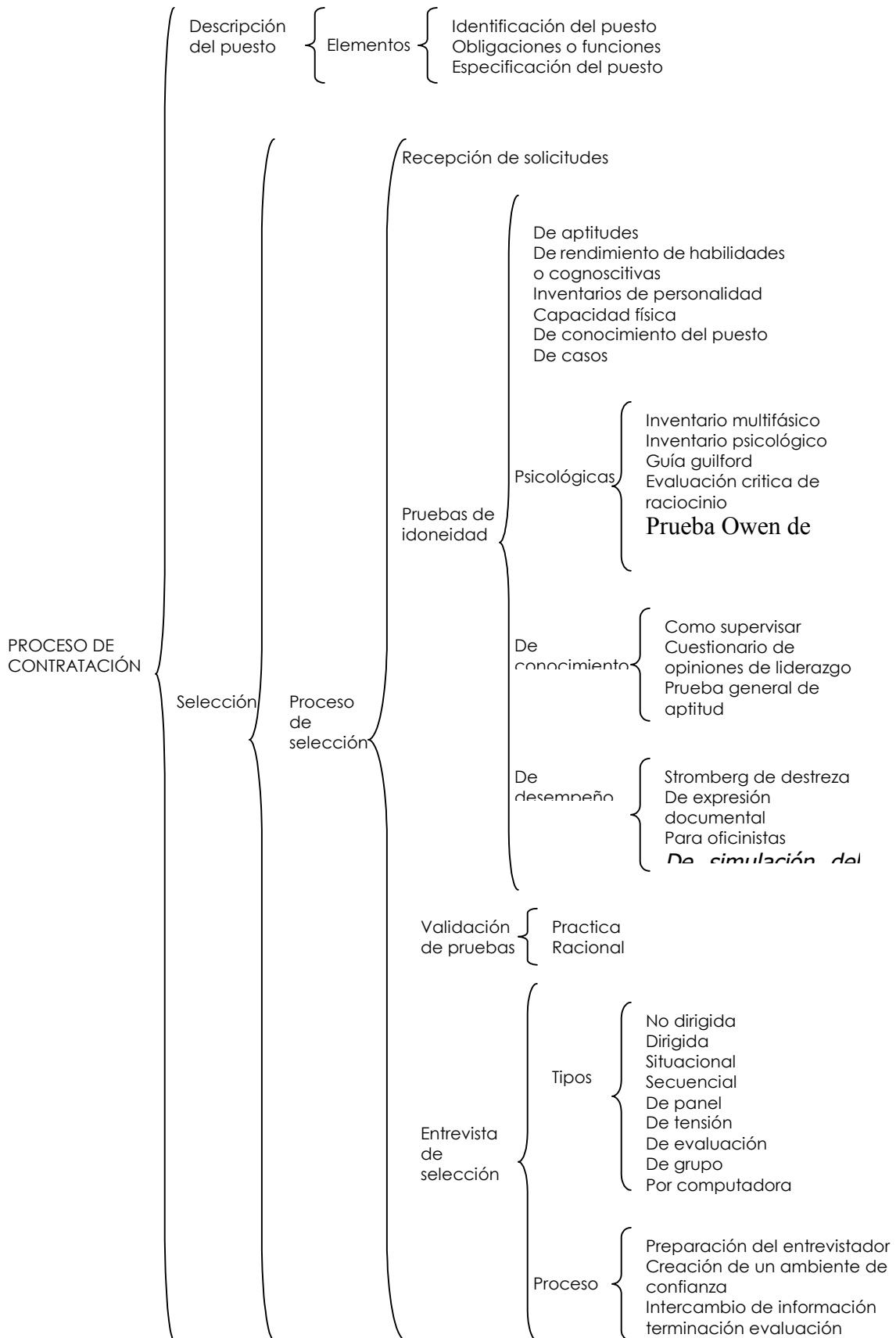
- Representación en forma de tabla
- Representación grafica

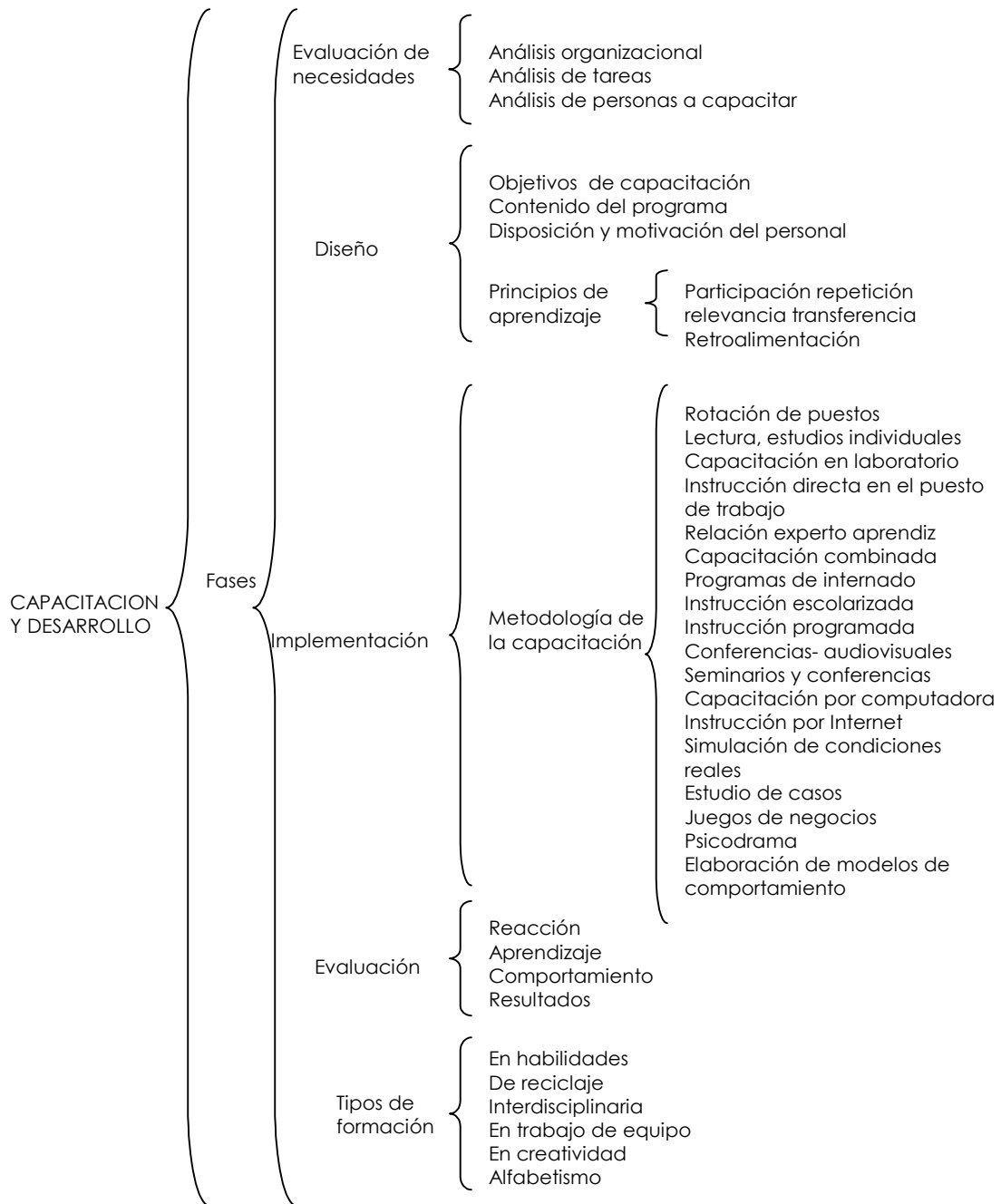
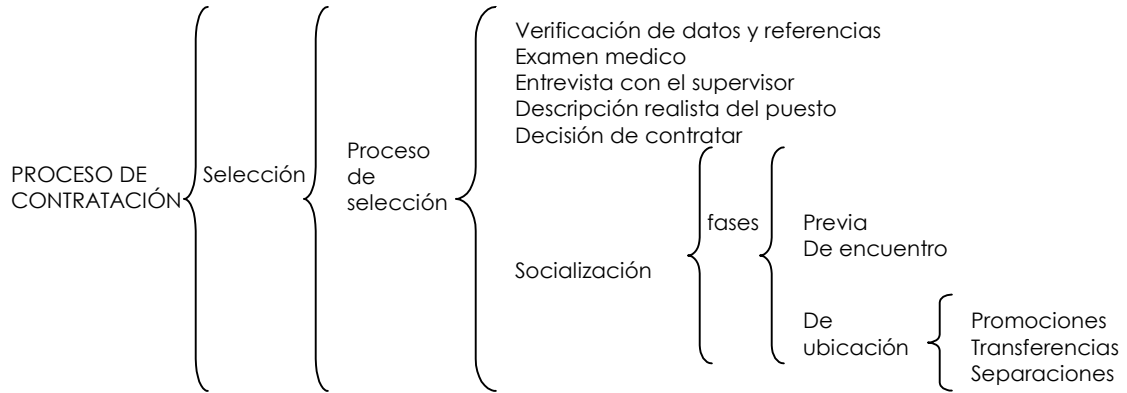


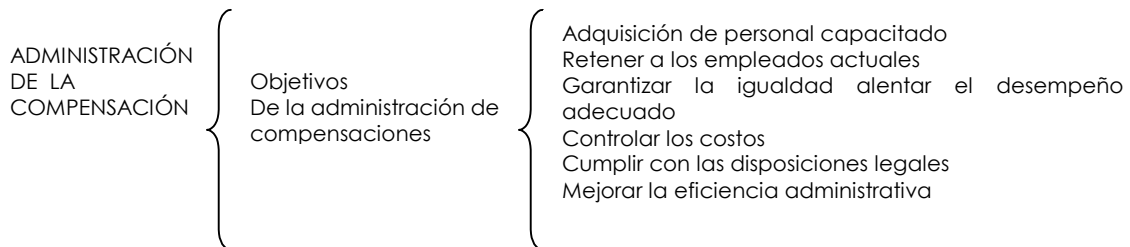
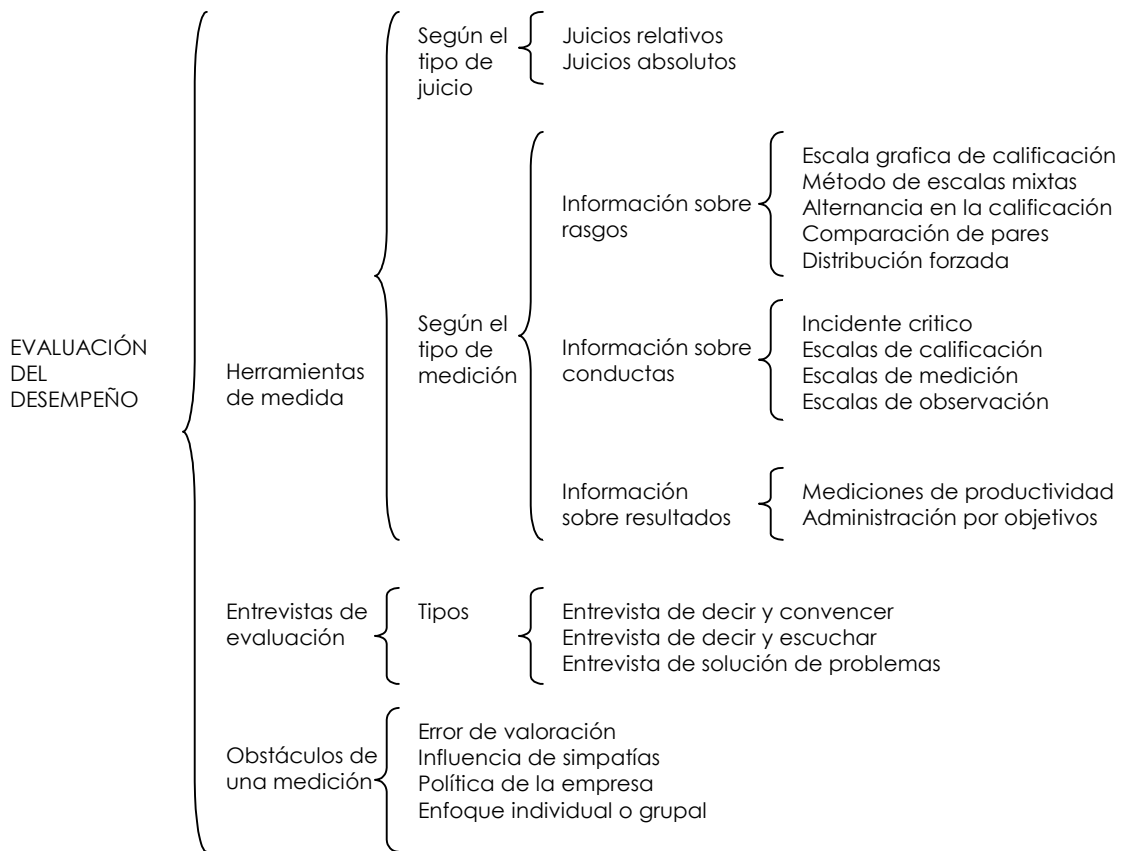
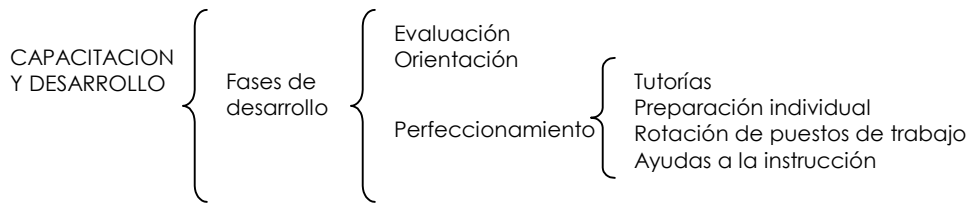


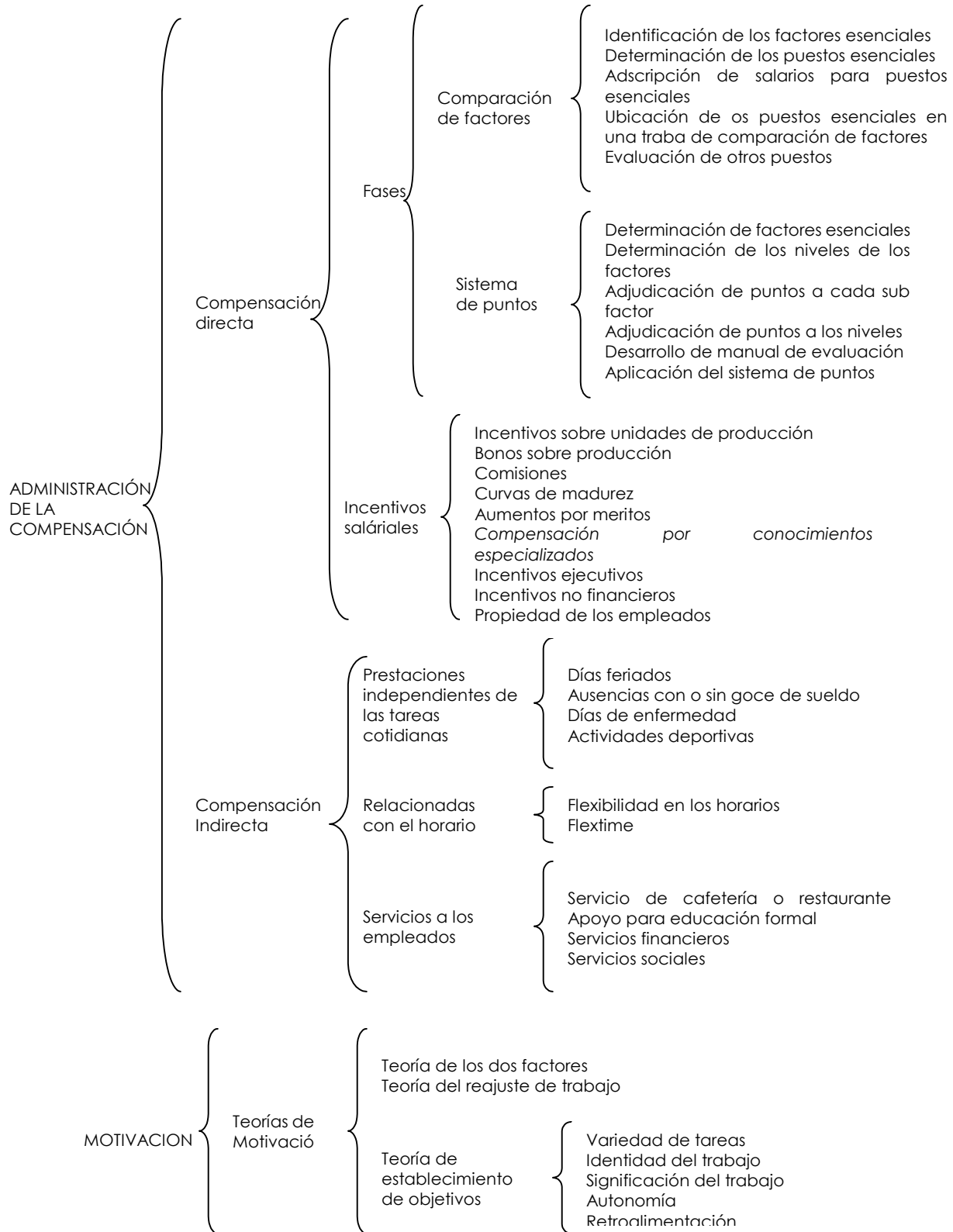
ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS



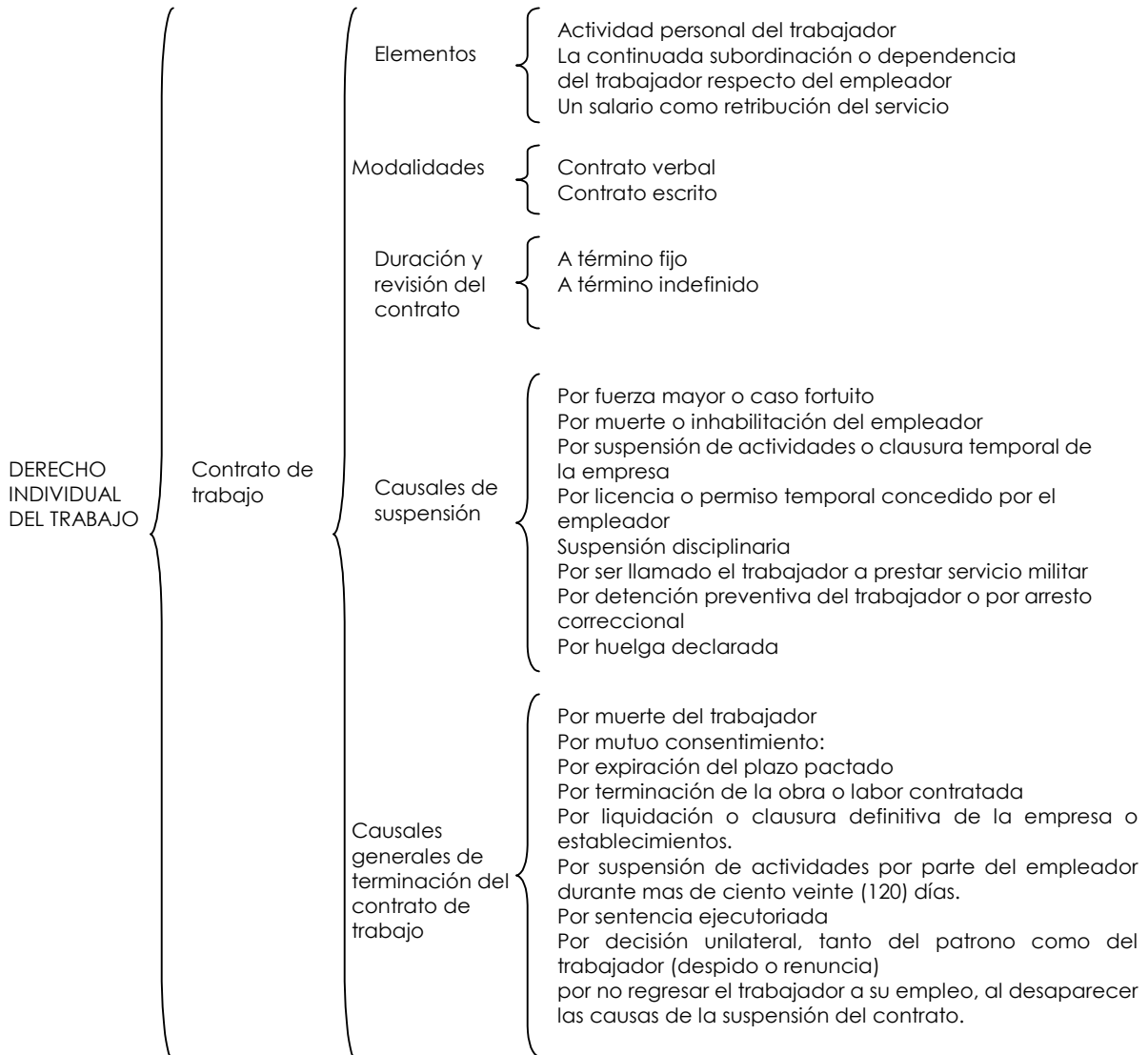
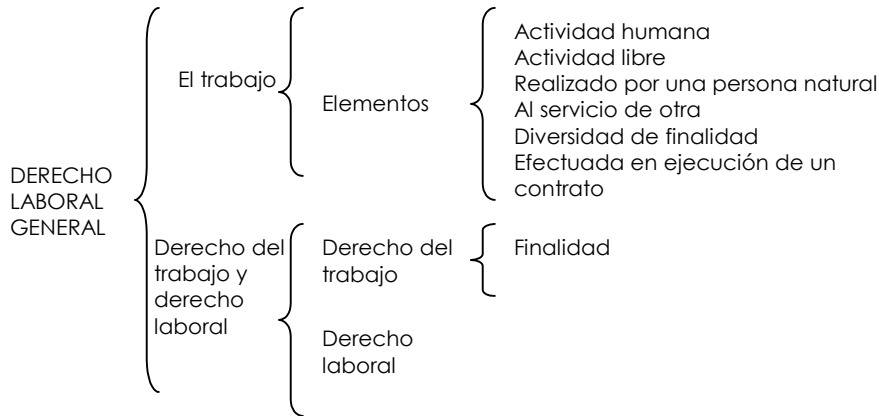


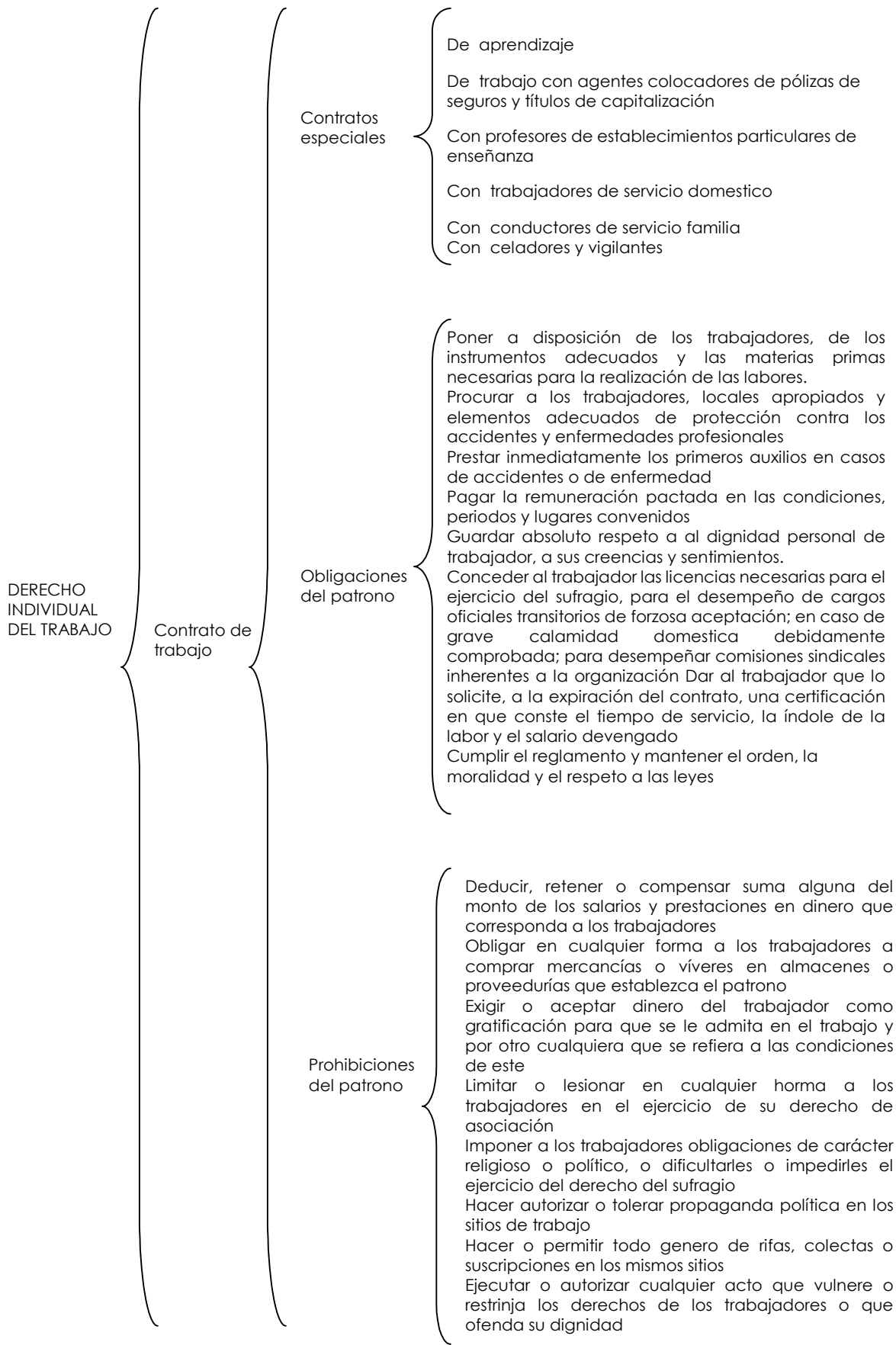


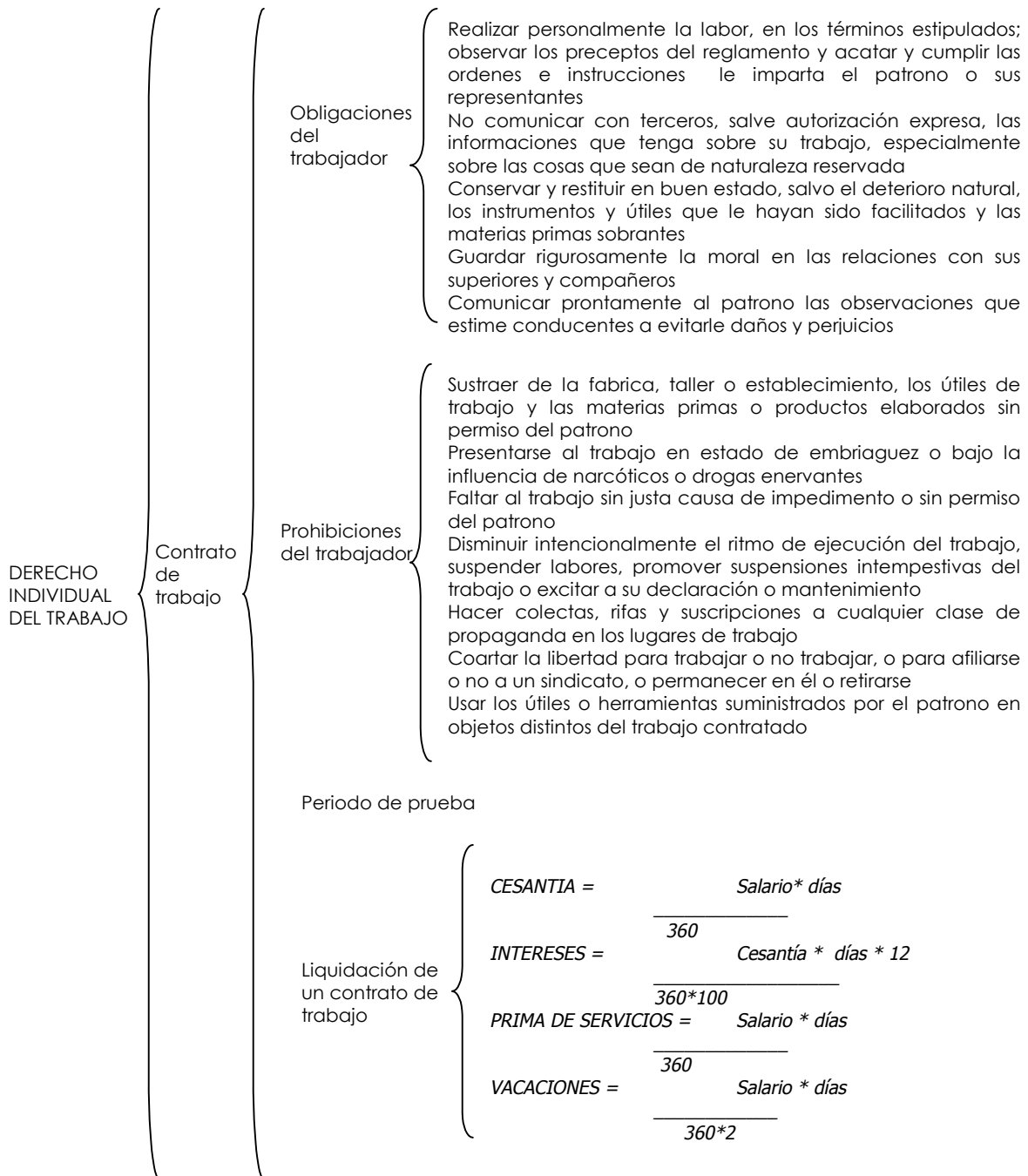




DERECHO LABORAL







DERECHO INDIVIDUAL DEL TRABAJADOR

Reglamento de trabajo

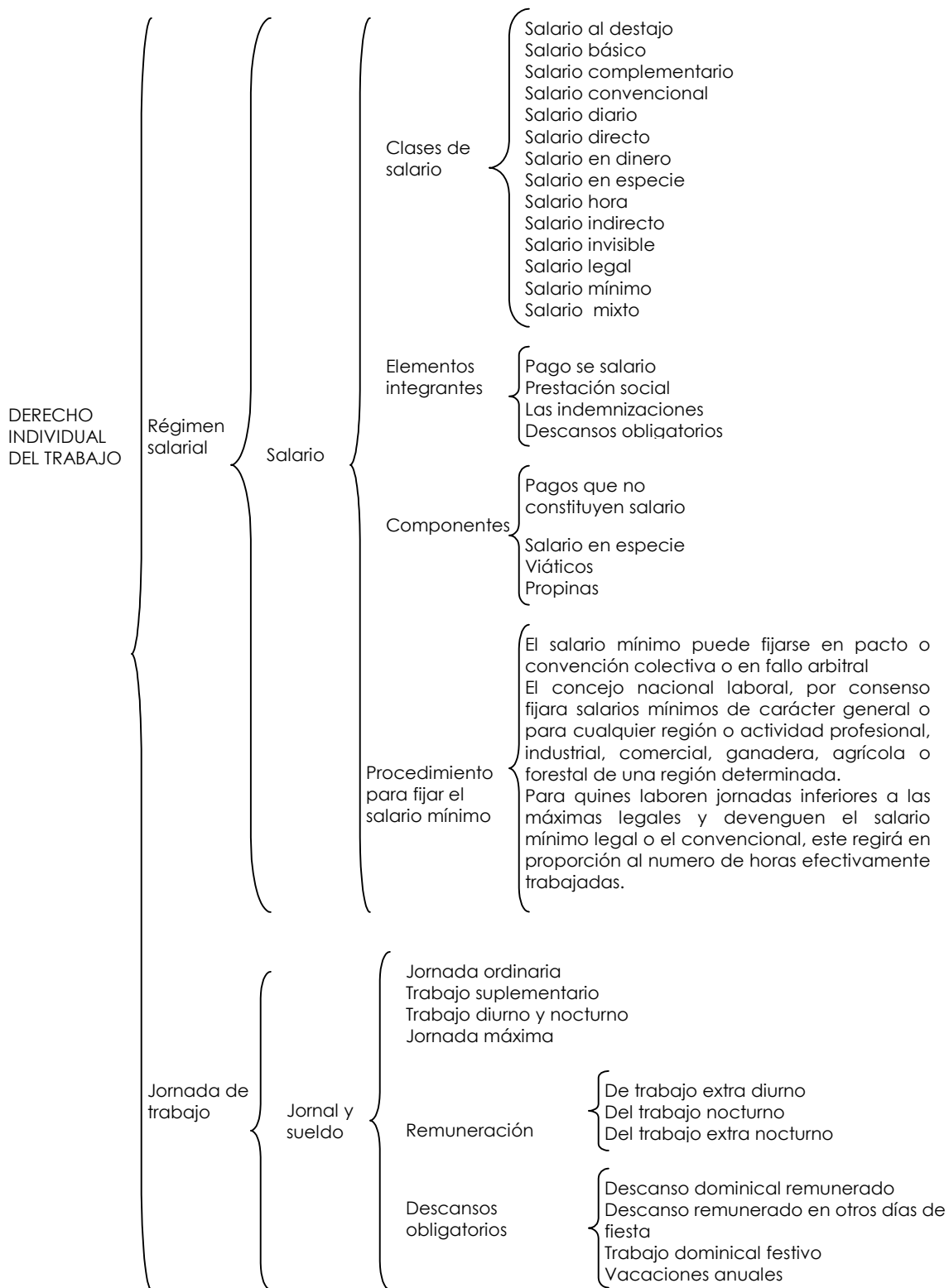
Contenido

- Condiciones de admisión, aprendizaje y periodo de prueba
- Trabajadores accidentales o transitorios
- Horas de entrada y salida de los trabajadores
- Horas extras y trabajo nocturno; su autorización, reconocimiento y pago
- Días de descanso legalmente obligatorio; horas o días de descanso convencional o adicional; vacaciones remuneradas; permisos, especialmente en lo relativo al desempeño de comisiones sindicales, asistencia al entierro de compañeros de trabajo y grave calamidad domestica
- Salario mínimo legal convencional
- Lugar, día, hora de pagos y periodos que los regula
- Tiempo y forma en que los trabajadores deben sujetarse a los servicios médicos que el patrono suministre
- Prescripciones de orden y seguridad
- Indicaciones para evitar que se realicen los riesgos profesionales o instrucciones para prestar los primeros auxilios en caso de accidente
- Orden jerárquico de los representantes del patrono, jefes de sección, capataces y vigilantes
- Especificaciones de las labores que no deben ejercitar las mujeres y los menores de dieciséis años
- Normas especiales que se deben guardar en las diversas clases de labores
- Obligaciones y prohibiciones especiales para el patrono y los trabajadores
- Escala de altas y procedimientos especiales para su comprobación; escalas de sanciones disciplinarias y forma de aplicación
- La persona o personas ante quienes se deben presentar los reclamos del personal y tramitación de estos
- Prestaciones adicionales a las legalmente obligatorias, si existieren
- Publicación y vigencia del reglamento.

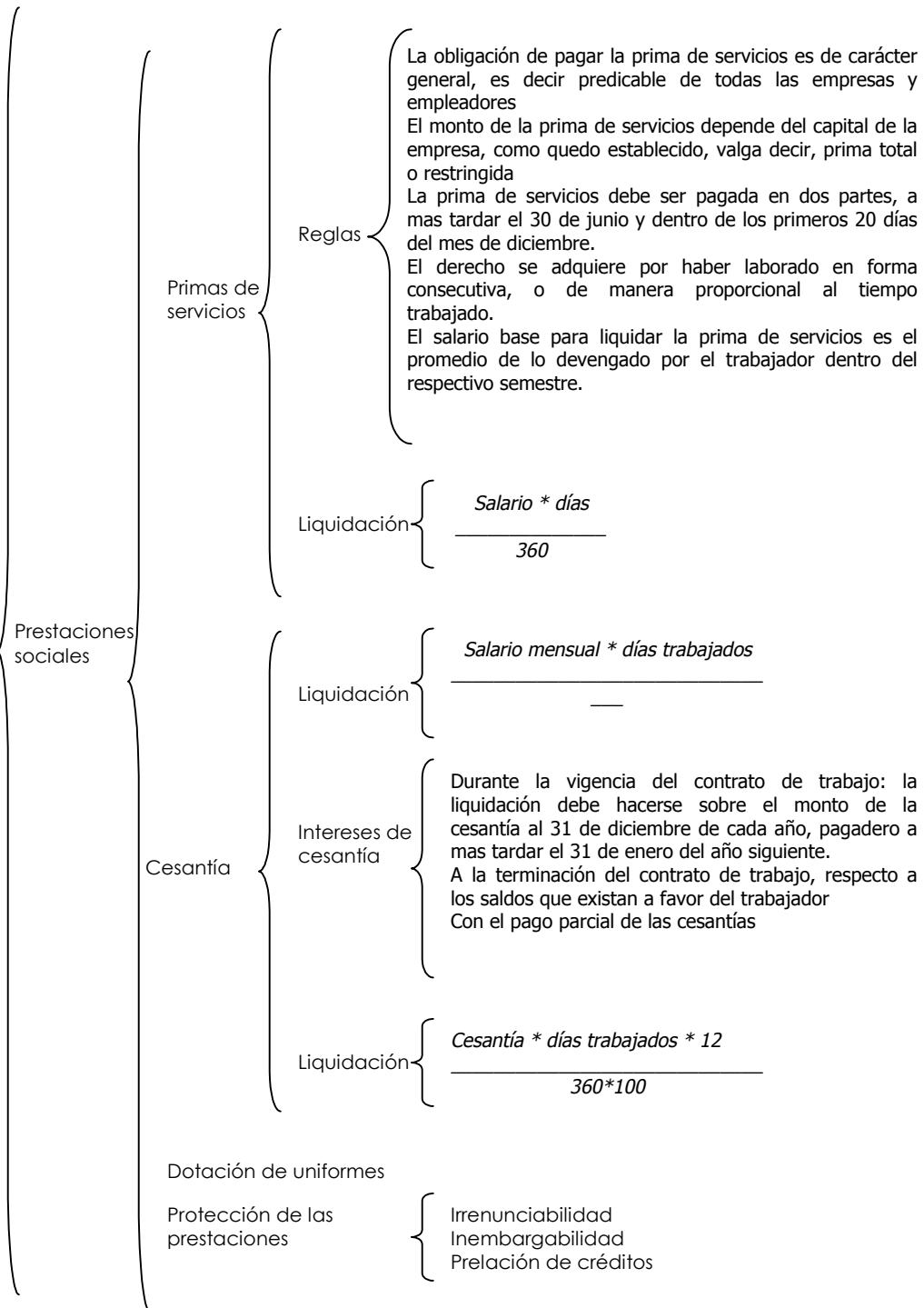
Higiene y seguridad

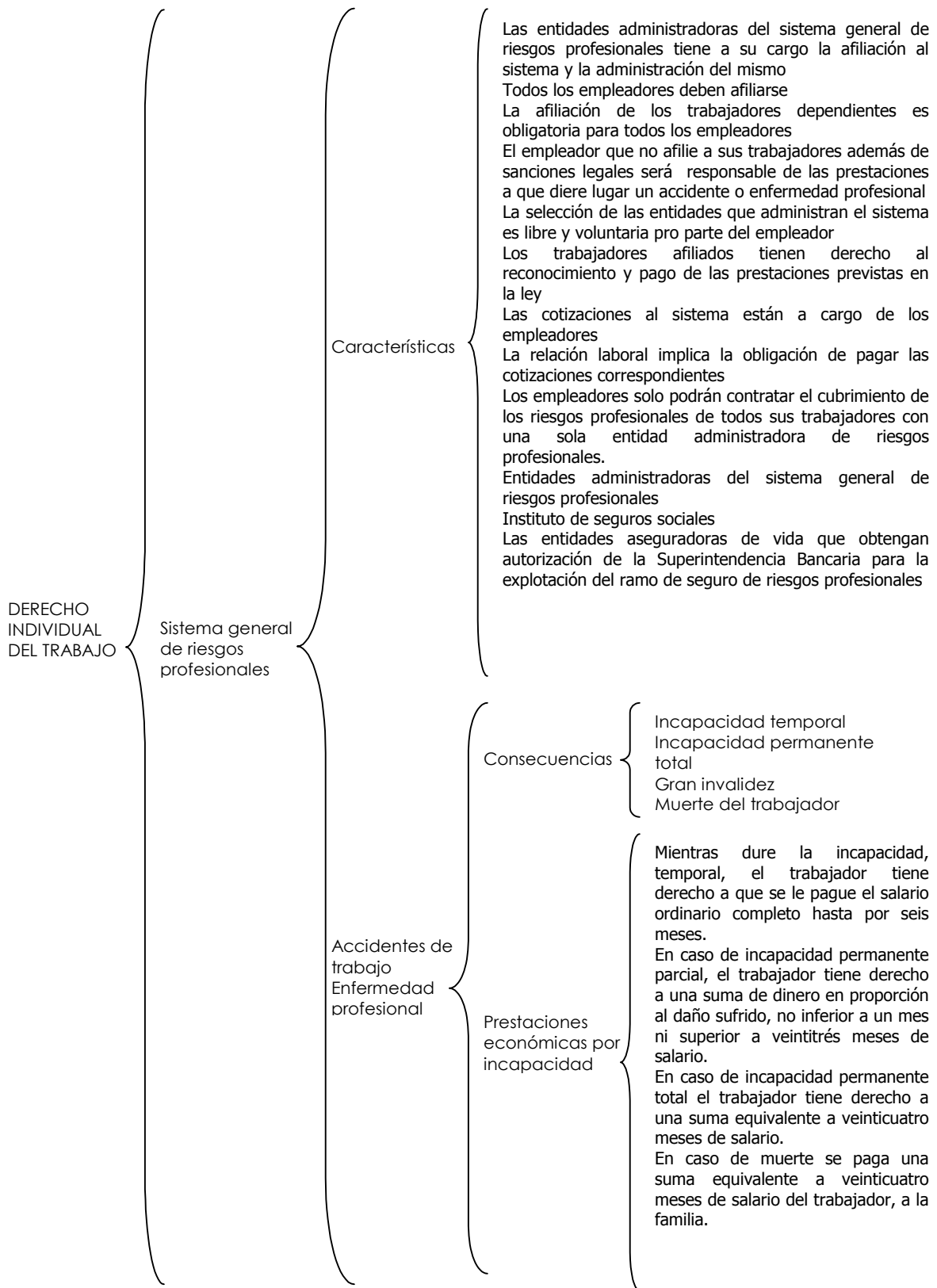
Contenido Reglamento de Higiene y

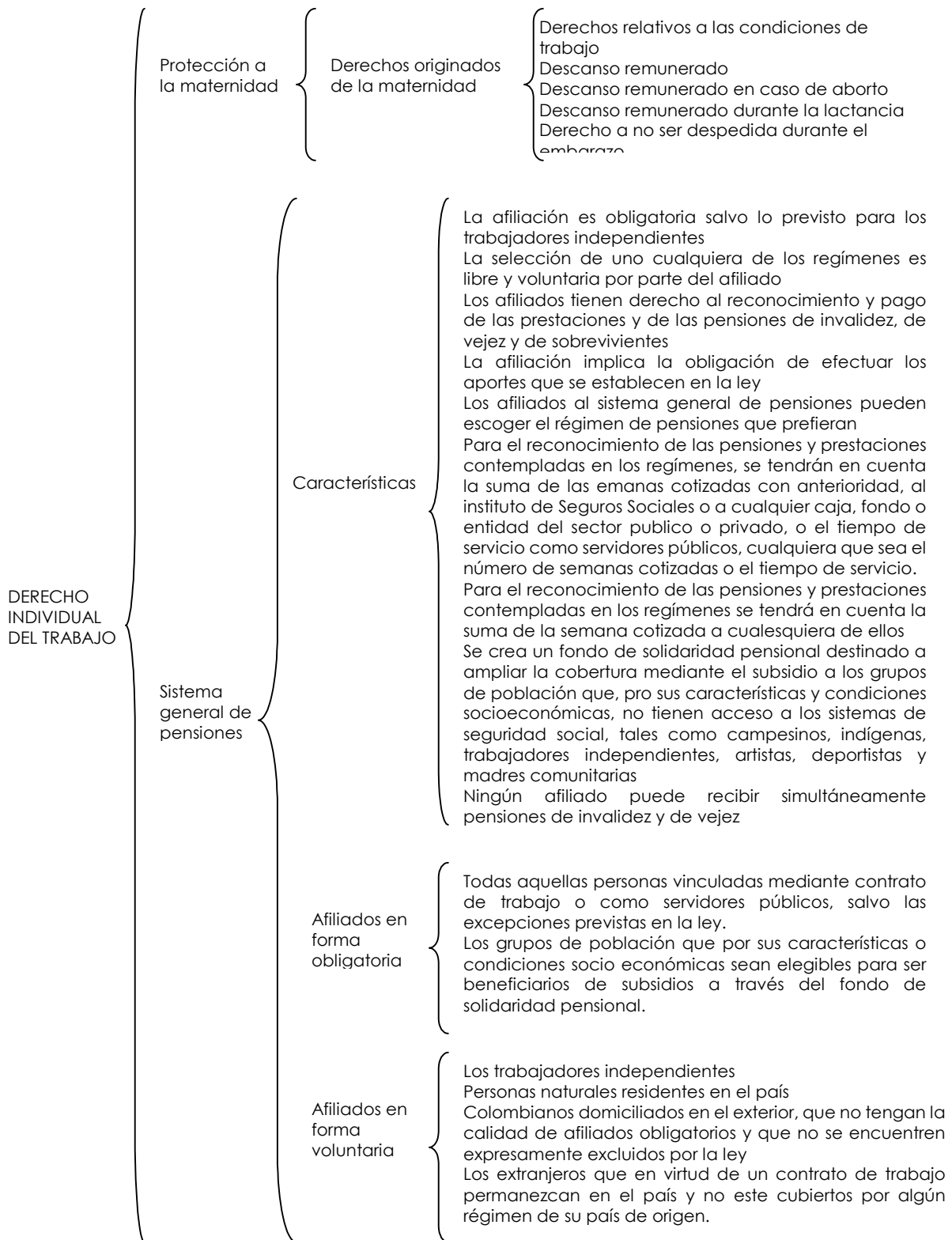
- Protección e higiene personal de los trabajadores
- Prevención de accidentes y enfermedades
- Servicio medico, sanidad del establecimiento, y salas cunas en su caso
- Prohibición de facilitar alojamiento en edificios de industrias peligrosas o insalubres
- Provisión de sillas para trabajadores en tiendas, boticas, fabricas, talleres y establecimientos similares.
- Cuando se trate de trabajos con soldadura eléctrica, las condiciones que deben reunir los locales y los elementos de protección para los trabajadores
- Normas especiales, cuando se trate de empresas de energía eléctrica, en los depósitos de explosivos de materiales inflamables y demás elementos peligrosos
- Higiene en las empresas agrícolas, ganaderas y forestales

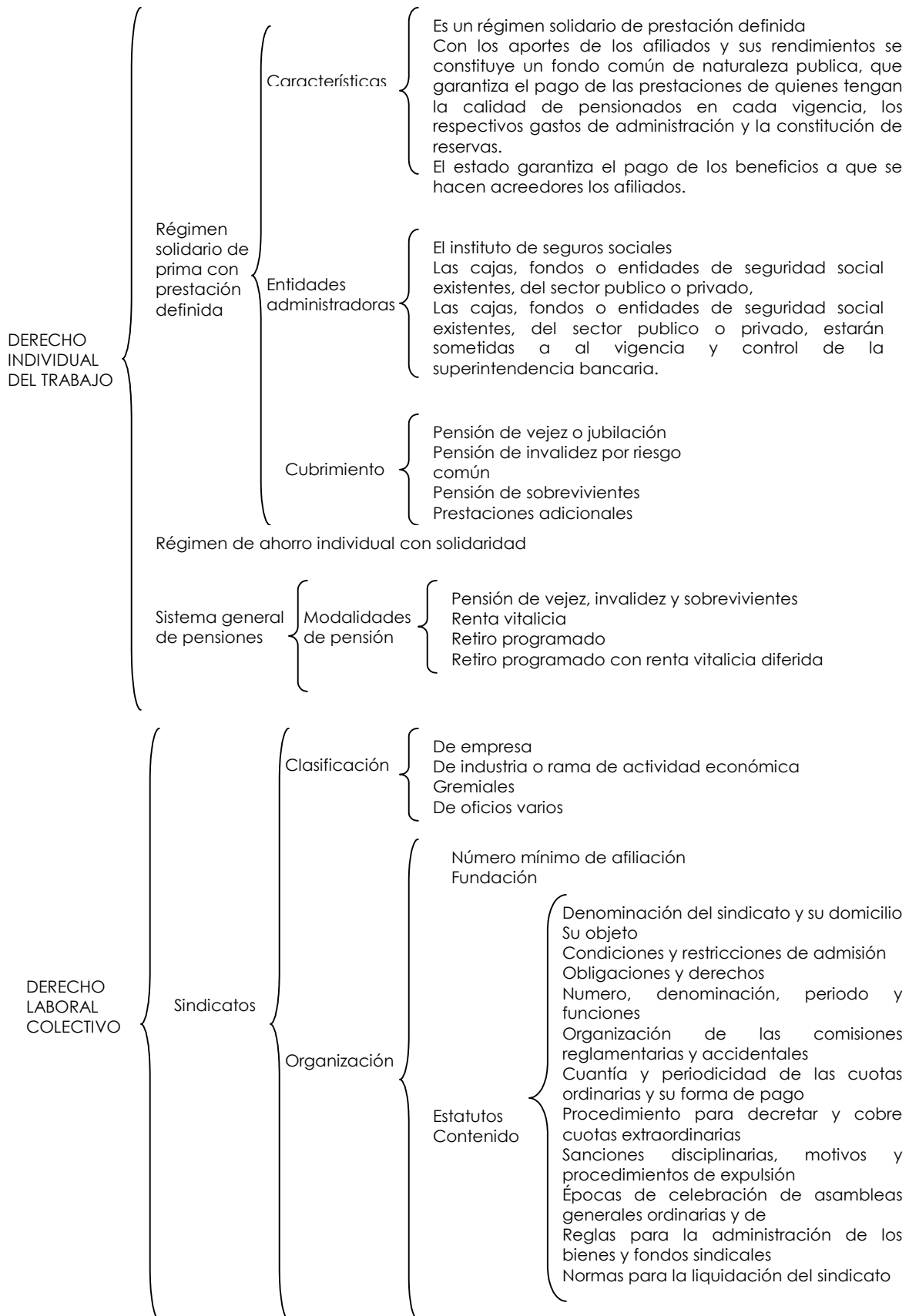


DERECHO INDIVIDUAL DEL TRABAJO

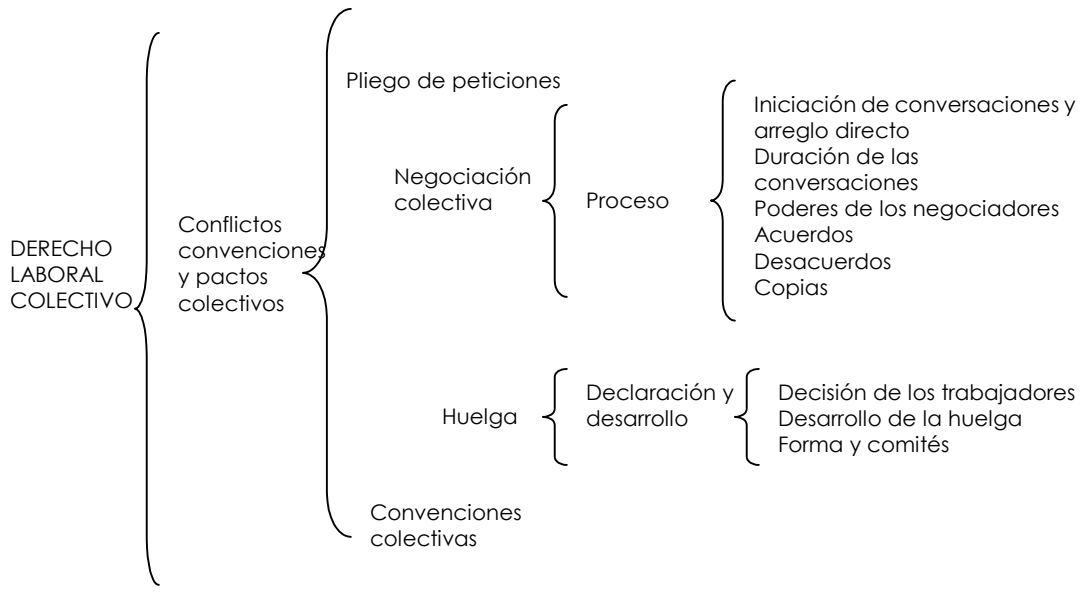




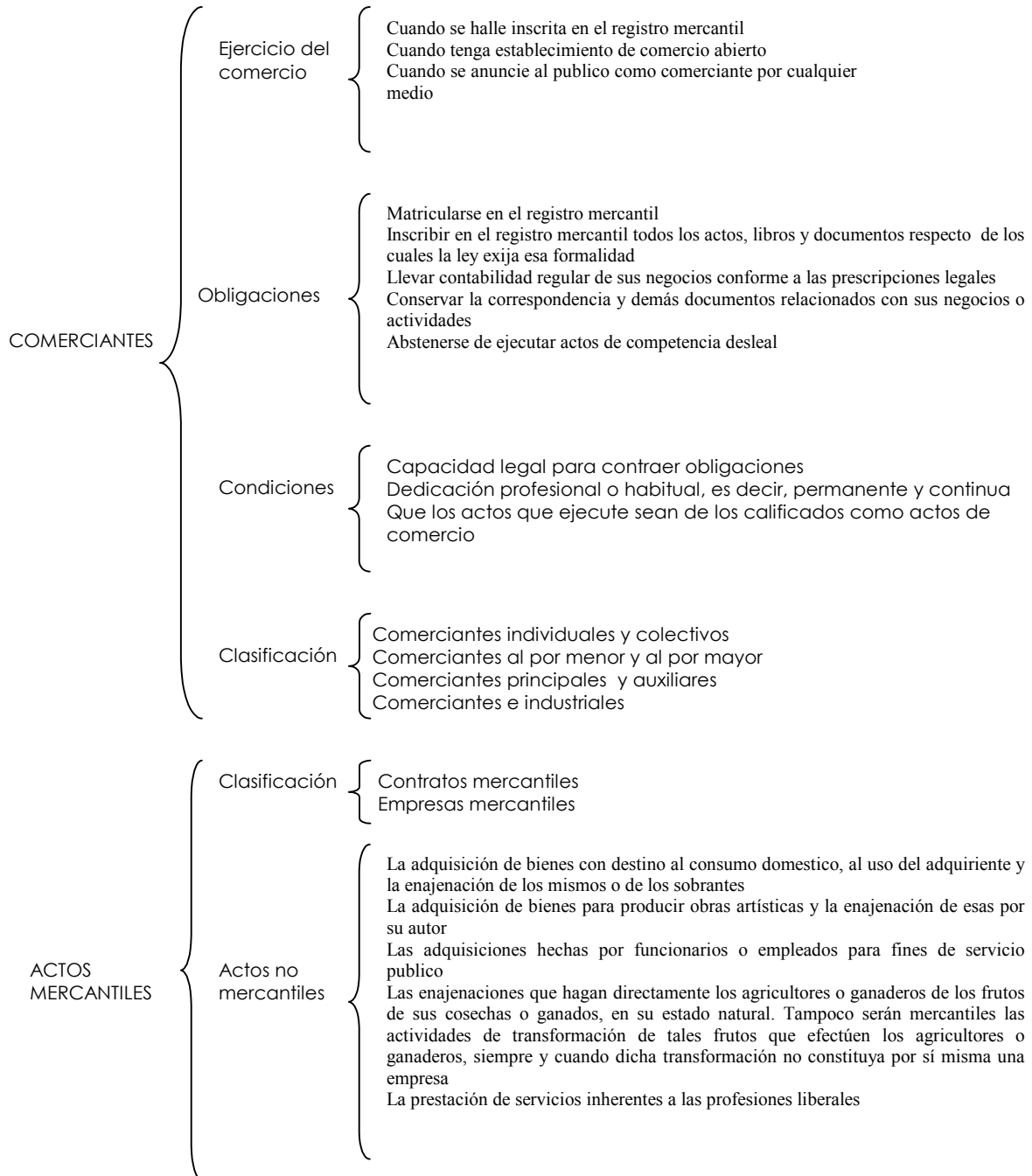








DERECHO COMERCIAL



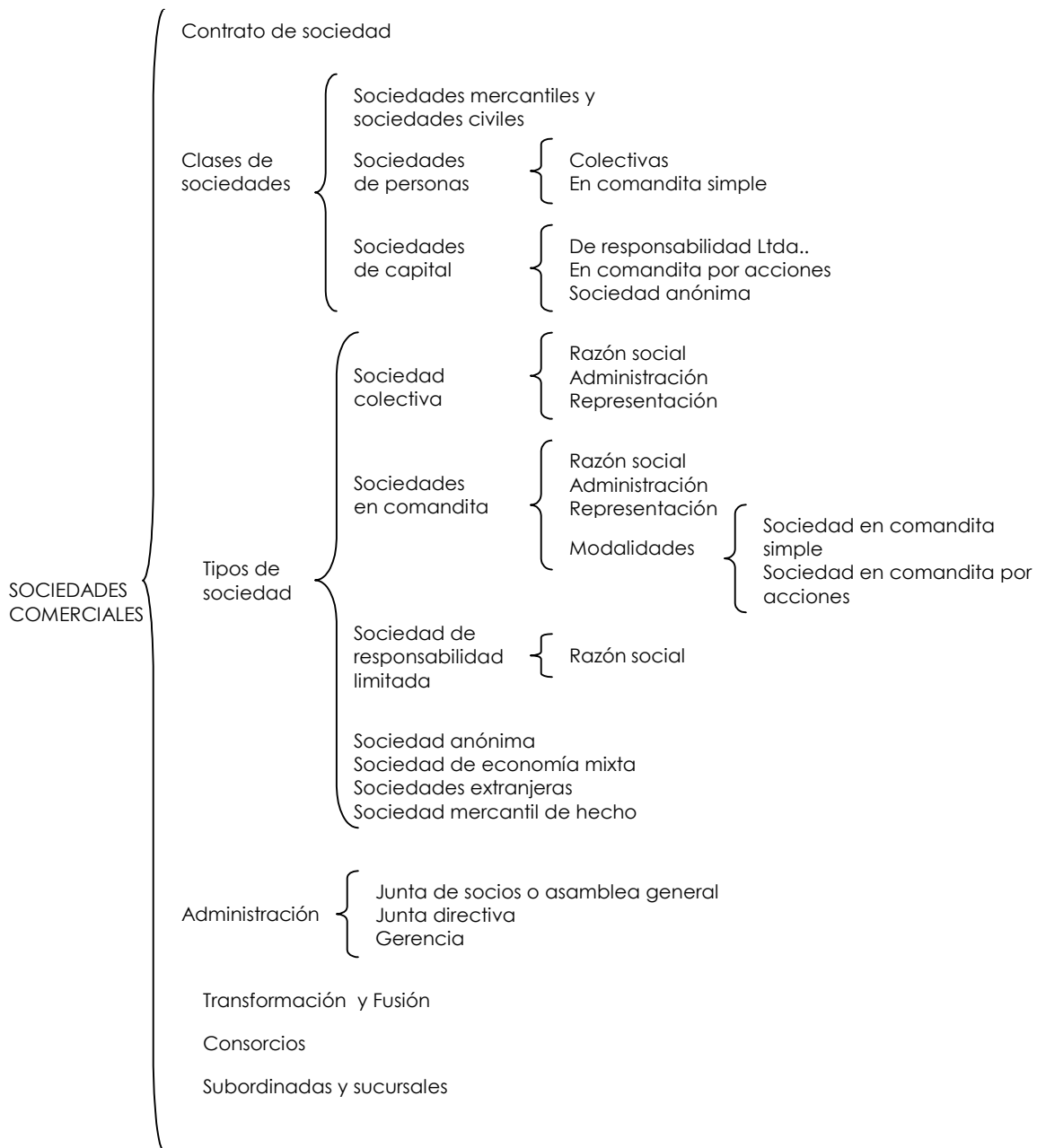
REGISTRO MERCANTIL { Funciones { Oponibilidad
Autenticidad
Saneabilidad
Competencia desleal

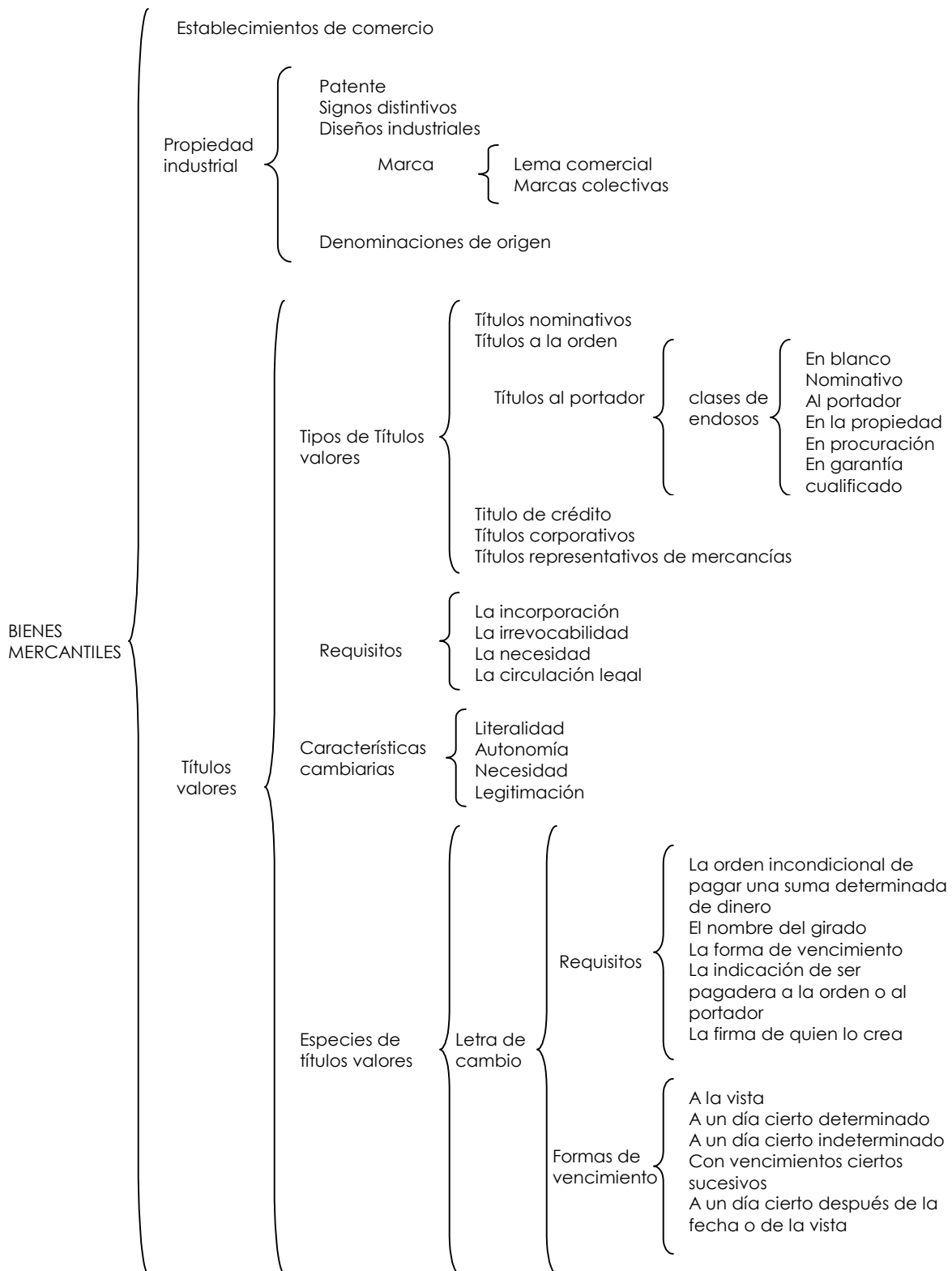
LIBROS DE COMERCIO { Libros que debe llevar el comerciante { Diario
El mayor
El libro de inventarios y balances
Auxiliares
Correspondencia
Libros de actas
Libro de registro

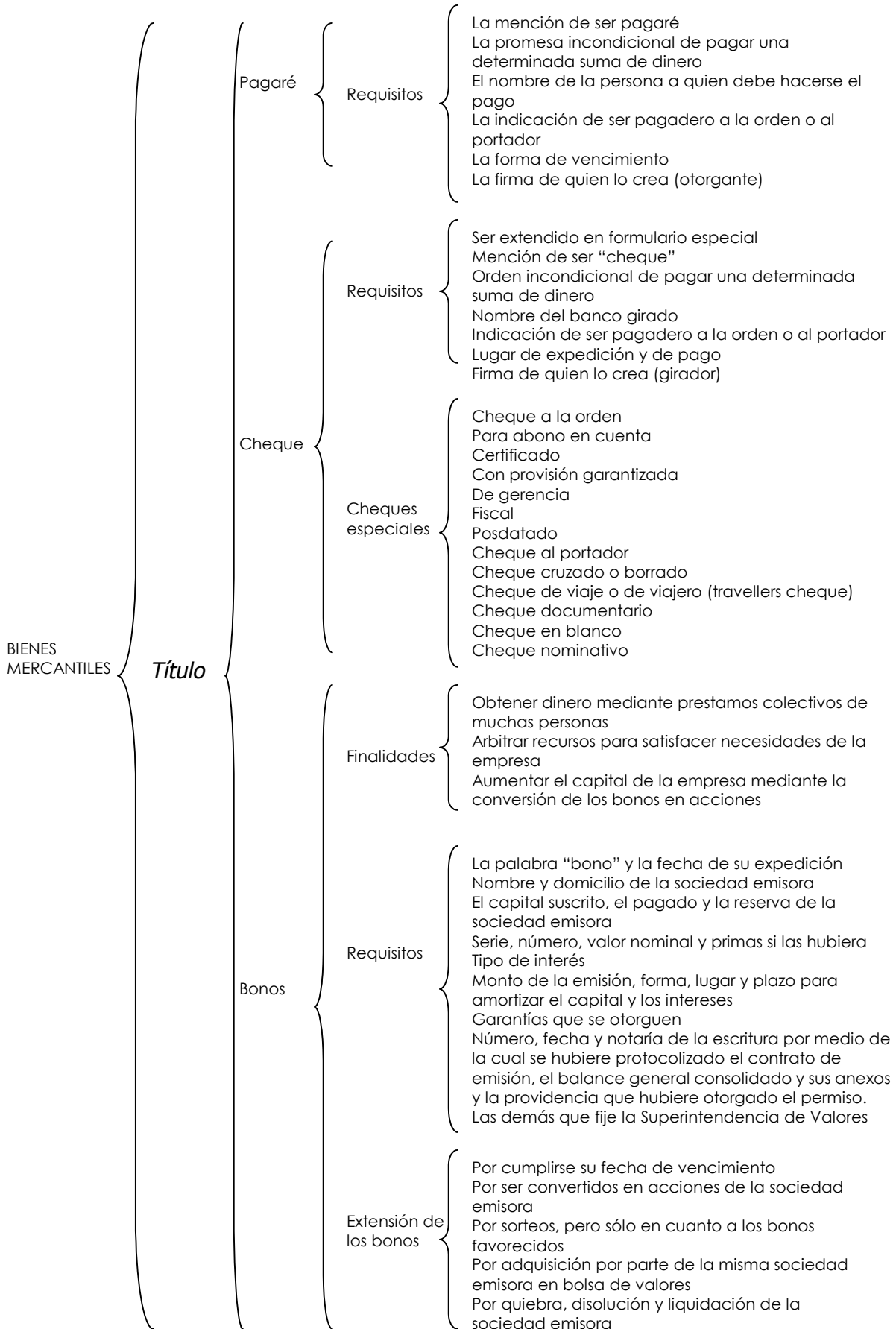
Características { Integridad material o física
Integridad formal
Identidad de su dueño

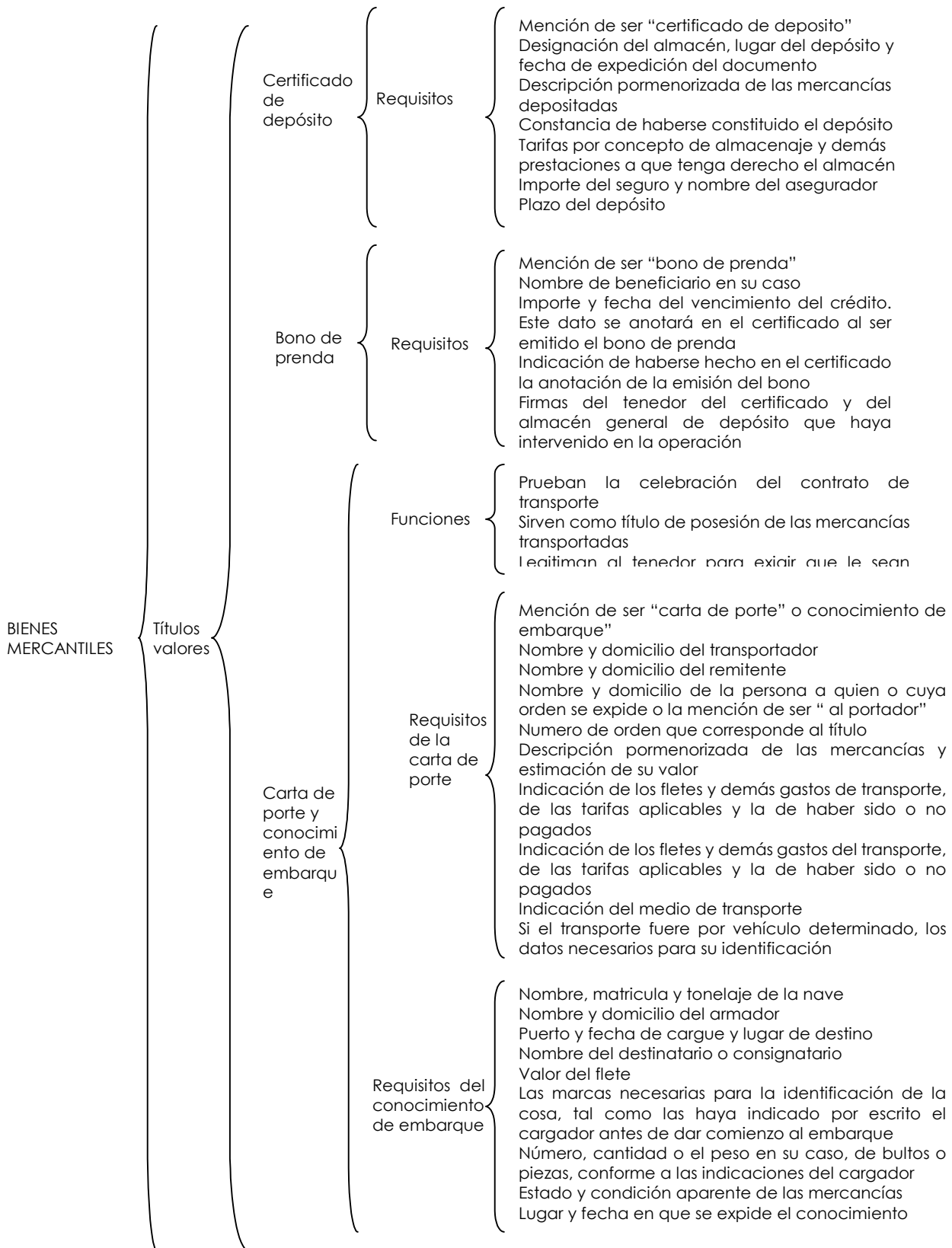
CÁMARAS DE COMERCIO { Clasificación { Cámaras de comercio cuya sede principal esta ubicada en capital de departamento
Cámaras de comercio cuya sede principal este localizada en capitales de independencias y comisarias y otros municipios del territorio nacional

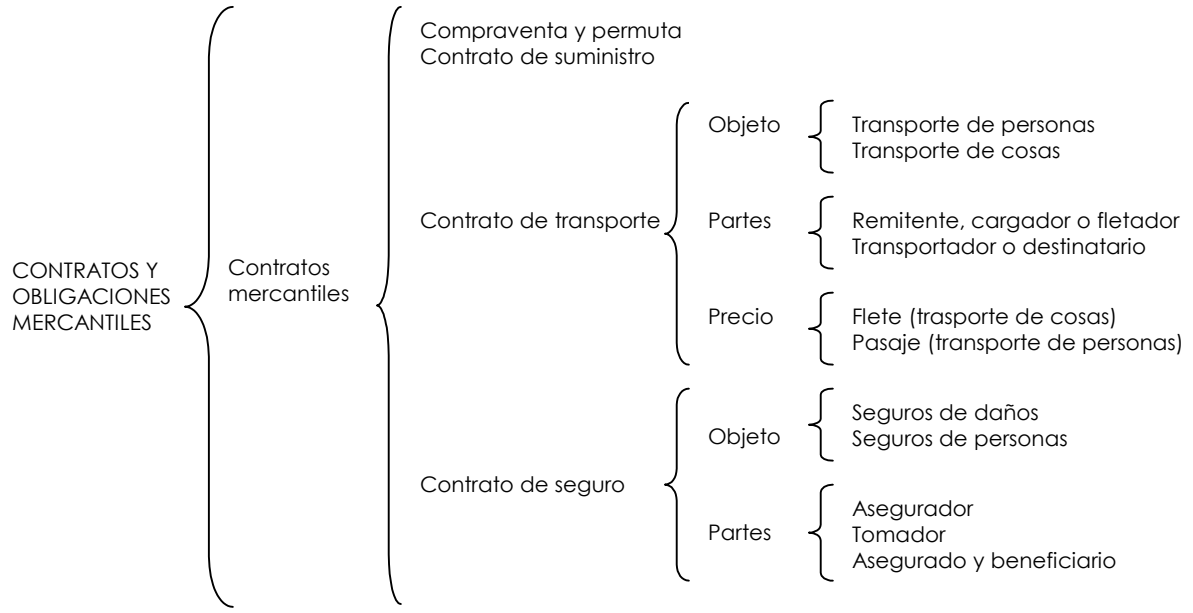
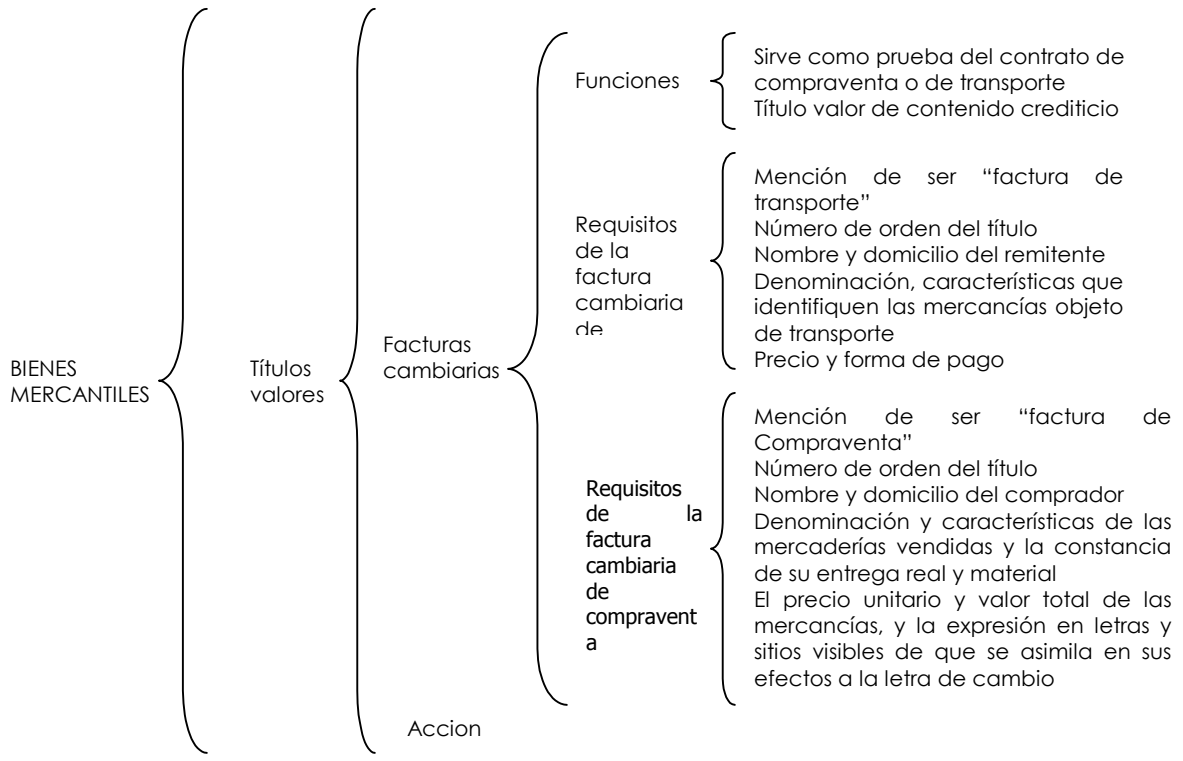
Funciones { Servir como órgano de los intereses generales del comercio ante el gobierno y ante los comerciantes mismos
Hacer investigaciones económicas sobre aspectos o ramos específicos del comercio interior o exterior
Formular recomendaciones a los órganos estatales encargados del manejo del respectivo sector
Llevar el registro mercantil y clarificar sobre los actos y documentos inscritos en él
Publicar en sus boletines y órganos de comunicación las inscripciones hechas en el registro mercantil y dar la noticia de toda modificación, cancelación o alteración que se haga en dichas inscripciones
Recopilar las costumbres mercantiles en su jurisdicción y certificarlas una vez recopiladas
Designar árbitros que les soliciten los particulares para la solución de sus conflictos
Servir de tribunales de arbitramento para resolver las diferencias que les encomienden los contratantes, en cuyo caso el tribunal se integrará con todos los miembros de la junta directiva
Prestar sus buenos oficios a los comerciantes para hacer arreglos entre acreedores y deudores, como amigables componedores
Organizar exposiciones y conferencia, así como editar los estudios y los informes relacionados con los objetivos que desarrollan
Darse su propio reglamento y someterlo a la aprobación de la Superintendencia de Industria y Comercio
Rendir en el mes de enero de cada año, al Superintendente de Industria y Comercio, un informe sobre las labores realizadas en el año anterior

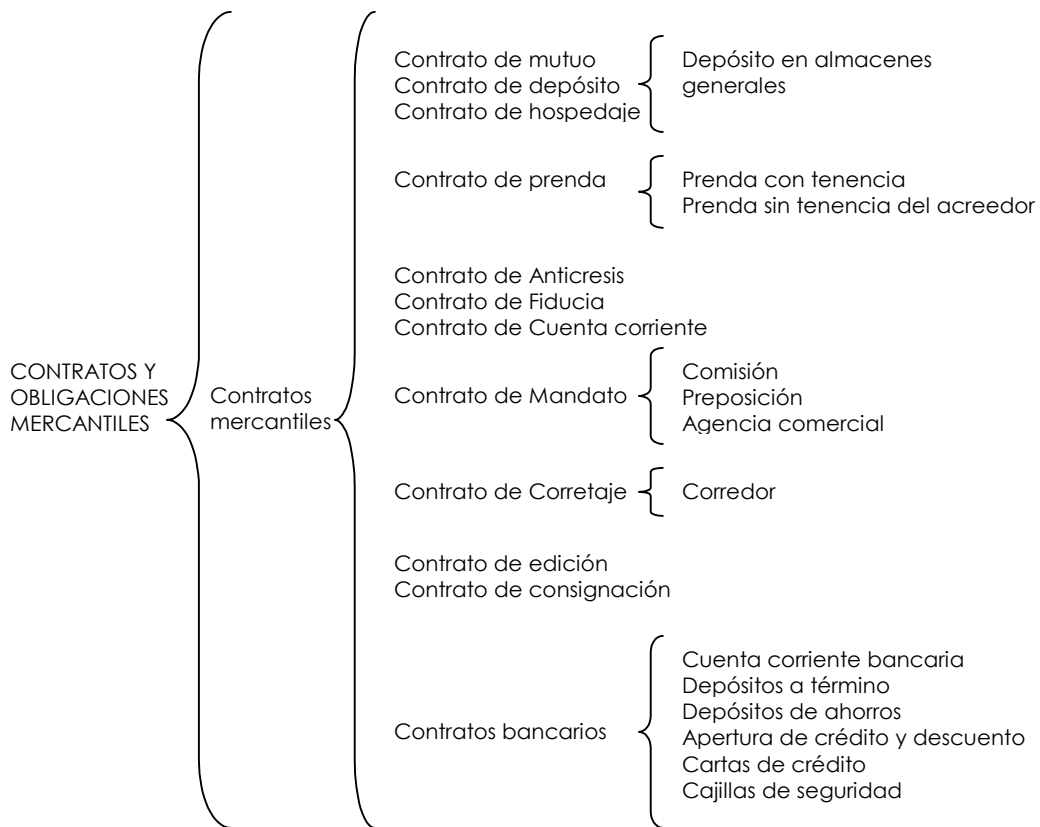




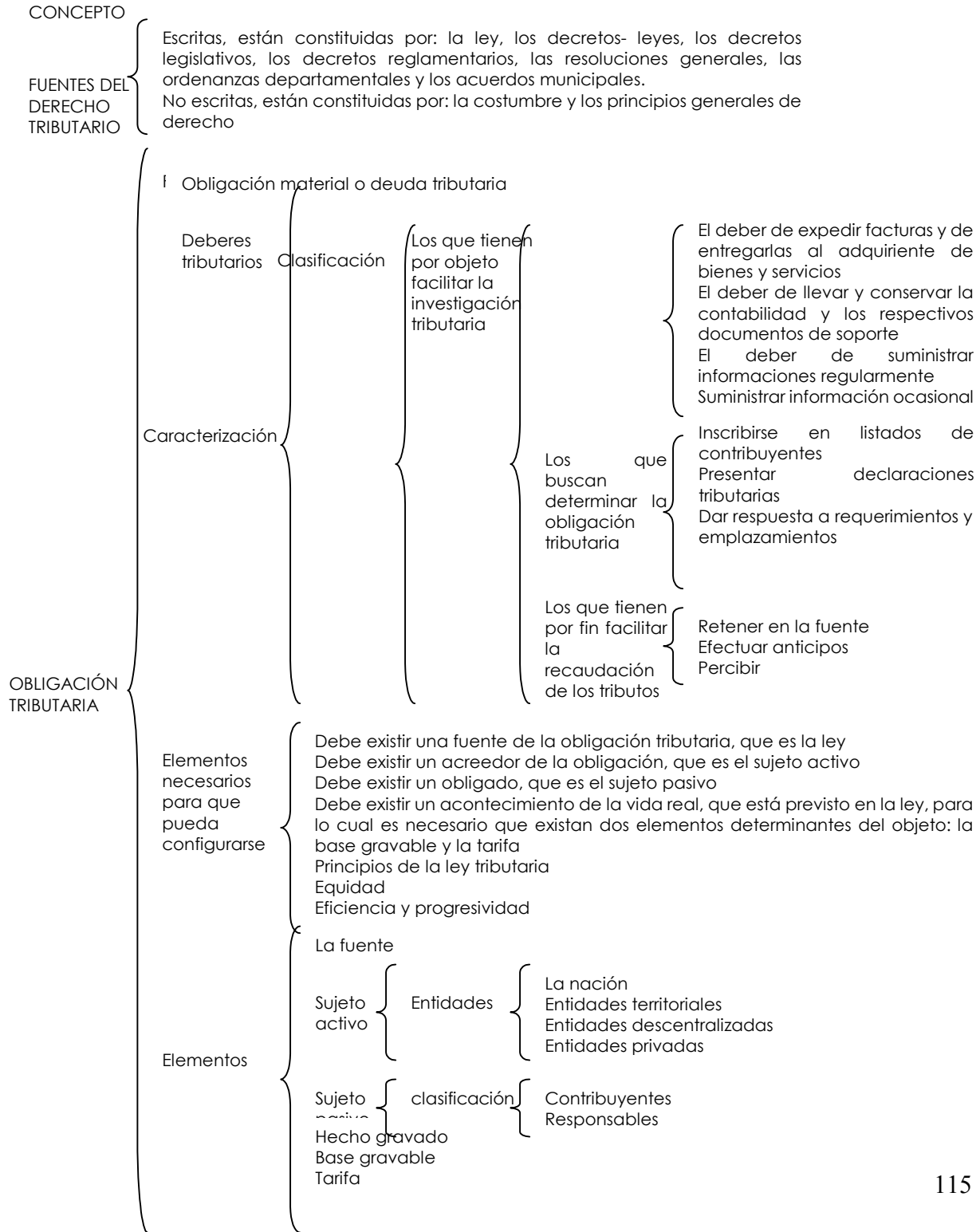


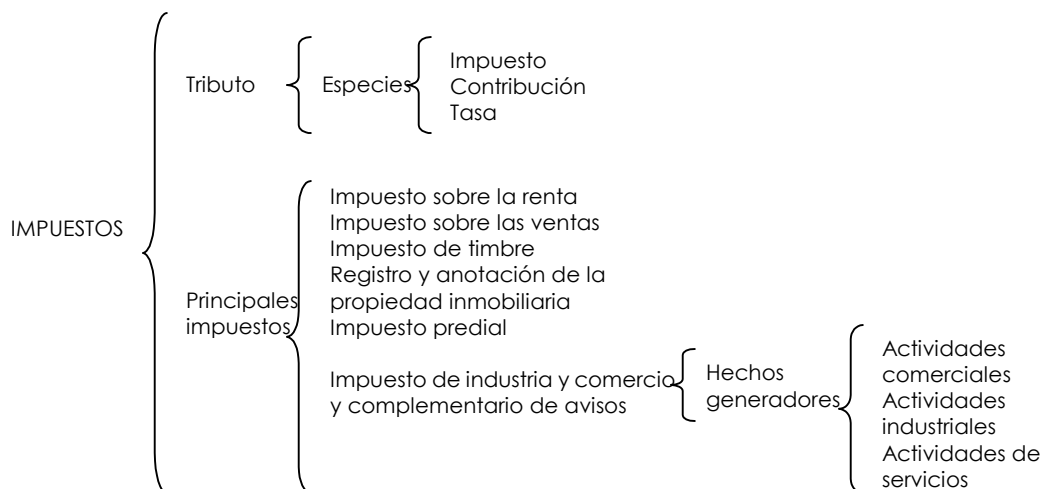
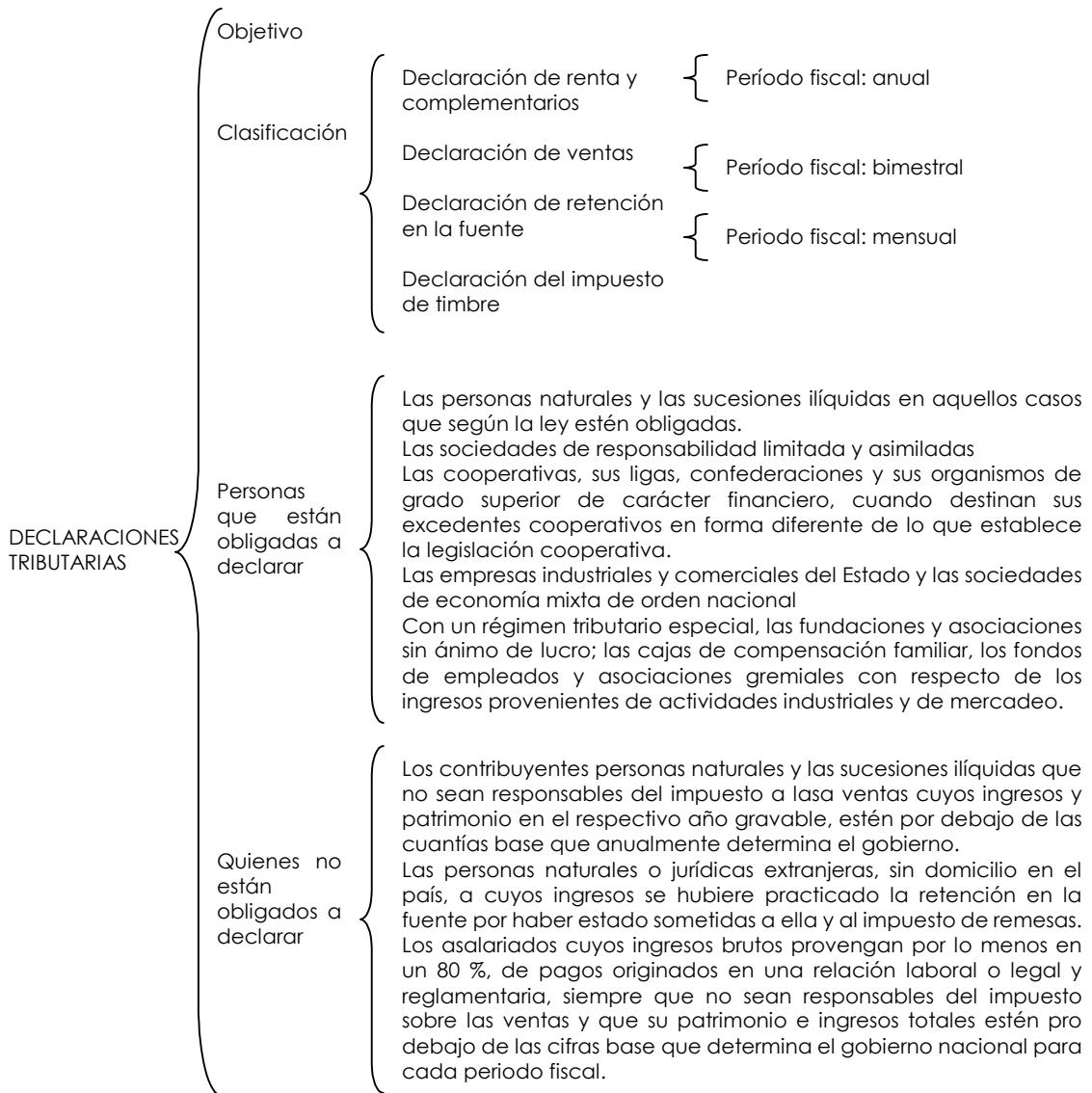


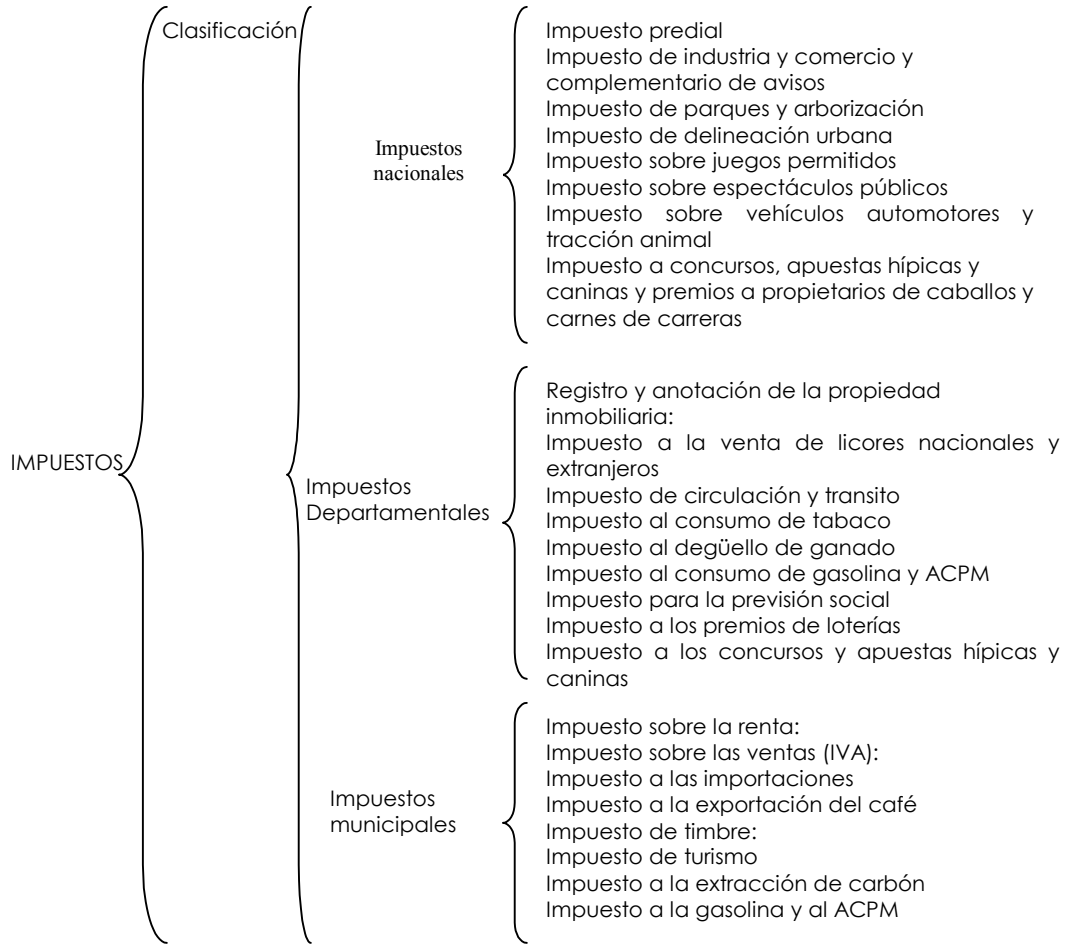




DERECHO TRIBUTARIO







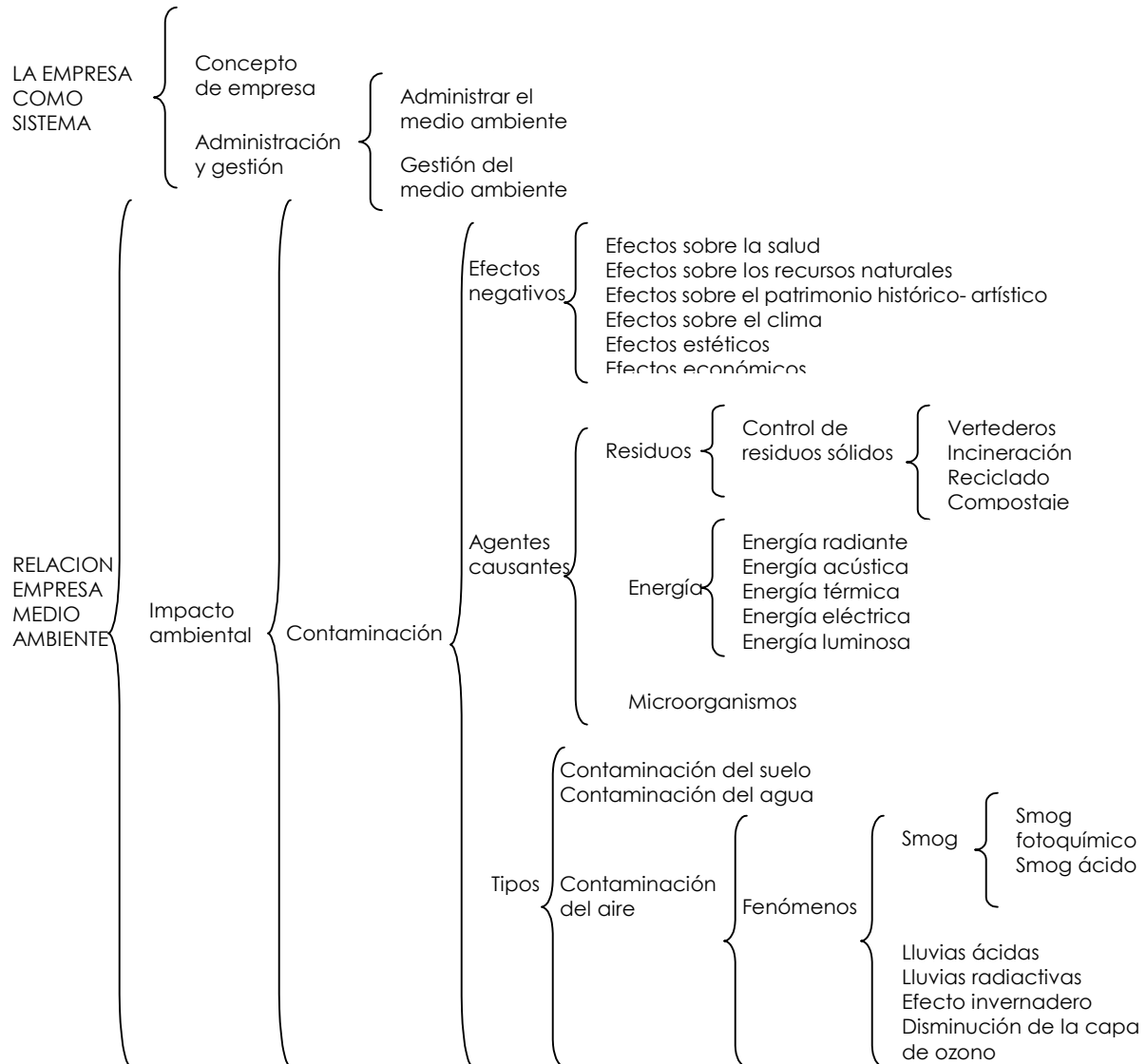
GESTION DEL MEDIO AMBIENTE

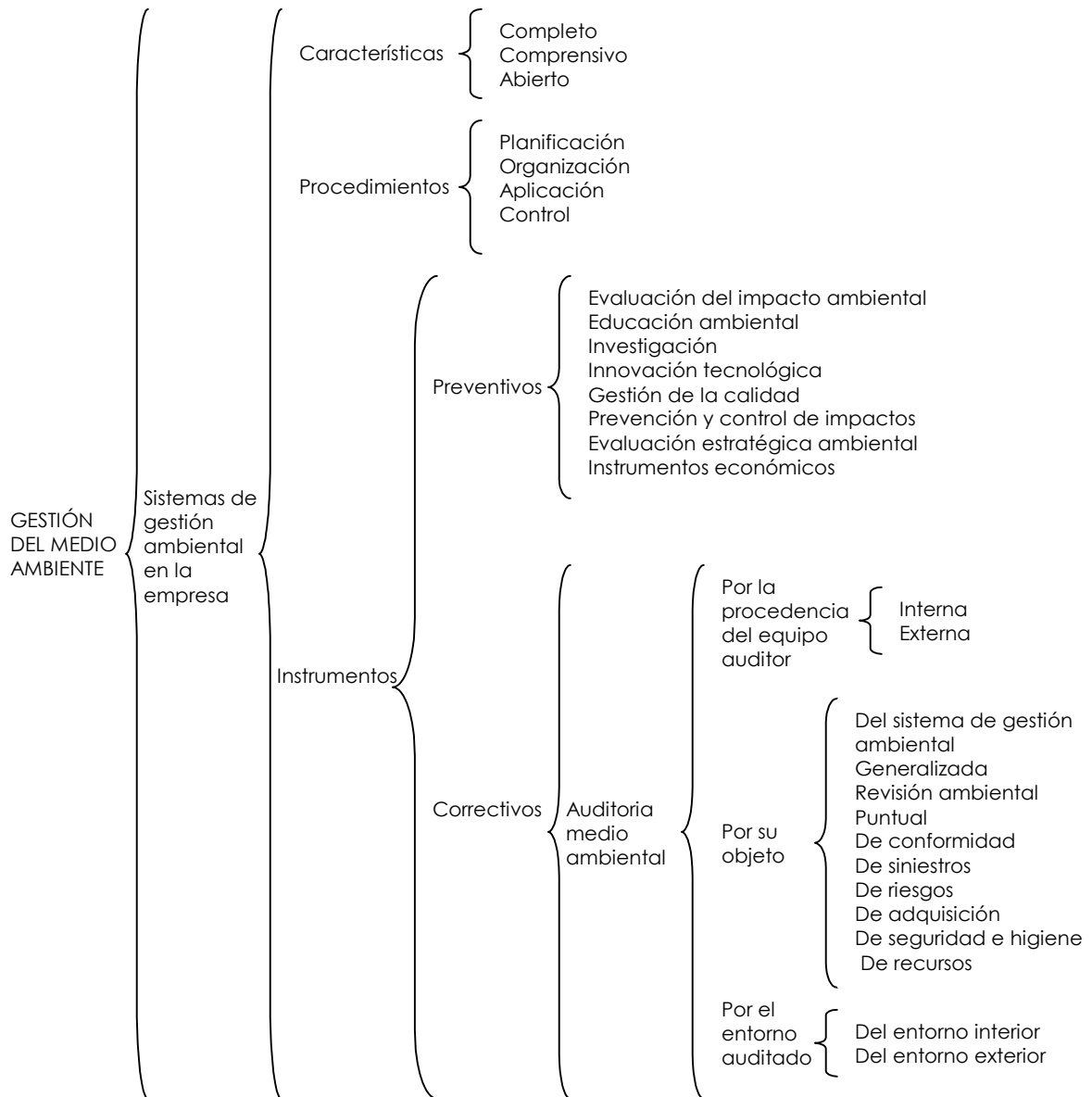
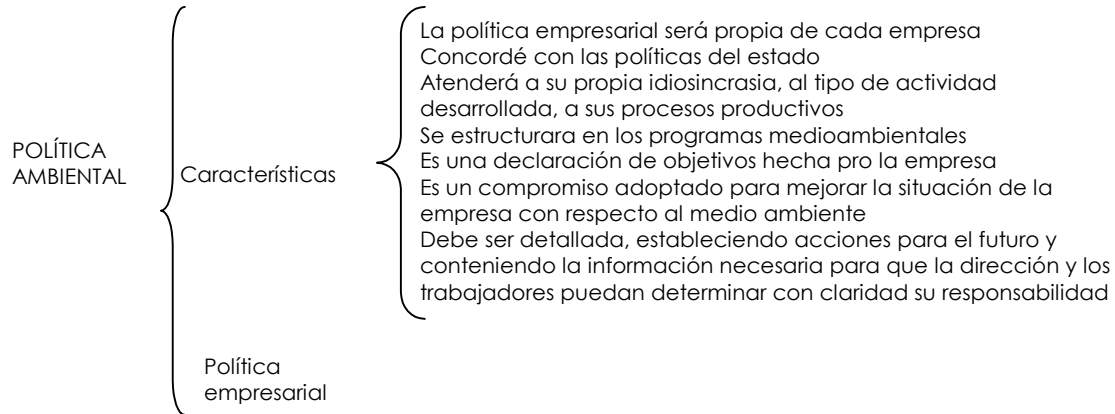


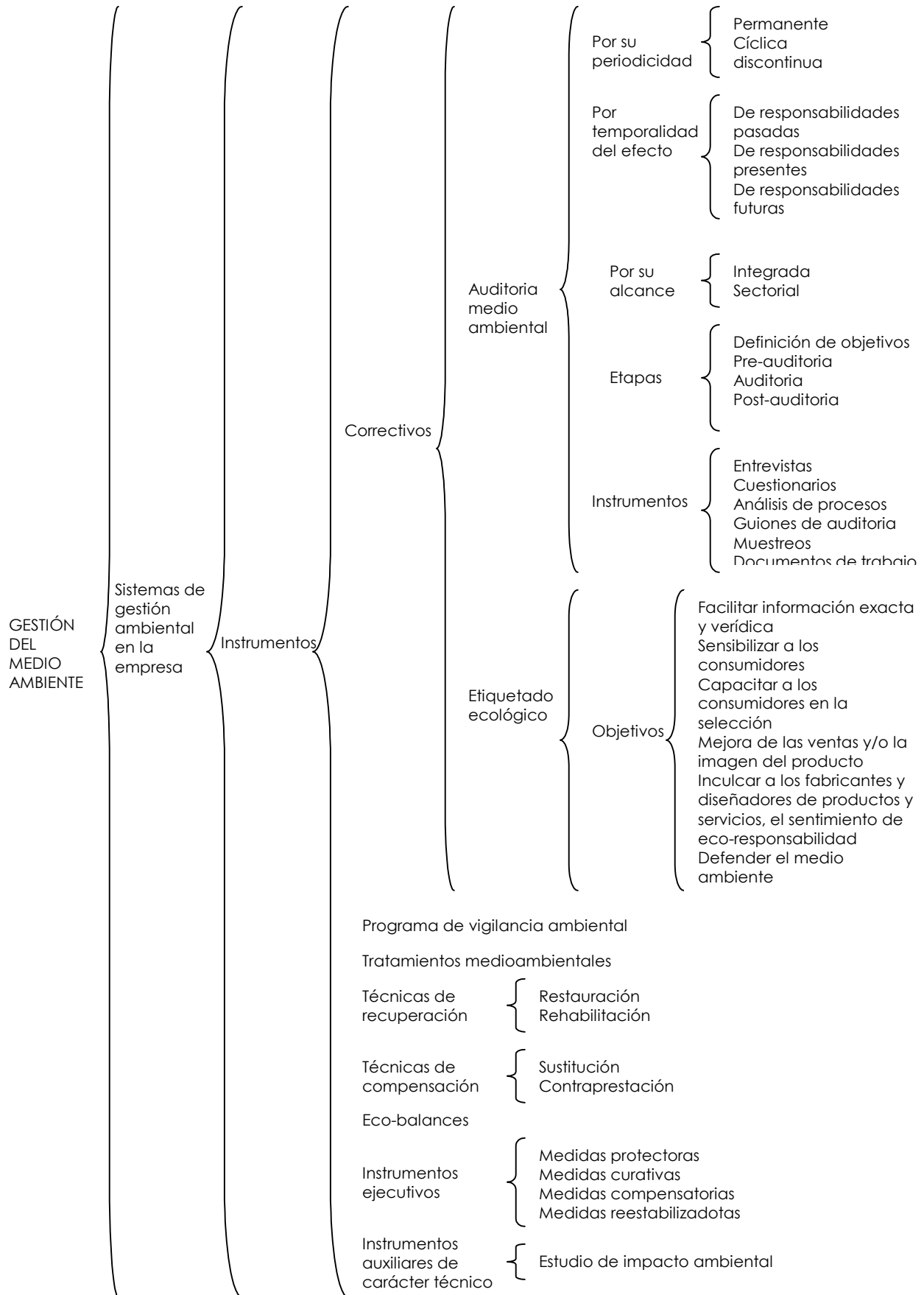
CONCEPTO DE FLUJOS

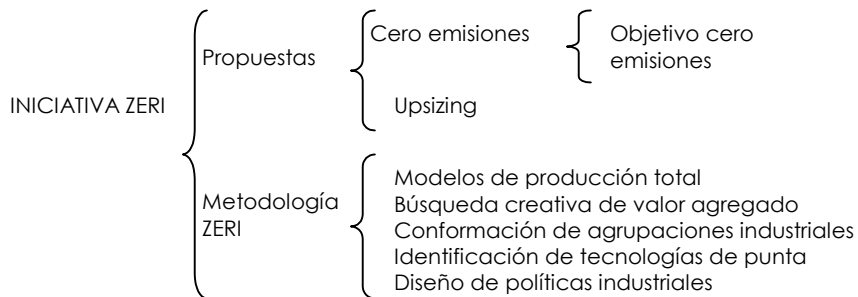
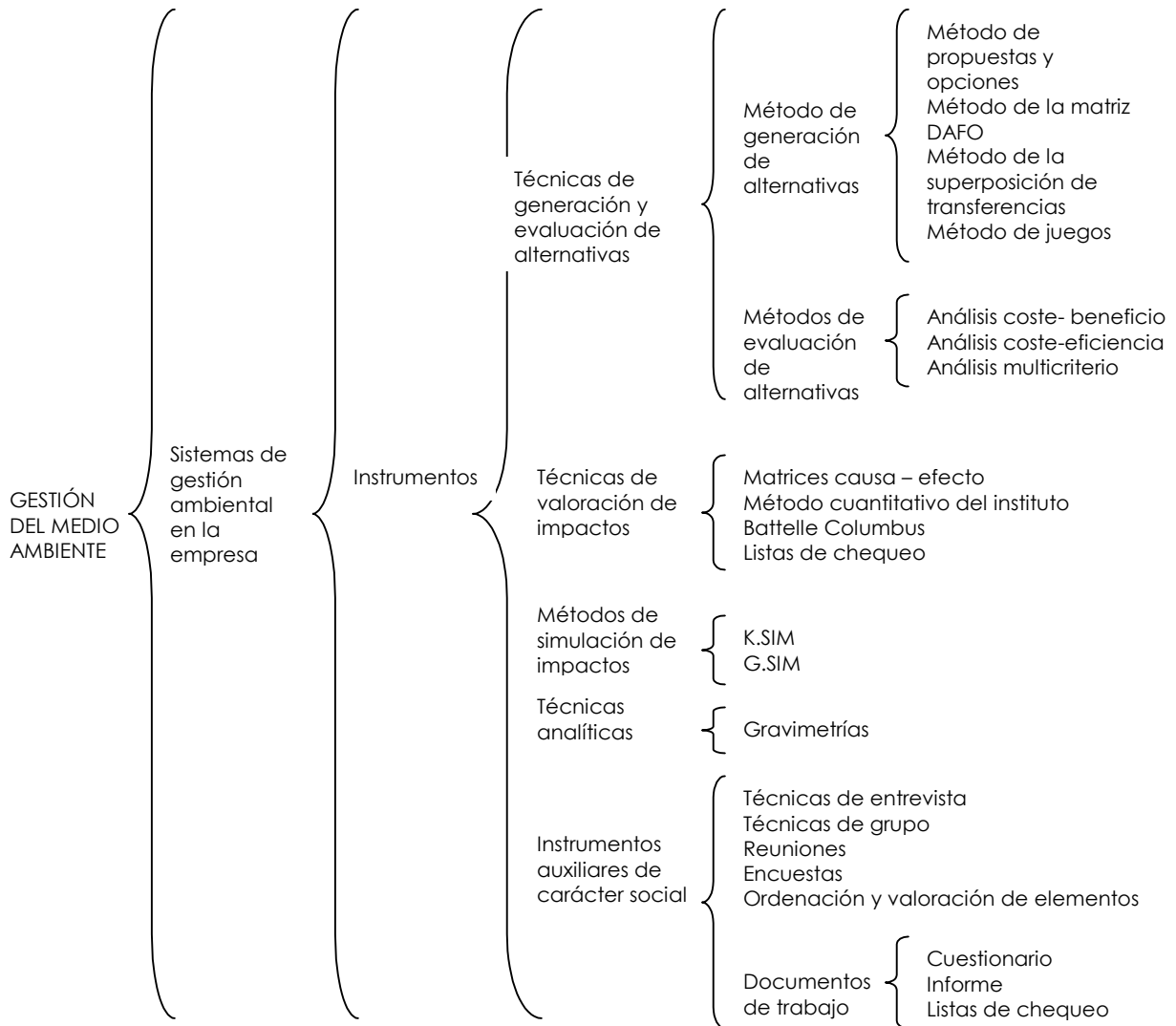
CONCEPTO DE ECOSISTEMA

CONCEPTO DE MEDIO AMBIENTE









CAPITULO V

GLOSARIO

DE ADMINISTRACIÓN

Con el fin de conceptuar los términos que se derivan de la estructura de árbol, se presenta un completo glosario, que tiene como finalidad hacer concordar término a término y unificar significados.

INTRODUCCION A LA ADMINISTRACIÓN Y ORGANIZACIONES

1. ENFOQUE CLÁSICO DE LA ADMINISTRACIÓN TAYLOR

1.1. ORGANIZACIÓN RACIONAL DEL TRABAJO

1.1.1. CONCEPTO: Teoría basada en que los obreros aprenden la manera de ejecutar su trabajo observando a sus compañeros vecinos, es el intento de sustituir métodos empíricos y rudimentarios por métodos científicos, en todos los oficios.¹⁹

1.1.1.1. ANÁLISIS DEL TRABAJO Y ESTUDIO DE TIEMPOS Y MOVIMIENTOS: Instrumento básico para racionalizar el trabajo, se basa en la división y subdivisión de todos los movimientos necesarios para la ejecución de cada operación de tarea. Observando metódicamente y pacientemente la ejecución de cada operación a cargo de los obreros.²⁰

¹⁹ Chiavenato, Idalberto. Introducción a la Teoría General de la Administración. pág.. 63.

²⁰ Ibid., pág.. 65.

1.1.1.2. ESTUDIO DE LA FATIGA HUMANA: Estudio sobre los efectos de fatiga en la productividad del obrero, verificando que la fatiga predispone al obrero en la disminución de la productividad, pérdida de tiempo etc.²¹

1.1.1.3. DIVISIÓN DEL TRABAJO: Estudio encargado de verificar que el trabajo puede ejecutarse mejor y de manera más económica, mediante la subdivisión de tareas.²²

1.1.1.4. DISEÑO DE CARGOS Y TAREAS: Establecer racionalmente los cargos y las tareas a ser desempeñadas por las personas.²³

1.1.1.5. INCENTIVOS SALÁRIALES Y PREMIOS POR PRODUCCIÓN: Son medios para alcanzar la colaboración del obrero.²⁴

1.1.1.6. CONCEPTO DEL HOMO ECONOMICUS: Hombre económico; toda persona es concebida como profundamente influenciada por las recompensas salariales, económicas y materiales.²⁵

1.1.1.7. CONDICIONES DE TRABAJO: Verificación de que la eficiencia depende, no solamente del método de trabajo y del incentivo salarial, sino también de un

²¹ Ibid., pág. 68.

²² Ibid., pág. 69.

²³ Ibid., pág. 69.

²⁴ Ibid., pág. 71.

²⁵ Ibid., pág. 73.

conjunto de condiciones que garanticen el bienestar físico del trabajador y disminuyan la fatiga.²⁶

1.1.1.8. ESTANDARIZACIÓN: Es la unidad o medida adoptada y aceptada comúnmente como un criterio. Representa el desempeño deseado y esta siempre relacionado con el resultado que desea alcanzar.²⁷

1.1.1.9. SUPERVISIÓN FUNCIONAL: Significa la existencia de diversos supervisores, cada cual especializado en determinada área y con autoridad funcional sobre los mismos supervisores.²⁸

1.2. PRINCIPIOS DE LA ADMINISTRACIÓN CIENTÍFICA

1.2.1. PRINCIPIO DE PLANEAMIENTO: Sustituir en el trabajo el criterio individual del obrero, la improvisación y actuación empírico-práctica, por los métodos basados en procedimientos científicos. Sustituir la improvisación por la ciencia, mediante la planeación del método.

1.2.2. PRINCIPIO DE PREPARACIÓN: Seleccionar científicamente a los trabajadores de acuerdo con sus aptitudes, prepararlos y entrenarlos para producir más y mejor, de acuerdo con el método planeado.

²⁶ Ibid., pág. 73.

²⁷ Ibid., pág. 74.

²⁸ Ibid., pág. 75.

1.2.3. PRINCIPIO DE CONTROL: Controlar el trabajo par certificar que el mismo está siendo ejecutado de acuerdo con las normas establecidas y según el plan previsto

1.2.4. PRINCIPIO DE EJECUCIÓN: Distribuir diferencialmente las atribuciones y las responsabilidades, para que la ejecución del trabajo sea disciplinada.²⁹

1.2.5. PRINCIPIO DE INTENSIFICACIÓN: Consiste en disminuir el tiempo de producción mediante el empleo inmediato de los equipos y de a materia prima y la rápida colocación del producto en el mercado.

1.2.6. PRINCIPIO DE ECONOMICIDAD: Consiste en reducir el mínimo el volumen de materia prima en transformación.

1.2.7. PRINCIPIO DE PRODUCTIVIDAD: Consiste en aumentar la capacidad de producción del hombre en el mismo periodo, mediante la especialización y la línea de montaje.³⁰

1.2.8. DE EXCEPCIÓN: Las decisiones más frecuentes deben reducirse a la rutina y delegarse a los subordinados, dejando los problemas más serios e importantes a los mandos superiores.³¹

²⁹ Ibid., pág. 77.

³⁰ Ibid., pág. 80.

³¹ Ibid., pág. 81.

2. ENFOQUE CLÁSICO DE LA ADMINISTRACIÓN DE FAYOL

2.1. CONCEPTO

2.2. PROPORCIONALIDAD DE LAS FUNCIONES ADMINISTRATIVAS: Las funciones administrativas se reparten por todos los niveles de la jerarquía de la empresa y no son prerrogativas de la alta dirección.³²

2.3. TEORIA DE LA ORGANIZACIÓN

2.3.1. ADMINISTRACIÓN COMO CIENCIA: La organización y la administración deben estudiarse y tratarse de modo científico ya que el empirismo y la improvisación deben sustituirse por técnicas científicas.³³

2.3.2. DIVISIÓN DEL TRABAJO Y ESPECIALIZACIÓN: Es la base de la organización, conduce a la especialización y la diferenciación de las tareas, es decir, a la heterogeneidad.³⁴

2.3.4. COORDINACIÓN: Es la reunión, unificación y la armonización de toda actividad y esfuerzo.³⁵

³² Ibid., pág. 105.

³³ Ibid., pág. 109.

³⁴ Ibid., pág. 112.

³⁵ Ibid., pág. 113.

2.3.5. CONCEPTO DE LÍNEA STAFF: Es la consecuencia de las grandes empresas y de la base de las tecnologías, lo que origina la necesidad de contar con ayudas en el manejo de detalles, y de contar con especialistas capaces de proporcionar información experta y de asesoría a los departamentos de línea.³⁶

2.3.5.1. UNIDAD DE DIRECCIÓN: todos los planes deben integrarse a planes mayores que conduzcan a los objetivos de la organización.

2.3.5.2. CENTRALIZACIÓN DE LA AUTORIDAD: La autoridad máxima de una organización debe estar concentrada en su cima.

2.3.5.3. CADENA ESCALAR: La autoridad debe estar jerarquizada, esto es, dispuesta en niveles jerárquicos, de manera que un nivel inferior debe estar siempre subordinado al nivel inmediatamente superior (autoridad de mando).³⁷

3 ENFOQUE HUMANÍSTICO DE LA ADMINISTRACIÓN

3.1. CONCEPTO: Es el enfoque con el cual la preocupación por la máquina y el método de trabajo y los principios de administración aplicables, ceden prioridad a la preocupación por el hombre y su grupo social: de los aspectos técnicos y formales se pasa a los aspectos psicológicos y sociológicos.³⁸

³⁶ Munch Galindo, Lourdes. Fundamentos de Administración, pág. 129.

³⁷ Chiavenato, Op. cit., 114.

³⁸ Ibid., pág.131.

3.2. LAS CONCLUSIONES DE LA EXPERIENCIA DE HAWTHORNE: Estudio que permitió el delineamiento de los principios básicos de la escuela de las relaciones humanas.³⁹

3.3. INFLUENCIA DE LA MOTIVACIÓN HUMANA

3.3.1. TEORÍA DE CAMPO DE LEWIN: El comportamiento humano no solo depende del pasado, o del futuro, sino del campo dinámico actual y presente. Ese campo dinámico es espacio de vida que contiene a la persona y a su ambiente psicológico.⁴⁰

3.3.2. CICLO MOTIVACIONAL: La motivación es esa tensión persistente que lleva al individuo a alguna forma de comportamiento dirigido a la satisfacción de una o más necesidades.

3.3.3. FRUSTRACIÓN Y COMPENSACIÓN: Se genera cuando una satisfacción es bloqueada por una barrera.⁴¹

3.3.4. MORAL Y ACTITUD: Cuando la organización satisface las necesidades de los individuos, se produce una elevación de la moral.⁴²

³⁹ Ibid., pág. 145.

⁴⁰ Ibid., pág. 165.

⁴¹ Ibid., pág. 169.

⁴² Ibid., pág. 171.

3.4. LIDERAZGO

3.4.1. CONCEPTO: Es la influencia interpersonal ejercida en una situación, dirigida a través del proceso de comunicación humana, a la consecución de uno o diversos objetivos específicos⁴³.

3.4.2. RASGOS DE LA PERSONALIDAD: Son las teorías más antiguas respecto al liderazgo. Un rasgo es una cualidad o característica distintiva de la personalidad según estas teorías, el líder es el que posee algunos rasgos específicos de personalidad que lo distinguen de las demás personas, presentándose así, características marcadas de personalidad mediante las cuales puede influir en el comportamiento de sus semejantes.⁴⁴

3.4.3. ESTILOS DE LIDERAZGO

3.4.3.1. AUTOCRÁTICO: Es el tipo de liderazgo donde no hay participación del grupo y el líder es dominante.

3.4.3.2. DEMOCRÁTICO: En este tipo de liderazgo hay participación del grupo en la toma de decisiones y el líder busca ser un miembro más del grupo.

⁴³ Ibid., pág. 173.

⁴⁴ Ibid., pág.176.

3.4.3.3. LIBERAL: Libertad completa para las decisiones grupales, con participación mínima del líder.⁴⁵

3.4.4. SITUACIONES DE LIDERAZGO: Son teorías que buscan explicar el liderazgo dentro de un contexto mucho más amplio.⁴⁶

3.5 ORGANIZACIÓN INFORMAL

3.5.1. CONCEPTO: Es el conjunto de interacciones y de relaciones que se establecen entre los diversos elementos humanos mezclados en una organización.⁴⁷

3.5.2. CARACTERÍSTICAS

3.5.2.1. RELACIÓN DE COHESIÓN O ANTAGONISMO : Los individuos aunque estén situados en diferentes niveles y sectores de la empresa, crean relaciones personales de simpatía o antagonismo, cuya dirección e intensidad es variable en extremo.

3.5.2.2. ESTATUS: Es la posición social y prestigio de cada miembro el cual esta determinado más por su participación e integración en la vida de grupo.⁴⁸

⁴⁵ Ibid., pág.179.

⁴⁶ Ibid., pág. 181.

⁴⁷ Ibid., pág. 189.

⁴⁸ Ibid., pág. 190.

4. TEORÍA NEOCLÁSICA

4.1. CONCEPTO: Es la redención de la teoría clásica debidamente actualizada y adaptada a la nueva dimensión de los problemas administrativos actuales y al tamaño de las organizaciones de hoy.⁴⁹

4.2. FUNCIONES DEL ADMINISTRADOR

4.2.1. PLANEACIÓN: La planeación es la función administrativa que determina anticipadamente cuales son los objetivos que deben alcanzarse y qué debe hacerse para alcanzarlos.⁵⁰

4.2.1.1. COBERTURA DE LA PLANEACIÓN

4.2.1.1.1. TÁCTICA: Es la planeación efectuada a nivel de departamento.

4.2.1.1.2. OPERACIONAL: Es la planeación efectuada para cada tarea o actividad.⁵¹

4.2.2. ORGANIZACIÓN: Acto de organizar, estructurar e integrar los recursos y los órganos pertinentes de su administración y establecer las relaciones entre ellos y las atribuciones de cada uno.⁵²

⁴⁹ Ibid., pág. 185.

⁵⁰ Munch Galindo, Lourdes. Fundamentos de Administración, pág. 129.

⁵¹ Chiavenato, Op. cit., 253.

4.2.3. DIRECCIÓN: Es la función administrativa encargada de accionar y dinamizar la empresa. Esta directamente relacionada con la actuación de los recursos humanos de la organización.⁵³

4.2.4. CONTROL: Es la función administrativa la cual esta encargada de asegurar los resultados de aquello que se planeó. La esencia del control reside en la verificación de si la actividad controlada esta alcanzando los objetivos, con los resultados deseados.⁵⁴

5. IMPLICACIONES DEL ENFOQUE NEOCLÁSICO: TIPOS DE ORGANIZACIÓN

5.1. ORGANIZACIÓN FORMAL

5.1.1. CONCEPTO: La organización formal es la que determina estándares de interrelaciones entre los órganos o los cargos, definidos lógicamente por medio de normas, directrices y reglamentos de la organización; es un medio del que sirve una organización cualquiera para conseguir con eficiencia sus objetivos.⁵⁵

⁵² Ibid., pág. 256.

⁵³ Ibid., pág. 257.

⁵⁴ Ibid., pág. 259.

⁵⁵ Ibid., pág. 273.

5.2. ORGANIZACIÓN LINEAL

5.2.1. CONCEPTO: Es la forma estructural más simple y más antigua. Se origina en la organización de los antiguos ejércitos y en la organización eclesiástica medieval.⁵⁶

5.3. ORGANIZACIÓN FUNCIONAL

5.3.1. CONCEPTO: Consiste en dividir el trabajo y establecer la especialización de manera que cada hombre, desde el gerente hasta el obrero, ejecuten el menor número posible de funciones.⁵⁷

5.4. ORGANIZACIÓN LINEA STAFF

5.4.1. CONCEPTO: Es el resultante de la combinación de los tipos de organización lineal y funcional, para tratar de incrementar las ventajas de esos dos tipos de organización y reducir sus desventajas.⁵⁸

⁵⁶ Ibid., pág. 282

⁵⁷ Munch Galindo, Lourdes. Fundamentos de Administración. pág. 125

⁵⁸ Chiavenato Op. Cip. ,pág 292.

5.5. COMITES

5.5.1. CONCEPTO: Este tipo de organización consiste en asignar los diversos asuntos administrativos a un grupo de personas que se reúnen y se comprometen para discutir y decidir en común los problemas que se les encomiendan.⁵⁹

6. IMPLICACIONES DEL ENFOQUE NEOCLÁSICO: DEPARTAMENTALIZACIÓN

6.1. CONCEPTO DE DEPARTAMENTALIZACIÓN: Es la división y agrupamiento de las funciones y actividades en unidades específicas, con base en su similitud.⁶⁰

6.2. DEPARTAMENTALIZACIÓN POR FUNCIONES

6.2.1. CONCEPTO: Consiste en el agrupamiento de las actividades y las tareas de acuerdo con las funciones principales desarrolladas en la empresa.⁶¹

6.3 DEPARTAMENTALIZACIÓN POR PRODUCTOS O SERVICIOS

⁵⁹ Munch Galindo Op. cit. ,pág. 129.

⁶⁰ Ibid., pág. 117.

⁶¹ Chiavenato, Idalberto. Introducción a la Teoría General de la Administración. pág. 324.

6.3.1. CONCEPTO: Es la diferenciación y agrupamiento de las actividades de acuerdo con el resultado de la organización, esto es, de acuerdo con el producto fabricado o el servicio prestado.⁶²

6.4. DEPARTAMENTALIZACIÓN GEOGRÁFICA O TERRITORIAL

6.4.1. CONCEPTO: Es la diferenciación y agrupamiento de las actividades de acuerdo con la localización, en donde se ejecutará el trabajo o del área de mercado que servirá la empresa.⁶³

6.5. DEPARTAMENTALIZACIÓN POR CLIENTELA

6.5.1. CONCEPTO: Es la diferenciación y agrupamiento de las actividades de acuerdo con el tipo de personas o personas para quienes se ejecuta el trabajo.⁶⁴

6.5. DEPARTAMENTALIZACIÓN POR PROCESOS

6.6.1. CONCEPTO: Es la diferenciación y agrupamiento que se hace a través de la secuencia del proceso productivo u operacional, más aún, a través de la distribución y disposición racional del equipo utilizado.⁶⁵

⁶² Ibid., pág. 328.

⁶³ Ibid., pág. 332.

⁶⁴ Ibid., pág. 335.

⁶⁵ Ibid., pág. 337.

6.7. DEPARTAMENTALIZACIÓN POR PROYECTOS

6.7.1. CONCEPTO: Es la diferenciación y el agrupamiento de las actividades de acuerdo con los productos y resultados relativos a uno o varios proyectos de la empresa.⁶⁶

6.8. DEPARTAMENTALIZACIÓN POR OTROS CRITERIOS

6.8.1. CONCEPTO: Utilización de criterio de ajuste personal o funcional: se escoge el departamento que, por su menor carga de trabajo o por su mayor afinidad con el sector que va a ser dirigido, este en condiciones funcionales de absorberlo.⁶⁷

7. ENFOQUE ESTRUCTURALISTA DE LA ADMINISTRACIÓN: MODELO BUROCRÁTICO

7.1 CONCEPTO: Es una forma de organización humana que se basa en la racionalidad, esto es, en la adecuación de los medios a los objetivos pretendidos,

⁶⁶ Ibid., pág. 338.

⁶⁷ Ibid., pág. 344.

con el fin de garantizar la máxima eficiencia posible en la búsqueda de esos objetivos.⁶⁸

8. ENFOQUE ESTRUCTURALISTA DE LA ADMINISTRACIÓN: TEORIA ESTRUCTURALISTA

8.1. CONCEPTO : Es un método analítico y comparativo que estudia los elementos o fenómenos, en relación con una totalidad, destacando el valor de su posición.⁶⁹

8.2. TIPOLOGÍA

8.2.1. ORGANIZACIONES COERCITIVAS: Son las organizaciones en las cuales el poder se impone por la fuerza física o por controles basados en premios o penas.

8.2.1. ORGANIZACIONES UTILITARIAS: Son aquellas en que el poder se basa en el control de los incentivos económicos. Utiliza la remuneración como base principal del control.

8.2.3. ORGANIZACIONES NORMATIVAS: En las cuales el poder se basa en un consenso sobre los objetivos y métodos de la organización.

8.2.4. ASOCIACIONES DE BENEFICIO MUTUO: Son aquellas en donde los beneficiarios principales son los propios miembros de la organización , como en

⁶⁸ Ibid., pág. 107.

⁶⁹ Ibid., pág. 458.

las asociaciones profesionales, las cooperativas , los sindicatos, los fondos mutuos etc.

8.2.5. ASOCIACIONES DE INTERÉS COMERCIAL: En donde los propietarios accionistas son los principales beneficiarios de la organización, como en la mayoría de las empresas privadas.

8.2.6. ORGANIZACIONES DE SERVICIOS: En donde el grupo de clientes es el beneficiario principal.⁷⁰

8.3. OBJETIVOS ORGANIZACIONALES: Es la situación deseada que la organización intenta alcanzar.⁷¹

8.4. CRÍTICAS A LA ORGANIZACIÓN

8.4.1. LEY DE PARKINSON: El trabajo aumenta con el fin de llenar el el tiempo disponible para su ejecución, esta ley busca demostrar que un trabajo siempre se prolonga de manera que tome todo el tiempo que para él se tiene disponible.⁷²

8.4.2. PRINCIPIO DE PETER: En una jerarquía todo empleado tiene que ascender hasta llegar a su nivel de incompetencia.⁷³

⁷⁰ Ibid., pág. 478.

⁷¹ Ibid., pág. 479.

⁷² Ibid., pág. 493.

⁷³ Ibid., pág. 496.

8.4.3. DRAMATURGIA ADMINISTRATIVA DE THOMSON: Definición de la tesis de que en una organización existe siempre un fuerte desequilibrio entre el derecho a decidir y el poder de realizar.⁷⁴

9 ENFOQUE DEL COMPORTAMIENTO EN LA ADMINISTRACIÓN: TEORÍA

9.1. DEFINICIÓN: Nuevo enfoque de la teoría administrativa : El abandono de las posiciones normativas y prescriptivas de las teorías anteriores (Clásica, de las relaciones humanas y teoría de la burocracia) y la adopción de posiciones explicativas y descriptivas . El énfasis permanece en las personas.⁷⁵

9.2. JERARQUIA DE LAS NECESIDADES DE MASLOW: Establece que la naturaleza humana posee, en orden de predominio, cuatro necesidades básicas y una de crecimiento que le son inherentes.⁷⁶

9.2.1. NECESIDADES FISIOLÓGICAS: Constituyen el nivel más bajo de todas las necesidades humanas, pero son de vital importancia. En este nivel están las necesidades de alimentación, de sueño y reposo, de abrigo, de deseo sexual etc⁷⁷. Son aquellas que surgen de la naturaleza física.⁷⁸

⁷⁴ Ibid., pág. 498.

⁷⁵ Ibid., pág. 520.

⁷⁶ Munch Galindo, Lourdes Fundamentos de administración. Pág. 157.

⁷⁷ Chiavenato, Op. cip., pág. 522.

⁷⁸ Munch Galindo. Op. cip. ,Pág. 158.

9.2.2. NECESIDADES DE SEGURIDAD: Constituyen el segundo nivel de las necesidades humanas. Ellas indican requerimientos de estabilidad, de protección contra la amenaza o la privación, de escape al peligro. Surgen en el comportamiento cuando las necesidades fisiológicas están relativamente satisfechas.⁷⁹

9.2.3. NECESIDADES SOCIALES: Surgen del comportamiento, cuando las necesidades primarias (fisiológicas y de seguridad) se encuentran relativamente satisfechas. Entre ellas se encuentran las necesidades de asociación, de participación, de aceptación por parte de los compañeros, de intercambios amistosos, de afecto y de amor.

9.2.4. NECESIDADES DE ESTIMA: Son las necesidades relacionadas con la manera como el individuo se ve y se evalúa. Comprende la autopercepción, la confianza, la necesidad de aprobación social, de respeto, de estatus, de prestigio y de consideración.

9.2.5. NECESIDADES AUTORREALIZACIÓN: Son las necesidades humanas más elevadas y están en la cima de la jerarquía. Son las necesidades del individuo de realizar su propio potencial y de auto desarrollarse continuamente. Esa tendencia

⁷⁹ Chiavenato, Op. cit., pág.. 523.

generalmente se expresa a través del impulso de la persona a ser más de lo que es y de llegar a ser todo lo que puede ser.⁸⁰

9.3. TEORIA DE LOS DOS FACTORES DE HERZBERG

9.3.1. FACTORES HIGIÉNICOS: Factores extrínsecos, se localizan en el ambiente que rodea a las personas y abarca las condiciones en que desempeñan su trabajo.

9.3.2. FACTORES MOTIVACIONALES O FACTORES INTRÍNSECOS: Factores intrínsecos, están relacionados con el contenido del cargo y con la naturaleza de las tareas que el individuo realiza.⁸¹

9.4. ESTILOS DE ADMINISTRACIÓN

9.4.1. TEORÍA X : Es la concepción tradicional de la administración y se basa en convicciones erróneas e incorrectas sobre el comportamiento humano. Sus características son: La manipulación de la iniciativa individual, limitación drástica de la creatividad del individuo, reducción de la actividad profesional a través del método establecido y la rutina de trabajo.⁸²

⁸⁰ Ibid., pág. 524.

⁸¹ Ibid., pág. 527.

⁸² Ibid., pág. 533.

9.4.2. TEORÍA Y : Es la concepción moderna de la administración, de acuerdo con la teoría del comportamiento. Desarrolla un estilo de administración muy abierto y dinámico, extremadamente democrático, a través del cual administrar es el proceso de crear oportunidades, liberar potencialidades, remover obstáculos, impulsar el crecimiento individual y proporcionar orientación frente a los objetivos.⁸³

9.5. SISTEMAS DE ADMINISTRACIÓN

9.5.1. AUTORITARIO COERCITIVO: Es un sistema administrativo autocrático y fuerte, coercitivo y notoriamente arbitrario que controla todo lo que ocurre dentro de la organización. Es el sistema más duro y más cerrado.⁸⁴

9.5.2. AUTORITARIO BENEVOLENTE: Es un sistema administrativo autoritario que constituye una variación atenuada del sistema coercitivo, es más condescendiente y menos rígido.

9.5.3. CONSULTIVO: Es un sistema que se inclina más hacia el lado participativo que hacia el lado autocrático e impositivo.⁸⁵

9.5.4. PARTICIPATIVO: Es el sistema administrativo democrático por excelencia.⁸⁶

⁸³ Ibid., pág. 534.

⁸⁴ Ibid., pág. 537.

⁸⁵ Ibid., pág. 538.

⁸⁶ Ibid., pág. 539.

9.6. TEORIA DE LAS DECISIONES: Es el proceso de análisis y selección, entre diversas alternativas disponibles.

9.6.1. ELEMENTOS

9.6.1.1. ESTRATEGIAS: Es el curso de acción que el agente decisorio escoge para alcanzar su mejor objetivo.

9.6.1.2. AGENTE DECISORIO: Es la persona que selecciona la opción entre varias alternativas de acción.

9.6.1.3. OBJETIVOS: Son las metas que el agente decisorio pretende alcanzar con sus acciones.

9.6.1.4. PREFERENCIAS: Son los criterios que el agente decisorio utiliza para escoger.⁸⁷

9.6.1.5. SITUACIÓN: Son los aspectos del entorno que rodean al agente decisorio, muchos de los cuales están fuera de control, conocimiento o comprensión y afectan sus escogencias.

9.6.1.6. RESULTADO: Es la consecuencia de la estrategia.⁸⁸

⁸⁷ Ibid., pág. 550.

9.6. TEORIA DEL EQUILIBRIO ORGANIZACIONAL

9.6.1. CONCEPTO: Teoría que concibe la organización como un sistema que recibe contribuciones de los participantes, a través de dedicación o de trabajo, y a cambio les ofrece alicientes e incentivos.⁸⁹

9.7. TEORÍA DE LA ACEPTACIÓN DE LA AUTORIDAD

9.7.1. CONCEPTO: Teoría que se basa en que la autoridad no reposa en el poder de quien lo posee, ni viene de arriba hacia abajo. Al contrario, la autoridad reposa en la aceptación o en el no consentimiento por parte de los subordinados.⁹⁰

10. TEORIA DEL DESARROLLO ORGANIZACIONAL

10.1. CONCEPTO DE ORGANIZACIÓN: Es la coordinación de diferentes actividades de participantes individuales con la finalidad de efectuar transacciones planeadas con el ambiente⁹¹. También puede definirse como una

⁸⁸ Ibid., pág. 551.

⁸⁹ Ibid., pág. 557.

⁹⁰ Ibid., pág. 559.

⁹¹ Ibid., pág. 590.

teoría que surge como una respuesta a las características del continuo cambio de las organizaciones actuales.⁹²

10.2. CONCEPTO DE CULTURA ORGANIZACIONAL: El modo de vida que cada organización desarrolla en sus miembros.⁹³

10.3. CONCEPTO DE DESARROLLO ORGANIZACIONAL: Es todo cambio planeado, es un proceso planeado de modificaciones culturales y estructurales, permanentemente aplicado a una organización que visualiza la institucionalización de una serie de tecnologías sociales, de tal manera que la organización quede habilitada para diagnosticar, planear e implementar esas modificaciones con asistencia externa o si ella.⁹⁴

10.4. MODELOS DE DESARROLLO ORGANIZACIONAL: Iniciados generalmente por la administración, que inciden en la situación o en el ambiente de trabajo de un individuo, o en la estructura o la tecnología adoptada por la organización.⁹⁵

11. ENFOQUE SISTÉMICO DE LA ADMINISTRACIÓN

11.1. CONCEPTO: Es una teoría totalmente totalizante: los sistemas no pueden ser comprendidos plenamente sólo por el análisis separado y exclusivo de cada una

⁹² Munch Galindo, Lourdes. Fundamentos de Administración. pág. 217.

⁹³ Chiavenato, Op. cit., pág. 591.

⁹⁴ Ibid., pág. 600

⁹⁵ Ibid., pág. 609

de sus partes. Se basa en la comprensión de la dependencia recíproca de todas las disciplinas y de la necesidad de su integración.⁹⁶

11.2. CIBERNÉTICA Y ADMINISTRACIÓN

11.2.1. CONCEPTO: Es la ciencia de la comunicación y del control, ya sea en el ser vivo o en la máquina. La comunicación es la que integra y da coherencia a los sistemas, y el control es el que regula su comportamiento. La cibernética comprende los procesos y sistemas de transformación de la información y su concreción en sus procesos de transformación de la información.

11.2.2. PRINCIPALES CONCEPTOS

11.2.2.1. CAMPO DE ESTUDIO DE LA CIBERNÉTICA: El campo de estudio de la cibernética son los sistemas. Sistema se define como cualquier conjunto de elementos que están dinámicamente relacionados.⁹⁷

11.2.2.2. CLASIFICACIÓN ARBITRARÍA DE LOS SISTEMAS: Es la clasificación de los sistemas para facilitar su estudio. Esa clasificación se basa en criterios diversos.⁹⁸

⁹⁶ Ibid., pág. 552.

⁹⁷ Ibid., pág. 669.

⁹⁸ Ibid., pág. 670.

11.2.2.3. ENTRADA O INSUMO (INPUT): El insumo de un sistema es aquello que el sistema importa de su mundo exterior.⁹⁹

11.2.2.4. SALIDA O PRODUCTO (OUTPUT): Es el resultado final de la operación o procesamiento de un sistema.¹⁰⁰

11.2.2.5. CAJA NEGRA (BLACK BOX): Sistema cuyo interior no puede ser develado, sus elementos internos son desconocidos y solo puede conocerse "por fuera".¹⁰¹

12. ENFOQUE CONTINGENCIAL DE LA ADMINISTRACIÓN

12.1. CONCEPTO: El enfoque contingencial destaca que no se alcanza la eficiencia organizacional siguiendo un único y exclusivo modelo organizacional, o sea, no existe una única forma que sea mejor para organizarse dentro de un ambiente también cambiante.¹⁰²

12.2. PRINCIPIOS DE ORGANIZACIÓN

12.2.1. AMBIENTE: Es el que lleva a la empresa a adoptar nuevas estrategias y las nuevas estrategias exigen diferentes estructuras organizacionales para poder ser

⁹⁹ Ibid., pág. 676.

¹⁰⁰ Ibid., pág. 677.

¹⁰¹ Ibid., pág. 678.

¹⁰² Perez, Juan Antonio. Introducción a la Dirección de Empresas. pág. 609.

implementadas con eficiencia y eficacia.¹⁰³ Es todo aquello que envuelve externamente una organización (o un sistema).

12.2.2. TECNOLOGIA: Variable independiente que influye poderosamente sobre las características de la organización.¹⁰⁴

13. TEORIA Y

13.1. CONCEPTO: Forma parte de un grupo de teorías gerenciales, las cuales se organizan como resultado de la concepción que sobre sus subordinados tienen los gerentes japoneses. Esta teoría plantea que se consigue una mayor productividad al implicar a los trabajadores en el proceso de la empresa.¹⁰⁵

¹⁰³ Ibid., pág. 620.

¹⁰⁴ Ibid., pág. 630.

¹⁰⁵ Munch Galindo. Lourdes. Fundamentos de Administración. pág. 223.

PROCESOS ADMINISTRATIVOS

1. PLANEACION

1.1. CONCEPTOS GENERALES

1.1.1. DEFINICIÓN

Encontramos diversas definiciones sobre planeación según el autor, alguna de ellas son:

- Agustín Reyes Ponce: Es la rama de la administración que se encarga de fijar el curso completo de acción que ha de seguirse, estableciendo los principios que habrán de orientarlos, la secuencia de operaciones para realizarlo y la determinación de tiempo y números necesarios para su realización.
- José Antonio Fernández Arena es el primer paso del proceso administrativo, por medio del cual se define un problema, se analizan las experiencias pasadas y se esbozan planes y programas.

- Henry Sisk y Mario Sverdlik: Es el análisis de información relevante del presente y del pasado y una ponderación de probables desarrollos futuros, de tal manera que pueda determinarse, un curso de acción que posibilite a la organización lograr sus objetivos.¹⁰⁶

Según las anteriores definiciones se puede llegar a concluir que:

La planeación es la determinación de los objetivos y elección de los cursos de acción para lograrlos, con base en la investigación y la colaboración de un esquema detallado que habrá de realizarse en un futuro.¹⁰⁷

1.1.1.1. ELEMENTOS DEL CONCEPTO

1.1.1.1.1. OBJETIVO: El aspecto fundamental al planear es determinar los resultados deseados (definir ¿Qué es lo que se quiere?).

1.1.1.1.2. CURSOS ALTERNOS DE ACCION: AL planear es necesario determinar diversos caminos, formas de acción o estrategias, para conseguir los objetivos.

1.1.1.1.3. ELECCIÓN: La planeación implica la determinación, el análisis y la elección de la decisión más adecuada.

¹⁰⁶ Münch Galindo, Lourdes. Fundamentos de Administración. pág. 63.

¹⁰⁷ Ibid., pág. 64.

1.1.1.1.4. FUTURO: La planeación trata de prever situaciones futuras y de anticipar hechos inciertos, prepararse para contingencias y trazar actividades futuras.

1.1.2. IMPORTANCIA

La planeación cumple una labor esencial debido a que a través de ella se prevén los cambios que pueden deparar el futuro y se establecen las medidas indispensables para afrontarlos.

La importancia de la planeación radica en que proporciona las siguientes ventajas:

- Propicia desarrollo de la empresa al establecer métodos de utilización racional de los recursos.
- Reduce los niveles de incertidumbre que se puedan presentar a futuro.
- Prepara la empresa para hacer frente a las contingencias que se presenten, con las mayores garantías de éxito.
- Mantiene mentalidad futurista teniendo más visión de porvenir.
- Condiciona la empresa al medio ambiente que lo rodea.
- Establece un sistema racional para la toma de decisiones.
- Reduce riesgos y aprovecha al máximo las oportunidades.
- Las decisiones se basan en hechos y no en emociones.
- Suministra las bases en las que opera la empresa.
- Promueve la eficiencia.

- Proporciona elementos para el control.
- Disminuye problemas potenciales y proporciona al administrador magníficos rendimientos de su tiempo y esfuerzo.
- Permite evaluar alternativas antes de tomar una decisión.
- Maximiza el aprovechamiento del tiempo y los recursos en todos los niveles de la empresa.¹⁰⁸

1.1.3. PRINCIPIOS

1.1.3.1. FACTIBILIDAD: La planeación debe adaptarse a la realidad y a las condiciones objetivas que actúan en el medio ambiente. Lo que se planea debe ser realizado.

1.1.3.2. OBJETIVIDAD Y CUANTIFICACIÓN: Es necesario basarse en datos reales, razonamientos precisos y exactos y nunca en opiniones subjetivas, especulaciones o cálculos arbitrarios.¹⁰⁹

1.1.3.3. FLEXIBILIDAD: Al elaborar un plan, es conveniente establecer márgenes de holgura que permitan afrontar situaciones imprevistas y que proporcionen nuevos cursos de acción que se ajusten fácilmente a las condiciones.

1.1.3.4. UNIDAD: Todos los planes específicos deben integrarse a un plan general y dirigirse al logro de los propósitos y objetivos generales, de tal manera que sea

¹⁰⁸ Ibid., pág. 65.

¹⁰⁹ Ibid., pág. 66.

consistente en cuanto a su enfoque y armónicos en cuanto al equilibrio e interrelación que debe existir entre estos.

1.1.3.5. CAMBIO DE ESTRATEGIAS: Cuando un plan se extiende en relación al tiempo será necesario rehacerlo nuevamente.¹¹⁰

1.2. NATURALEZA

1.2.1. CONTRIBUCIÓN DE LA PLANEACIÓN A LOS PROPÓSITOS Y OBJETIVOS: Cada plan y todos sus planes de apoyo deberán contribuir al logro del propósito y los objetivos de la empresa. Este principio se deduce de la naturaleza de la empresa organizada, que existe para el logro del propósito de grupo mediante la cooperación deliberada .¹¹¹

1.2.2. PRIMACIA DE LA PLANEACIÓN: La planeación antecede a la ejecución de todas las demás funciones administrativas .¹¹²

1.2.3. GENERALIZACIÓN DE LA PLANEACIÓN: La planeación es una función de todos los gerentes , aunque el carácter y el alcance de la planeación varían con la autoridad de cada uno y con la naturaleza de las políticas y planes establecidos.¹¹³

¹¹⁰ Ibid., pág. 67.

¹¹¹ Ivancevich, J.M. Lorenzi, Peter. Skinner, Steeven. Gestión Calidad y Competitividad. pág. 66.

¹¹² Ibid., pág. 67.

¹¹³ Ibid., pág. 68.

1.2.4. EFICIENCIA DE LOS PLANES: Es la medición por la contribución al propósito y a los objetivos que se persiguen, equilibrado por los costos y otros factores que se requieren para formularlo y operarlo.¹¹⁴

1.3. ELEMENTOS

1.3.1. PROPÓSITOS O MISIONES: La función o tarea fundamental que tiene la empresa ante la sociedad.¹¹⁵

1.3.2. MISIÓN: El propósito de una organización, contesta la pregunta en que negocio o negocios están.

1.3.3. OBJETIVOS: Son los fines hacia los cuales se dirige una actividad. Representa no solo el punto final de la planeación sino también el fin hacia el cual se dirige la organización, integración del personal, dirección y control.¹¹⁶

1.3.4. ESTRATEGIAS

Tres definiciones denotan los términos más comunes del termino:

¹¹⁴ Ibid., pág. 69.

¹¹⁵ Ibid., pág. 70.

¹¹⁶ Koontz , Weihrich. Administración. pág. 71.

- Las estrategias son cursos de acción general o alternativas, que muestran la dirección y el empleo general de los recursos y esfuerzos para lograr los objetivos en las condiciones más ventajosas.¹¹⁷
- El programa de objetivos de una organización y sus cambios, los recursos usados para lograr estos objetivos y las políticas que gobiernan la adquisición, uso y disposición de estos recursos.
- La determinación de los objetivos básicos a largo plazo de una empresa y la adopción de cursos de acción y asignación de recursos necesarios para lograr estas metas.¹¹⁸

1.3.5. POLÍTICAS: Declaraciones o entendimientos generales que orientan o encauzan el pensamiento en la toma de decisiones. No todas las políticas son declaraciones; a menudo tan solo se deducen de las acciones de los gerentes. Las políticas definen un área dentro de la cual debe tomarse una decisión y asegurarse de que esta sea congruente con un objetivo y contribuya a su cumplimiento.¹¹⁹

1.3.6. PROCEDIMIENTOS: Son planes que establecen un método obligatorio para manejar actividades futuras. Son guías para la acción, más que para el

¹¹⁷ Münch Galindo, Lourdes. Fundamentos de Administración. pág. 83.

¹¹⁸ Koontz. Op. cit.,pág. 72.

¹¹⁹ Ivancevich, J.M. Lorenzi, Peter. Skinner, Steven. Gestión, Calidad y Competitividad. pág. 73.

pensamiento y describen la manera exacta en que deben realizasen ciertas actividades. Son secuencias cronológicas de acciones requeridas.¹²⁰

1.3.7. REGLAS: Describen la acción o no acción requerida y específica y no permiten discreción. En general, constituyen el tipo más sencillo de plan¹²¹.

1.4. CLASIFICACION

1.4.1. EXTENSIÓN

1.4.1.1. PLANES ESTRATÉGICOS: Planes que se aplican a toda la organización, que establecen los objetivos generales de la organización y que buscan determinar la posición de la organización en términos de su ambiente.

1.4.1.2. PLANES OPERACIONALES: Especifican los detalles en la manera en que se van a lograr los objetivos generales.

1.4.2. ESTRUCTURA EN CUANTO AL TIEMPO

1.4.2.1. PLANES A CORTO PLAZO: Planes que cubren menos de un año.

1.4.2.3. PLANES A LARGO PLAZO: Planes que se extienden a más de cinco años

¹²⁰ Ibid., pág. 75

¹²¹ Ibid., pág. 76

1.4.3. CARÁCTER ESPECIFICO

1.4.3.1. PLANES ESPECIFICOS: Son claramente definidos y no dan lugar a la interpretación.¹²²

1.4.3.2. PLANES DIRECCIONALES: Planes flexibles que se establecen como patrones generales.¹²³

1.5. INSTRUMENTOS Y TÉCNICAS

1.5.1. INFORMACIÓN COMPETITIVA: Este instrumento consiste en tener en cuenta para la realización de la planeación, los datos relevantes de la competencia, que puedan afectar a un futuro el desempeño de la organización en alguno de sus ámbitos.

1.5.2. PROYECCIONES: Las proyecciones consisten en trazar planes o hacer preparativos en las diferentes áreas de la empresa en el ámbito cualitativo (análisis de tiempo, modelos de regresión, modelos económicos, indicadores económicos, y efecto de sustitución) y cuantitativo (jurado de opinión, composición de la fuerza de ventas, evaluación de los clientes y puntos de referencia).¹²⁴

¹²² Koontz, Weihrich. Administración. pág. 61.

¹²³ Ibid., pág. 62.

¹²⁴ Ivancevich J.M. Lorenzi. Peter. Skinner Steven. Gestión, Calidad y Competitividad. Pág 78.

1.5.3. PRESUPUESTO: Plan en donde los datos dispuestos lógicamente representan las expectativas para un periodo determinado.¹²⁵

1.5.3.1. IMPORTANCIA: Algunas de las razones por las cuales es importante la elaboración del presupuesto son:

- Convierte los aspectos de la ejecución de los planes en unidades de medidas comparables.
- Mide el desempeño de las unidades organizativas y sirve como estándar o patrón de ejecución.
- Es un medio de control que evita reducir los costos y anticipando los gastos.¹²⁶

1.5.3.2. CLASIFICACIÓN

1.5.3.2.1. NIVEL JERARQUICO

1.5.3.2.1.1. ESTRATÉGICOS O CORPORATIVOS: Son aquellos que se establecen en el más alto nivel jerárquico de la empresa y determinan la asignación de recursos de toda la organización.

1.5.3.2.1.2. TACTICOS O DEPARTAMENTALES: Se caracterizan por ser formulados para cada una de las áreas de la actividad de la empresa.

¹²⁵ Terry, George. Principios de Administración. pág. 191.

¹²⁶ Münch Galindo, Lourdes. Fundamentos de Administración. pág. 98.

1.5.3.2.1.3. OPERATIVOS: Son los que se calculan para las secciones de los departamentos.

1.5.3.2.2. DE CALCULO

1.5.3.2.2.1. FIJOS O RIGIDOS: Son los que estiman las diferentes operaciones con bases definidas de operación.

1.5.3.2.2.2. FLEXIBLES: Se basa en cálculos a distintos niveles de operación, lo que permite conocer los resultados en diversas situaciones sin necesidad de hacer cálculos sobre la marcha.

1.5.3.2.2.3. POR PROGRAMAS: Es el que se calcula con base en programas de cada una de las áreas de la empresa, para que la distribución de los recursos se dirija a las actividades que generan los mayores beneficios.¹²⁷

1.5.3.2.3. PRESUPUESTOS SEGÚN LOS OBJETIVOS

1.5.3.2.3.1. PRESUPUESTO DE OPERACIÓN: Abarca presupuestos según la operación, presupuestos tales como ventas, producción, compras, mano de obra y gastos diversos.

¹²⁷ Ibid., pág. 97.

1.5.3.2.3.2. PRESUPUESTOS DE CAPITAL: Son los que comprenden los presupuestos de inversiones capitalizables que realiza la empresa y de los activos fijos tales como: maquinaria y equipo, edificios y construcciones, mobiliario y mantenimiento.

1.5.3.2.3.3. PRESUPUESTO FINANCIERO: Es aquel en el que se contemplan todos los estados financieros.¹²⁸

1.5.4. PROGRAMACIÓN: Enumeración de actividades necesarias, su orden de realización, quien debe hacerlas y el tiempo necesario para determinarlas.

1.5.4.1. GRAFICA GANTT: Método gráfico que muestra la relación entre el trabajo planeado y el terminado sobre un eje y el tiempo transcurrido sobre el otro.

1.5.4.2. GRAFICA DE LA CARGA DE TRABAJO: Gráfica de gantt modificada que programa la capacidad por estaciones de trabajo.¹²⁹

1.5.4.3. REVISION Y EVALUACIÓN DEL PROGRAMA (PERT): Es una herramienta que se aplica a un conjunto de actividades y hechos relacionados en el tiempo, que deben cumplirse para alcanzar el objetivo, por medio de este, no solo es posible conocer la programación sino también controlar las diversas actividades según una base diaria.¹³⁰

¹²⁸ Ibid., pág. 98.

¹²⁹ Koontz, Weihrich. Administración. pág. 95.

¹³⁰ Terry, George. Principios de Administración. pág. 160.

1.5.5. ANÁLISIS DEL PUNTO DE EQUILIBRIO: Técnica Para identificar el punto en el que el ingreso total es suficiente para cubrir el costo total.¹³¹

1.5.6. PROGRAMACIÓN LINEAL: Técnica matemática que resuelve el problema de asignación de recursos.

1.5.7. TEORIA DE COLAS: Técnica que equilibra el costo de tener una fila de personas esperando contra el costo del servicio para mantener esa fila.¹³²

1.6. PASOS DE LA PLANEACIÓN

1.6.1. CONCIENCIA DE LAS OPORTUNIDADES: Antecede a la planeación real, por lo tanto, no es estrictamente una parte del proceso de planeación, una conciencia de las oportunidades en el ambiente externo, así como dentro de la organización, es el verdadero punto de partida de la planeación.

1.6.2. ESTABLECIMIENTO DE OBJETIVOS: Consiste en establecer objetivos para toda la empresa y después para cada unidad de trabajo subordinada, a largo plazo y también a corto plazo.¹³³

1.6.3. DESARROLLO DE PREMISAS: Establecer, circular y obtener consenso para utilizar premisas críticas de planeación como los pronósticos, las políticas básicas

¹³¹ Koontz Op., cit. pág. 99.

¹³² Ibid., pág. 102.

¹³³ Ivancevich J.M. Lorenzi. Peter. Skinner Steven. Gestión, Calidad y Competitividad. pág. 81.

aplicables y los planes existentes de la empresa. Son suposiciones acerca del ambiente en el cual el plan ha de ejecutarse.

1.6.4. DETERMINACIÓN DE CURSOS DE ACCIÓN ALTERNATIVOS: Busca examinar cursos alternativos de acción, en especial aquellos que no son inmediatamente evidentes.¹³⁴

1.6.5. EVALUACIÓN DE LOS CURSOS DE ACCIÓN ALTERNATIVOS: Después de haber buscado otras opciones y haber examinado los puntos débiles y fuertes, a continuación se debe evaluar, sopesándolas a la luz de las premisas y metas.

1.6.6. SELECCIÓN DE UN CURSO DE ACCIÓN: Punto en el cual se adopta el plan, es el punto real de la toma de decisiones.

1.6.7. FORMULACION DE PLANES DERIVADOS: Crear planes derivados para apoyar el plan.

1.6.8. EXPRESIÓN NUMÉRICA DEL PLAN: Convertir los planes en presupuestos.¹³⁵

1.7. ADMINISTRACIÓN POR OBJETIVOS: Gran parte de la planeación, operación y evaluación administrativa, se basan en hacer que cada gerente establezca objetivos en términos verificables (con la aprobación del superior) y evalúe el desempeño de éstas en relación con la consecución. Más recientemente, la APO

¹³⁴ Ibid., pág. 82

¹³⁵ Ibid., pág. 83

ha sido considerada como un sistema para administrar que incluye actividades claves en planeación organización, integración (administración de recursos humanos), dirección y control.

1.7.2. VENTAJAS DE LA ADMINISTRACIÓN POR OBJETIVOS

1.7.2.1. MEJOR ADMINISTRACIÓN: Obliga a los gerentes a reflexionar sobre la planeación para obtener resultados, en vez de limitarse a planear las actividades o el trabajo.

1.7.2.2. ORGANIZACIÓN CLARIFICADA: Obliga a los gerentes a definir papeles y las estructuras organizacionales.

1.7.2.3. COMPROMISO PERSONAL: Alienta a la persona a comprometerse con sus metas. Ya no se limita a hacer el trabajo, a seguir instrucciones y esperar orientaciones y decisiones; ahora son individuos con propósitos claramente definidos.

1.7.2.4. DESARROLLO DE CONTROLES EFICACES: De la misma manera que la APO da lugar a una planeación eficaz, también ayuda a desarrollar controles eficaces.¹³⁶

¹³⁶ Ibid., pág. 83

1.8. PLANEACION ESTRATEGICA

1.8.2.1. DOFA: Es una herramienta que permite realizar un diagnostico de la empresa en el ámbito externo e interno de la organización, mediante el cual se pueden formular estrategias para realzar las fortalezas y oportunidades y disminuir las debilidades y amenazas.

2. ORGANIZACIÓN

2.1. DEFINICIÓN: La organización establece la disposición y correlación de tareas que el grupo social debe llevar a cabo para lograr sus objetivos, proyectando la estructura necesaria a fin de coordinar eficazmente los recursos. Es la estructura de las relaciones que deben existir entre las funciones, los niveles y actividades de los elementos materiales y humanos de un organismo social.¹³⁷

2.2. PRINCIPIOS

2.2.1. DE OBJETIVO: Todas y cada una de las actividades establecidas en la organización deben estar relacionados con los objetivos y propósitos de la empresa.¹³⁸

2.2.2. ESPECIALIZACIÓN: El trabajo se realiza más fácilmente si se subdivide en actividades claramente relacionadas y delimitadas.

¹³⁷ Münch Galindo, Lourdes. Fundamentos de Administración. pág. 107.

¹³⁸ Ibid., pág. 109.

2.2.3. JERARQUÍA: Establecer centros de autoridad de los que emane la comunicación necesaria para lograr los planes, en los cuales la autoridad y la responsabilidad fluyan en línea clara e ininterrumpida.¹³⁹

2.2.3. PARIDAD DE AUTORIDAD Y RESPONSABILIDAD: A cada grado de responsabilidad conferido, debe corresponder el grado de autoridad necesario para cumplir dicha responsabilidad.

2.2.4. UNIDAD DE MANDO: Este principio establece que al determinar un centro de autoridad y decisión para cada función, debe asignarse un solo jefe y que los subordinados no deberán reportar a más de un superior.

2.2.5. DIFUSIÓN: Las obligaciones de cada puesto deben publicarse y ponerse por escrito, a disposición de todos aquellos miembros de la empresa que tengan relación con las mismas.

2.2.6. AMPLITUD O TRAMO DE CONTROL: Hay un límite en cuanto al número de subordinados que deben reportar a un ejecutivo, de tal manera que este pueda realizar todas sus funciones eficazmente.

2.2.7. COORDINACIÓN: Las unidades de la organización siempre deberán mantenerse en equilibrio.¹⁴⁰

¹³⁹ Ibid., pág. 110.

¹⁴⁰ Ibid., pág. 112.

2.2.8. CONTINUIDAD: Una vez se ha establecido la estructura organizacional requiere, mantenerse, mejorarse y ajustarse a las condiciones de medio ambiente.¹⁴¹

2.2.9. JERARQUIZACIÓN: Es la disposición de las funciones de una organización por orden de rango, grado o importancia.

2.3. ETAPAS

2.3.1 DIVISIÓN DEL TRABAJO

2.3.1.1. DEFINICIÓN: Es la división horizontal de funciones basada en el agrupamiento de trabajos que tienen el mismo proceso o etapa laboral.¹⁴²

2.3.1.2. DEPARTAMENTALIZACIÓN: División y agrupamiento de las funciones y actividades en unidades específicas, con base en similitud.¹⁴³ También se puede definir como: Consiste en agrupar los trabajos que están en la misma etapa de elaboración. Los departamentos que son los resultantes se identifican de acuerdo con las clasificaciones funcionales clásicas: ventas, finanzas, personal y producción.¹⁴⁴

¹⁴¹ Ibid., pág. 114.

¹⁴² Waren. B. Brown y Dennis J. Moberg. Teoría de la Organización y la Administración. pág. .688.

¹⁴³ Münch G. y García M. Op., cit. pág. 117.

¹⁴⁴ Waren. B. Brown y Dennis J. Moberg. Teoría de la Organización y la Administración. pág. 126.

2.3.1.3. JERARQUIZACIÓN: Es la disposición de las funciones de una organización por orden de rango, grado o importancia¹⁴⁵. También se puede definir a nivel de objetivos como: Es la determinación de objetivos en cualquier nivel de la organización que sirven como medios para alcanzar otros objetivos colocados en una posición más alta dentro de la organización,¹⁴⁶

2.3.2. COORDINACIÓN: Es la sincronización de los recursos y los esfuerzos de un grupo social, con el fin de lograr oportunidad, unidad, armonía y rapidez, en el desarrollo y la consecución de los objetivos.

2.4. TIPOS

2.4.1. LINEAL O MILITAR: En este tipo de organización de actividad decisional se concentra en una sola persona, quien toma las decisiones y tiene la responsabilidad máxima del mando, además asignan y distribuye el trabajo a sus subalternos, quienes a su vez reportan a un solo jefe. Es aconsejable para pequeñas empresas,¹⁴⁷

2.4.2. FUNCIONAL O DE TAYLOR: Consiste en dividir el trabajo y establecer la especialización de manera que cada persona, desde el gerente hasta el obrero, ejecuten el menor número de funciones,¹⁴⁸

¹⁴⁵ Münch G. y García M. Op., cit. pág. 117.

¹⁴⁶ Waren. B. y Dennis J. M. Op., cit. pág. 691.

¹⁴⁷ Münch G. y García M. Op., cit. pág. 124.

¹⁴⁸ Ibid., pág. 125.

2.4.3. LINEO – FUNCIONAL: En esta organización es donde se combinan los dos tipos de organización lineal y funcional, aprovechando las ventajas y evitando las desventajas inherentes a cada una,¹⁴⁹

2.4.4. STAFF: No tiene autoridad de línea o poder para imponer sus decisiones; sino que muestra una organización en la cuál se ha colocado el departamento de asesoría a la derecha del nivel correspondiente. Este tipo de organización surge por las grandes empresas y avance de tecnología que origina la necesidad de contar con ayuda de especialistas en el manejo de detalles,¹⁵⁰

2.4.5. POR COMITES: Consiste en asignar los diversos asuntos administrativos a un cuerpo de personas que se reúnen y se comprometen para discutir y decidir en común los problemas que se les encomienden.¹⁵¹

2.4.6. MATRICIAL: También conocida como organización de matriz, de parrilla, de proyecto o de administración de producto, que consiste en combinar la departamentalización de producto con la de funciones, existiendo un gerente funcional a cargo de las labores inherentes al departamento, con una sobreposición de un gerente de proyecto que es el responsable de los resultados de los objetivos de dicho proyecto.¹⁵²

¹⁴⁹ Ibid., pág. 126.

¹⁵⁰ Ibid., pág. 128.

¹⁵¹ Ibid., pág. 129.

¹⁵² Ibid., pág. 131.

2.5. TÉCNICAS DE ORGANIZACIÓN: Son las herramientas necesarias para llevar a cabo una organización racional; son indispensables durante el proceso de ordenación y aplicables de acuerdo con las necesidades de cada grupo social.

2.5.1. ORGANIGRAMAS: Son representaciones gráficas de la estructura formal de una organización, que muestran las interrelaciones, las funciones, los niveles jerárquicos, las obligaciones y la autoridad existente dentro de ella.¹⁵³

2.5.2. MANUALES: Son documentos detallados que contienen en forma ordenada y sistemática, información acerca de la organización de la empresa.¹⁵⁴.

3. DIRECCIÓN

3.1. DEFINICIÓN: Nivel de participación en el que los supervisores toman decisiones de una forma unilateral y sin colaboración de sus subordinados¹⁵⁵. También puede comprender la influencia interpersonal del administrador a través de la cual logra que sus subordinados obtengan los objetivos de la organización mediante la supervisión, la comunicación y la motivación.¹⁵⁶

¹⁵³ Idalberto Chiavenato. Administración de Recursos Humanos. pág. 238.

¹⁵⁴ Münch G. y García M. Op., cit. pág. 135.

¹⁵⁵ Warren B. Brown. Teoría de la organización y la administración. pág. 688.

¹⁵⁶ Münch G. y García M. Op., cit. pág. 147.

1.2. PRINCIPIOS

3.2.1. DE LA ARMONIA DEL OBJETO O COORDINACIÓN DE INTERESES: La organización será eficiente en tanto se encamine hacia el logro de los objetivos generales de la empresa.

3.2.2. IMPERSONALIDAD DEL MANDO: Se refiere a que la autoridad y su ejercicio (el mando), surgen como una necesidad de la organización para obtener ciertos resultados.¹⁵⁷

3.2.3. SUPERVISIÓN DIRECTA: Es el apoyo y comunicación que debe proporcionar el dirigente a sus subordinados durante la ejecución de los planes

3.2.4. VÍA JERARQUICA: Postula la importancia de respetar los canales de comunicación establecidos por la comunicación formal, de tal manera que al emitirse una orden sea transmitida a los niveles jerárquicos correspondientes.

3.2.5. RESOLUCIÓN DEL CONFLICTO: Indica la necesidad de resolver los problemas que surgen durante la gestión administrativa.

3.2.6. APROVECHAMIENTO DEL CONFLICTO: El conflicto es un problema u obstáculo que se antepone al logro de las metas de la organización, pero ofrece la oportunidad de mirar nuevas estrategias y emprender diversas alternativas.

¹⁵⁷ Ibid., pág. 148.

3.3. ETAPAS DE LA DIRECCIÓN

3.3.1. TOMA DE DECISIONES: Es un proceso deliberado que termina en una elección entre un conjunto de alternativas.¹⁵⁸

3.3.1.1. ETAPAS DE LA TOMA DE DECISIONES

3.3.1.1.1. DEFINIR EL PROBLEMA: Definir claramente cual es el problema a resolver. El proceso de decisión comienza cuando se reconoce la necesidad o la exigencia de algún tipo de acción.¹⁵⁹

3.3.1.1.2. ANALIZAR EL PROBLEMA: Después de determinar el problema, es necesario desglosar sus componentes, así como los componentes del sistema en que se desarrolla a fin de poder determinar posibles alternativas de solución.¹⁶⁰

3.3.1.1.3. EVALUAR ALTERNATIVAS: Sucede cuando la persona que toma la decisión busca alternativas existentes, las modifica y diseña alternativas hechas a medidas, según se necesiten.¹⁶¹

3.3.1.1.4. ELEGIR ENTRE ALTERNATIVAS O FASE DE SELECCIÓN: Una vez evaluadas las alternativas, evaluar la más idónea para las necesidades del sistema y la que reditúe máximos beneficios.

¹⁵⁸ Warren B. Brown. Teoría de la organización y la administración. pág. 566.

¹⁵⁹ Ibid., pág. 567.

¹⁶⁰ Münch Galindo, Lourdes. Fundamentos de Administración. pág. 153.

¹⁶¹ Warren B. B. Op., cit. pág. 567.

3.3.1.1.5. APLICAR LA DECISIÓN: Consiste en poner en práctica la decisión elegida, por lo que se debe contar con un plan para el desarrollo de la misma.¹⁶²

3.3.2. INTEGRACIÓN: Comprende la función a través de la cual el administrador elige y se allega de los recursos necesarios para poner en marcha las decisiones previamente establecidas para ejecutar los planes.¹⁶³

3.3.2.1. ETAPAS DE LA INTEGRACIÓN

3.3.2.1.1. RECLUTAMIENTO: Obtención de los candidatos para ocupar los puestos de la empresa

3.3.2.1.2. SELECCIÓN: Se refiere a elegir entre los diversos candidatos al más idóneo para el puesto, de acuerdo con los requerimientos del mismo.

3.3.2.1.3. INTRODUCCIÓN O INDUCCIÓN: Articular o armonizar adecuadamente al nuevo elemento con los objetivos de la empresa y con el nuevo ambiente organizacional.

3.3.2.1.4. CAPACITACIÓN Y DESARROLLO: Es lograr el desenvolvimiento e incremento de las capacidades del personal, para lograr su máxima eficiencia.

¹⁶² Münch G. y García M. Op., cit. pág. 154.

¹⁶³ Ibid., pág. 155.

3.3.3. MOTIVACIÓN

3.3.3.1. DEFINICIÓN: Se refiere al hecho de mover, conducir e impulsar a la acción. La motivación es la labor más importante de la dirección, a la vez es la más compleja, pues a través de ella se logra la ejecución del trabajo tendiente a la obtención de los objetivos de la organización.¹⁶⁴

3.3.3.2. TENDENCIAS

3.3.3.2.1. TEORIA DE CONTENIDOS: Son aquellas que tratan de especificar lo que impulsa la conducta. Explican el comportamiento con base en procesos internos.

3.3.3.2.1.1. JERARQUÍA DE LAS NECESIDADES DE MASLOW: Establece que la naturaleza humana posee, en orden de predominio, cuatro necesidades básicas y una de crecimiento.

A. BÁSICAS

- FISIOLÓGICAS: Aquellas que surgen de la naturaleza física.
- DE SEGURIDAD: La necesidad de no sentirse amenazado por las circunstancias del medio.
- AMOR O PERTENENCIA: Los deseos de relaciones afectivas con las demás personas.

¹⁶⁴ Ibid., pág. 156.

- ESTIMACIÓN: La necesidad de confianza en sí mismo.

B. CRECIMIENTO

- REALIZACIÓN PERSONAL: El deseo de todo ser de realizarse a través del desarrollo de su propia personalidad.¹⁶⁵

3.3.3.2.1.2. TEORÍA DE MOTIVACIÓN E HIGIENE

- FACTORES DE HIGIENE O MATENIMIENTO: Aquellos que evitan la falta de satisfacción pero no motiva.¹⁶⁶
- FACTORES MOTIVADORES: Los que incluyen realización, reconocimiento, responsabilidad y el trabajo mismo.

3.3.3.2.2. TEORIAS DE ENFOQUE EXTERNO: Llamadas también del aprendizaje o de la modificación de la conducta organizacional, parten del supuesto de que la conducta es observable en las organizaciones, así como sus consecuencias, son la clave para explicar la motivación; relacionan los efectos que ejerce al ambiente sobre la conducta de los individuos.¹⁶⁷

¹⁶⁵ Ibid., pág.157.

¹⁶⁶ Ibid., pág. 158.

¹⁶⁷ Ibid., pág. 159

3.3.3.3. COMUNICACIÓN: Es el proceso a través del cual se trasmite y recibe información en un grupo social.¹⁶⁸

3.3.3.3.1. CLASIFICACION

3.3.3.3.1.1. COMUNICACIÓN FORMAL: Aquella que se origina en la estructura formal de la organización y fluye a través de los canales organizacionales.

3.3.3.3.1.2. COMUNICACIÓN INFORMAL: Surge de los grupos informales de la organización y no sigue los canales formales, aunque se puede referir a la empresa.

Los anteriores tipos de comunicación se pueden desarrollar de las siguientes formas:

- COMUNICACIÓN VERTICAL: Cuando la comunicación fluye de un nivel administrativo superior, a uno inferior o viceversa.
- COMUNICACIÓN HORIZONTAL: Se da en niveles jerárquicos semejantes.
- COMUNICACIÓN ESCRITA: Comunicación que se da mediante escrito o gráfico.¹⁶⁹

¹⁶⁸ Ibid., pág. 160

¹⁶⁹ Ibid., pág. 161.

3.3.3.3.2. AUTORIDAD: Facultad de que esta investida una persona, dentro de la organización, para dar ordenes y exigir que sean cumplidas por sus subordinados para la realización de aquellas acciones, de quien las dicta, considera apropiadas para el logro de los objetivos.¹⁷⁰

3.3.3.3.2.1. AUTORIDAD FORMAL: Cuándo la autoridad es conferida por la organización , es decir, la que emana de un superior para se ejercida sobre otras personas

3.3.3.3.2.1.1. LINEAL: Cuándo es practicada por un jefe sobre una persona o grupo.

3.3.3.3.2.1.2. FUNCIONAL: Ejercida por uno o varios jefes , sobre funciones distintas.

3.3.3.3.2.2. AUTORIDAD TÉCNICA O ESTAFF: Nace de los conocimientos especializados de quién la posee.

3.3.3.3.2.3. AUTORIAD PERSONAL: Es la autoridad que se origina en la personalidad del individuo.

3.3.3.3.3. DELEGACIÓN: Es la acción en donde se manifiesta claramente la esencia de la dirección y el ejercicio de la autoridad, ya que administrar es

¹⁷⁰ Ibid., pág. 162.

“hacer a través de otros”, es la consecución de autoridad y responsabilidad para actuar.¹⁷¹

3.3.3.3.1. MANDO: El ejercicio de autoridad o mando asume dos conceptos: Ordenes e instrucciones.

3.3.3.3.1.1. ORDENES: Es el ejercicio de autoridad a través de la cual un supervisor trasmite a un subordinado la indicación de que actividad debe ser realizada. Para que sea efectiva, deben considerarse los siguientes factores: Aspectos motivacionales y transmitir adecuadamente.

3.3.3.3.1.2. INSTRUCCIONES: Son las normas que habrán de observarse en situaciones de carácter repetitivo; los medios más convenientes para transmitir las son los instructivos y las circulares.¹⁷²

3.3.4. LIDERAZGO-SUPERVISIÓN: La supervisión consiste en vigilar y guiar a los subordinados de tal forma que las actividades se realicen adecuadamente.¹⁷³

¹⁷¹ Ibid., pág. 163.

¹⁷² Ibid., pág. 164.

¹⁷³ Ibid., pág. 165.

4. CONTROL

4.1. DEFINICIÓN: Es la etapa en la cual se mantienen las actividades de la organización en conformidad con los planes y objetivos.¹⁷⁴

4.2. ELEMENTOS

4.2.1. RELACIÓN CON LO PLANEADO: El control siempre existe para verificar el logro de los objetivos que se establecen en la planeación.

4.2.2. MEDICIÓN: Para controlar es imprescindible medir y cuantificar los resultados.

4.2.3. DETECTAR DESVIACIONES: Una de las funciones inherentes al control, es descubrir las diferencias que se presentan entre la ejecución y la planeación.

4.2.4. ESTABLECER MEDIDAS CORRECTIVAS: El objeto del control es prever y corregir los errores.¹⁷⁵

4.3. PRINCIPIOS

4.3.1. EQUILIBRIO: A cada grupo de delegación conferido debe proporcionarse el grado de control correspondiente.

¹⁷⁴ Warren B. Brown. Teoría de la organización y la administración. pág. 687.

¹⁷⁵ Münch G. y García M. Op., cit. pág. 172.

4.3.2. DE LOS OBJETIVOS: El control no es un fin, sino un medio para alcanzar los objetivos.¹⁷⁶

4.3.3. OPORTUNIDAD: El control, para que sea eficaz, necesita ser oportuno, es decir, debe aplicarse antes de que se efectúe el error.

4.3.4. DESVIACIONES: Todas las desviaciones o variaciones que se presenten con relación con los planes deben ser analizadas detalladamente.¹⁷⁷

4.3.5. EXCEPCIÓN: El control debe aplicarse, preferentemente, a las actividades excepcionales o representativas.¹⁷⁸

4.3.6. FUNCIÓN CONTROLADA: La persona o la función que realiza el control no debe estar involucrada con la actividad de controlar.¹⁷⁹

4.4. ETAPAS

4.4.1. ESTANDARES: Son procedimientos diseñados para regular las actividades organizacionales, es una unidad de medida que sirve como modelo, guía o patrón con base en la cual se efectúa el control.¹⁸⁰

¹⁷⁶ Ibid., pág. 173.

¹⁷⁷ Ibid., pág. 175.

¹⁷⁸ Ibid., pág. 176.

¹⁷⁹ Ibid., pág. 177.

¹⁸⁰ Warren B. Brown. Teoría de la organización y la administración. pág. 689.

4.4.1.1. ESTANDARES ESTADÍSTICOS: Llamados también históricos, se elaboran con base en el análisis de datos de experiencias pasadas.

4.4.1.2. ESTANDARES FIJOS POR APRECIACIÓN: Son esencialmente juicios de valor, resultado de experiencias pasadas del administrador, en áreas en donde la ejecución del personal es de gran importancia.

4.4.1.3. ESTANDARES TÉCNICAMENTE ELABORADOS: Son aquellos que se fundamentan en un estudio objetivo y cuantitativo de una situación de trabajo específica.¹⁸¹

4.4.2. MEDICIÓN DE RESULTADOS: Medir la ejecución y los resultados, mediante la aplicación de unidades de medida, que deben ser definidas de acuerdo con los estándares.¹⁸²

4.4.3. CORRECCIÓN: Establecimiento de medidas correctivas.¹⁸³

4.4.4. RETROALIMENTACIÓN: Es la acción que las salidas ejercen sobre las entradas para mantener el equilibrio del sistema. Constituye una acción de retorno. Sirve para que un sistema funcione dentro de determinadas condiciones o límites.¹⁸⁴

¹⁸¹ Münch G. y García M. Op., cit. pág. 179.

¹⁸² Ibid., pág. 180.

¹⁸³ George. R. Terry. Principios de Administración. pág. 131.

¹⁸⁴ Chiavenato. Idalberto. Administración de Recursos Humanos pág. 10.

4.4.5. IMPLANTACIÓN DEL SISTEMA DE CONTROL: Establecer un sistema de control de acuerdo a los resultados obtenidos.

4.5. CARACTERÍSTICAS

4.5.1. REFLEJAR LA NATURALEZA DE LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL: Un sistema deberá ajustarse a las necesidades de la empresa y tipo de actividad que desee controlar.

4.5.2. OPORTUNIDAD: Un buen sistema de control debe manifestar inmediatamente las desviaciones, siendo lo ideal que las descubra antes de que produzcan.

4.5.3. ACCESIBILIDAD: Todo control debe establecer medidas sencillas y fáciles de interpretar para facilitar su aplicación.¹⁸⁵

4.5.4. UBICACIÓN ESTRATÉGICA: Establecer de acuerdo con criterios de valor estratégico.

4.6. FACTORES

4.6.1. CANTIDAD: Se aplica en las actividades de control en donde los volúmenes son importantes.

¹⁸⁵ Münch Galindo y García Martínez. Fundamentos de administración. pág. 182.

4.6.2. TIEMPO: Se controlan las fechas programadas.

4.6.3. COSTO: Indicador de eficacia administrativa.

4.6.4. CALIDAD: Se refiere a las especificaciones que debe reunir un determinado producto o ciertas funciones de la empresa.¹⁸⁶

4.7. PERIODICIDAD

4.7.1. CONTROL PRELIMINAR: Aquel que se efectúa antes de realizar las actividades.

4.7.2. CONTROL CONCURRENTE: Se ejerce de manera simultánea a la realización de las actividades, como un proceso continuo.

4.7.3. CONTROL POSTERIOR: Se aplica después de haber realizado las actividades planeadas.

4.8. CONTROL POR AREAS FUNCIONALES: El control que se aplica a las cuatro áreas funcionales de la organización.

¹⁸⁶ Ibid., pág. 183.

4.8.1. CONTROL DE PRODUCCIÓN: La función de control en esta área busca el incremento de la eficiencia, la reproducción de costos y la uniformidad y mejora de la calidad del producto.¹⁸⁷

4.8.1.1. CONTROL DE CALIDAD: Se utiliza para determinar y eliminar cualquier causa que pueda originar un defecto en el producto.

4.8.1.2. CONTROL DE INVENTARIOS: Determinar el nivel más económico en inventarios en cuanto a materiales, productos en proceso y productos terminados.¹⁸⁸

4.8.1.2.1. MATERIA PRIMA: Son aquellas que no han sufrido ningún cambio previo al proceso de producción y son utilizadas directamente en el mismo.

4.8.1.2.2. MATERIAL EN PROCESO: Se utiliza en la elaboración del producto y su aspecto ha cambiado por resultado del proceso.

4.8.1.2.3. PARTES DE LA MAQUINARIA: No forman parte del producto, pero son piezas fundamentales para el buen funcionamiento de las máquinas.¹⁸⁹

4.8.1.3. CONTROL DE COMPRAS: Esta función verifica el cumplimiento de las actividades tales como selección adecuada de los proveedores, evaluación de

¹⁸⁷ Ibid., pág. 185.

¹⁸⁸ Ibid., pág. 186.

¹⁸⁹ Coral Gudiño. Contabilidad Universitaria. pág. 165.

cantidad y calidad, control de pedidos, determinación de punto de pedido y comprobación de precios.

4.8.2. CONTROL DE MERCADOTECNIA: Se refiere a la evaluación de la eficiencia a través de las cuales se lleva el producto al consumidor.¹⁹⁰

4.8.2.1. CONTROL DE VENTAS: Mide la actuación de fuerza de ventas en relación con las ventas pronosticadas.

4.8.3. CONTROL FINANCIERO: Proporciona la información a cerca de la situación financiera de la empresa y del rendimiento en términos monetarios de los recursos, departamentos y actividades que la integran.¹⁹¹

4.8.3.1. CONTROL CONTABLE: Identifica las causas de lo ocurrido en las operaciones financieras, para que, de esta forma, la gerencia adopte las decisiones más atinadas para futuras actuaciones.¹⁹²

4.8.3.1.1. COSTOS: Su objetivo primordial es determinar el costo real de un producto con base en el calculo y análisis detallado de cada uno de los elementos que intervienen en su fabricación.

¹⁹⁰ Münch G. y García M. Op., cit. pág.. 188.

¹⁹¹ Ibid., pág. 189.

¹⁹² Ibid., pág. 190.

4.8.3.1.2. AUDITORIA: La auditoria contable tiene como función primordial determinar si la información financiera presenta fidedignamente la situación de la empresa y si sus resultados son autenticos.¹⁹³

4.8.4. CONTROL DE RECURSOS HUMANOS: Consiste en evaluar la efectividad en la implantación y ejecución de todos y cada uno de los programas del departamento de recursos humanos y del cumplimiento de los objetivos.

4.8.4.1. AUDITORÍA DE RECURSOS HUMANOS: Es la evaluación sistemática y analítica de todas las funciones operativas del personal, con el fin de corregir deficiencias.

4.8.4.2. EVALUACIÓN DE LA ACTUACIÓN: Mide la efectividad de los miembros de la organización, con base en estándares de actuación que evalúan los resultados.¹⁹⁴

4.8.4.3. EVALUACIÓN DE RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN: Evalúa la efectividad de los programas y procedimientos relativos a esta área mediante análisis de diversos aspectos.

4.8.4.4. EVALUACIÓN DE CAPACITACIÓN Y DESARROLLO: Evalúa la productividad y el desarrollo del personal.¹⁹⁵

¹⁹³ Ibid., pág. 191.

¹⁹⁴ Ibid., pág. 192.

¹⁹⁵ Ibid., pág. 193.

4.8.4.5. EVALUACIÓN DE MOTIVACIÓN: Responde a la pregunta "¿El personal se encuentra trabajando de manera amena y entusiasta?".

4.8.4.6. EVALUACIÓN DE SUELDOS Y SALARIOS: Responde a la pregunta "¿Son los salarios de la empresa equitativos y justos?".

4.8.4.7. EVALUACIÓN DE HIGIENE, SEGURIDAD Y SERVICIOS PRESTACIONALES: Determina la efectividad mediante el análisis de registros tales como índices de accidentes, participación de personal en programas análisis de ausentismo, sugerencias y quejas etc.

4.9. TÉCNICAS DE CONTROL: Son las herramientas de las que se auxilia el administrador para lleva a cabo el control.¹⁹⁶

4.9.1. SISTEMAS DE INFORMACIÓN: Comprenden todos aquellos medios a través de los cuales el administrador se allega de los datos e informes relativos al funcionamiento de todas y cada una de las actividades de la organización.

4.9.2. CONTROL INTERNO: Aplicación de los principios de control a todo el funcionamiento de la organización.

¹⁹⁶ Ibid., pág. 194.

FORMULACIÓN ESTRATÉGICA

1. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

1.1. DEFINICIÓN: Es un proceso mediante el cual una organización define su visión de largo plazo y las estrategias para alcanzarla a partir del análisis de sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas. Supone la participación sobre sus factores claves de éxito, su revisión, monitoría y ajustes periódicos para que se convierta en un estilo de gestión que haga de la organización un ente proactivo y anticipatorio.¹⁹⁷

1.2. ESTRATEGAS: Aquellas personas o funcionarios ubicados en la alta dirección de la empresa, a quienes corresponde la definición de los objetivos y políticas de la organización. Todas las personas o funcionarios de la organización que tiene capacidad para tomar decisiones relacionadas con el desarrollo presente o futuro de la organización.¹⁹⁸

¹⁹⁷ Serna, Humberto Gómez. Gerencia Estratégica, pág.. 29.

¹⁹⁸ Ibid., pág. 19.

2. DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO

2.1. DEFINICIÓN: Es el proceso de saber hacia donde se va, para poder generar utilidades y permanecer en el mercado, lo integran los principios corporativos, la visión y misión de la organización. ¹⁹⁹

2.2. PRINCIPIOS CORPORATIVOS: Son el conjunto de valores, creencias, normas, que regulan la vida de una organización. ²⁰⁰

2.3. VISIÓN: Es un conjunto de ideas generales algunas de ellas abstractas que proveen el marco de referencia de lo que una empresa es y quiere ser en el futuro. ²⁰¹

Es la declaración amplia y suficiente de donde quiere que la empresa o área este dentro de 3 ó 6 años. ²⁰²

2.4. MISIÓN: La formulación explícita de los propósitos de una organización que la distingue de otros negocios en cuanto al cubrimiento de sus operaciones, los productos, los mercados y el talento humano que soporta el logro de estos propósitos. ²⁰³

¹⁹⁹ Ibid., pág. 20.

²⁰⁰ Ibid., pág. 20.

²⁰¹ Ibid., pág. 21.

²⁰² Ibid., pág. 31.

²⁰³ Ibid., pág. 21.

3. DIAGNOSTICO ESTRATÉGICO

3.1. DEFINICIÓN: Análisis de fortalezas y debilidades internas de la organización, así como amenazas y oportunidades que enfrenta la organización.²⁰⁴

3.2. DEBILIDADES: Actividades y atributos internos de una organización que inhiben o dificultan el éxito de una empresa. ²⁰⁵

3.3. OPORTUNIDADES: Eventos, hechos o tendencias en el entorno de una organización que podrían facilitar o beneficiar el desarrollo de esta si se aprovechan de forma oportuna y adecuada. ²⁰⁶

3.4. AMENAZAS: Eventos, hechos o tendencias en el entorno de una organización que inhiben, limitan o dificultan su desarrollo operativo. ²⁰⁷

3.5. OPCIONES ESTRATÉGICAS: Consisten en buscar diferentes caminos de como lograr los objetivos de una organización. Deben explotarse las opciones que la compañía tiene para anticipar tanto sus oportunidades y amenazas, como sus fortalezas y debilidades. ²⁰⁸

²⁰⁴ Ibid., pág. 21.

²⁰⁵ Ibid., pág. 31.

²⁰⁶ Ibid., pág. 31.

²⁰⁷ Ibid., pág. 31.

²⁰⁸ Ibid., pág. 24.

4. PROCESO DE PLANEACIÓN ESTRATÉGICA EN CASCADA

4.1. DEFINICIÓN: Es un modelo de planeación que se distribuye en cascada entre todos los niveles de la organización de arriba abajo y viceversa. ²⁰⁹

4.2. DIFUSIÓN ESTRATÉGICA: Es comunicar el plan estratégico a toda la organización, busca que todos los colaboradores identifiquen todas sus responsabilidades en la ejecución del plan y se comprometan con él. ²¹⁰

4.3. OBJETIVOS GLOBALES: Resultados a largo plazo que una organización espera lograr para hacer real la misión y visión de la empresa. ²¹¹

4.4. FACTORES POLÍTICOS: Aquellos que se refieren al uso o migración del poder. ²¹²

4.5. FACTORES SOCIALES: Los que afectan el modo de vivir de la gente incluso sus valores. ²¹³

4.6. FACTORES TECNOLÓGICOS: Son lo relacionados con máquinas, herramientas, materiales (hardware), así como los procesos (software). ²¹⁴

²⁰⁹ Ibid., pág. 26.

²¹⁰ Ibid., pág. 27.

²¹¹ Ibid., pág. 31.

²¹² Ibid., pág. 34.

²¹³ Ibid., pág. 34.

²¹⁴ Ibid., pág. 34.

4.7. FACTORES GEOGRÁFICOS: Los relativos a la ubicación, espacio, topografía, clima, recursos naturales, etc. ²¹⁵

4.8. FACTORES COMPETITIVOS: Todos los determinados por la competencia, los productos, mercado, la calidad y el servicio, todos ellos en comparación con los competidores. ²¹⁶

5. CULTURA CORPORATIVA

5.1. DEFINICIÓN: Es la manera como las organizaciones hacen las cosas, como establecen prioridades y dan importancia a las diferentes tareas empresariales, además de incluir lo que es importante para la empresa. ²¹⁷

5.2. HÉROES ORGANIZACIONALES: Son individuos que ejemplifican un conjunto de valores o comportamientos. ²¹⁸

5.3. EL VISIONARIO: Líder que sirve de modelo para todos los empleados, él ejemplifica la cultura de la organización y la transmite a los otros trabajadores a través de sus acciones, palabras y proyectos. ²¹⁹

²¹⁵ Ibid., pág. 34.

²¹⁶ Ibid., pág. 34.

²¹⁷ Ibid., pág. 105.

²¹⁸ Ibid., pág. 212.

²¹⁹ Ibid., pág. 114.

5.4. EL SITUACIONAL: El funcionario que se destaca por sus acciones extraordinarias temporales y que influye o sirven de ejemplo a un grupo menor de empleados.²²⁰

5.5. EL REBELDE: Es un líder que busca el cambio y promueve la innovación en la organización.²²¹

6. AUDITORIA ORGANIZACIONAL

6.1. PERFIL DE CAPACIDAD INTERNA (PCI): Es un medio para evaluar las fortalezas y debilidades de la compañía en relación con las oportunidades y amenazas que presenta el medio interno.²²²

6.2. El POAM: Es la metodología que permite identificar y valorar las amenazas y oportunidades potenciales de una empresa.²²³

6.3. ANÁLISIS DOFA: Es el acrónimo de debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas, ayuda a determinar si la organización esta capacitada para desempeñarse en su medio.²²⁴

²²⁰ Ibid., pág. 114.

²²¹ Ibid., pág. 114.

²²² Ibid., pág. 120.

²²³ Ibid., pág. 140.

²²⁴ Ibid., pág. 157.

6.4. MATRIZ DE IMPACTOS: Herramienta en la cual se define y categoriza el impacto de cada fortaleza, debilidad, oportunidad o amenaza, en el negocio. ²²⁵

6.5. OBJETIVOS CORPORATIVOS: Son los resultados globales que una organización espera alcanzar en el desarrollo y operacionalización concreta de su misión y visión. ²²⁶

6.6. ALTERNATIVAS ESTRATÉGICAS: Es una metodología que consiste en identificar caminos mediante los cuales una organización puede definir las estrategias, para alcanzar su visión y por lo tanto un desempeño exitoso en el mercado. ²²⁷

6.7. ANÁLISIS VECTORIAL DEL CRECIMIENTO: Examina diferentes alternativas de productos en relación con las opciones del mercado de la compañía. ²²⁸

6.8. ANÁLISIS DEL PORTAFOLIO COMPETITIVO: Se basa en el concepto de la curva de experiencia y enfatiza en la importancia de la participación relativa de una compañía en el mercado y la tasa de crecimiento de la industria. ²²⁹

6.9. POSICIÓN ESTRATÉGICA Y EVALUACIÓN DE ACCIONES (LA PEEA): Es un enfoque usado para determinar la situación estratégica apropiada para una firma y cada uno de sus negocios individuales. ²³⁰

²²⁵ Ibid., pág. 160.

²²⁶ Ibid., pág. 197.

²²⁷ Ibid., pág. 211.

²²⁸ Ibid., pág. 211.

²²⁹ Ibid., pág. 211.

²³⁰ Ibid., pág. 226.

6.10. LA MATRIZ DE POLÍTICA DIRECCIONAL (MP): Es un resumen de los hallazgos del estudio PIMS, por que cada dimensión se considera como un conjunto de varios factores. ²³¹

6.11. ÍNDICES DE GESTIÓN: Son una unidad de medida gerencial que permite evaluar el desempeño de una organización frente a sus metas, objetivos y responsabilidades con los grupos de referencia. ²³²

6.12. ÍNDICES DE GESTIÓN CORPORATIVA: Son el resultado global de la gestión con las unidades estratégicas y operativas. Permiten monitorear el comportamiento total de la organización. ²³³

6.13. ÍNDICE DE GESTIÓN POR UNIDAD ESTRATÉGICA DE NEGOCIO: Son los resultados de cada área funcional de una compañía. ²³⁴

6.14. ÍNDICE DE GESTIÓN OPERATIVO: Son el resultado de la gestión a nivel de unidades como integrantes estratégicas de negocio. ²³⁵

6.15. ÍNDICE DE EFICIENCIA: Se refieren a los recursos necesarios y utilizados para lograr un objetivo o meta específica. ²³⁶

²³¹ Ibid., pág. 227.

²³² Ibid., pág. 235.

²³³ Ibid., pág. 253.

²³⁴ Ibid., pág. 253.

²³⁵ Ibid., pág. 258.

²³⁶ Ibid., pág. 258.

6.16. ÍNDICE DE EFICACIA: Miden el grado en que se alcanzaron los objetivos o metas de una organización. ²³⁷

6.17. ÍNDICE DE EQUIDAD: Mide la justicia, imparcialidad o igualdad con que una organización retribuye sus grupos de interés, accionistas, colaboradores, sociedad, el estado. ²³⁸

6.18. ÍNDICE DE IMPACTO: son la medida de aquellos factores que determinan la competitividad de una empresa, los que hacen la diferencia frente a la competencia, por lo tanto lo que asegura su permanencia en el mercado, crecimiento y rentabilidad. ²³⁹

6.19. ÍNDICES FUNDAMENTALES O COMPETITIVOS: Son aquellos índices que la empresa debe monitorear en forma permanente como condición para mantener su competitividad. ²⁴⁰

6.20. ÍNDICE DE IMPACTO CAUSALES: Son aquellos factores internos o externos que generan satisfacción o insatisfacción y que tiene efectos sobre los índices fundamentales. ²⁴¹

²³⁷ Ibid., pág. 258.

²³⁸ Ibid., pág. 258.

²³⁹ Ibid., pág. 259.

²⁴⁰ Ibid., pág. 259.

²⁴¹ Ibid., pág. 260.

7. MONITORIA ESTRATÉGICA:

7.1. DEFINICIÓN: Sistema de seguimiento y monitoría con base en los índices de gestión que permiten medir periódicamente la ejecución del plan y anticiparse los ajuste que este requiera, con el fin de adaptarse de forma oportuna y anticipada a los cambios y desafíos que genera el entorno. ²⁴²

²⁴² Ibid., pág. 281.

DESARROLLO DE LA CAPACIDAD EMPRESARIAL

1. EL NUEVO ESPÍRITU EMPRESARIAL

1.1. INNOVACIÓN: Es el acto del genio que crear un concepto nuevo de un dispositivo o servicio potencialmente útil. En la innovación esto es apenas el comienzo. Una vez realizada la invención, empieza la segunda mitad de la innovación: convertir la nueva idea en un éxito comercial.²⁴³

1.2 EL ESTADO DE LA INNOVACIÓN EN LAS GRANDES FIRMAS

1.2.1. CRISIS EN LA EJECUCIÓN: Podría pensarse que las organizaciones grandes son lentas para pensar en nuevas ideas, pero que, dada su gran riqueza de talento administrativo, son muy diestras para su ejecución.²⁴⁴

1.2.2. EL PODER DE LOS INÚTILES: Las compañías que no aprendan a conservar sus mejores y más innovadores elementos se quedarán sin otra cosa que los inútiles.

245

²⁴³ Gifford, Pinchot III. Intrapreneuring. pág. 10.

²⁴⁴ Ibid., pág. 11.

²⁴⁵ Ibid., pág. 13.

1.2.3. LABORATORIOS DE CAPITAL ESPECULATIVO: Las diferencias entre grupos corporativos de especulación y grupos privados de capital especulativo pusieron en relieve el efecto de las culturas y sistemas corporativos sobre la innovación. ²⁴⁶

2. EL EMPRESARIO INTERNO

2.1. DEFINICIÓN: Los empresarios internos, como todos los empresarios, no son necesariamente inventores de nuevos productos o servicios, Su contribución consiste en tomar nuevas ideas, o aún prototipos de trabajo, para convertirlos en realidades rentables. Cuando las ideas se han convertido en negocios sólidos que están en marcha, en forma que hasta los menos imaginativos contadores puedan ver claramente su valor, los empresarios internos se aburren, En este punto necesitan de los gerentes profesionales que mantengan y desarrollen el negocio mientras ellos van en post de nuevas especulaciones para que otros la manejen. ²⁴⁷

2.2. CARACTERÍSTICAS

2.2.1. VISIÓN: Como una de sus herramientas de los empresarios es soñar despiertos, su inclinación natural en cualquier rato es jugar mentalmente con una nueva oportunidad de negocio, considerando las muchas diversas maneras de

²⁴⁶ Ibid., pág. 14.

²⁴⁷ Ibid., pág. 32.

proceder y los obstáculos que se puedan encontrar en cada una.²⁴⁸

2.2.2. NATURALEZA DE LA VISIÓN EMPRESARIAL: La capacidad visionaria de los empresarios no necesita una imaginación mecánica o técnica muy desarrollada, pero sí la capacidad de imaginar realidades de negocios y organizaciones en cuanto a la manera como reaccionarán sus clientes a la innovación.²⁴⁹

2.2.3. NECESIDAD DE ACTUAR: Los empresarios están por naturaleza orientados a la acción, en lugar de ponerse a planear indefinidamente, empiezan de una vez a hacer algo para lograr la realización de sus planes.²⁵⁰

2.2.4. FIJACIÓN DE METAS PROPIAS: Los empresarios fijan sus propias metas y toman iniciativas que nadie les ha pedido que tomen. Las metas son concretas y medibles.²⁵¹

2.2.5. ALTAS NORMAS INTERNAS: La orientación interna de los empresarios se ve no-solo en la fijación de metas sino también de normas de calidad. No sienten ninguna satisfacción observando normas impuestas por otros, y aun pueden hacerlas a un lado.²⁵²

²⁴⁸ Ibid., pág. 38.

²⁴⁹ Ibid., pág. 38.

²⁵⁰ Ibid., pág. 39.

²⁵¹ Ibid., pág. 46.

²⁵² Ibid., pág. 47.

3. VENTAJAS DE SER EMPRESARIO

3.1. DECISIÓN: Para muchos empresarios, la mayor bendición de ser independientes es que escapan a la indecisión de la corporación. Conseguir el apoyo de los capitalistas especulativos puede ser difícil, pero una vez que éstos han hecho la inversión inicial, son decididos sostenedores del proyecto. ²⁵³

3.2. INVERSIONISTAS EXPERTOS: Para un empresario, una de las cosas más valiosas es poder contar con un capitalista especulativo experto, que hace mucho más que suministrar dinero. ²⁵⁴

3.3. PROPIEDAD: Una de las principales ventajas de ser empresario es ser propietario. La propiedad puede conducir a la riqueza y la libertad. ²⁵⁵

²⁵³ Ibid., pág. 90.

²⁵⁴ Ibid., pág. 91.

²⁵⁵ Ibid., pág. 91.

CALIDAD Y MEJORAMIENTO CONTINUO

1. ADMINISTRACIÓN DE LA CALIDAD TOTAL (ACT)

1.1. DEFINICIÓN: Es la integración de todas las funciones y procesos de una organización con el fin de lograr un mejoramiento continuo de la calidad de los bienes y servicios que ella produce, el objeto es lograr la satisfacción del cliente.

256

2. ELEMENTOS

2.1. DECISIÓN ESTRATÉGICA: Es la decisión de competir como una compañía de categoría mundial, es una decisión que solo puede ser tomada por la alta gerencia.²⁵⁷

2.2. ESTRATEGIA CORPORATIVA: Es la pauta de decisiones que toma una compañía para determinar, configurar y revelar sus objetivos, metas o propósitos; elaborar las políticas y los planes principales para el logro de esas metas y definir los negocios en los que la compañía desea participar, el tipo de organización

²⁵⁶ Phillips, Crosby. Principios de Calidad Total. pág. 6.

²⁵⁷ Ibid., pág. 61.

económica y humana que pretende ser y el carácter de la aportación económica y de otra índole que intenta hacer en beneficio de sus accionistas, empleados, clientes y comunidades.²⁵⁸

2.3. MISIÓN: Es el propósito general que guía a una organización y la razón manifiesta de su existencia.²⁵⁹

3. DEFINICIÓN DE CALIDAD

3.1. CALIDAD BASADA EN EL PRODUCTO: Carácter o atributo que se puede cuantificar o medir.²⁶⁰

3.2. CALIDAD BASADA EN EL USUARIO: Es un asunto individual de los productos capaces de satisfacer preferencias (es decir la calidad percibida) estos productos son los de más alta calidad.²⁶¹

3.3. CALIDAD BASADA EN MANUFACTURA: Se refiere sobre todo a las prácticas de ingeniería y fabricación, y parten de la definición universal de calidad como la conformidad con los requisitos.²⁶²

²⁵⁸ Ibid., pág. 61.

²⁵⁹ Ibid., pág. 62.

²⁶⁰ Ibid., pág. 68.

²⁶¹ Ibid., pág. 68.

²⁶² Ibid., pág. 69.

3.4. CALIDAD BASADA EN EL VALOR: Se define en términos de costos y precios además de muchos otros atributos. ²⁶³

4. CONTROL ESTADÍSTICO DE CALIDAD

4.1. POLÍTICAS: Son guías de acción para la toma de decisiones y su finalidad es facilitar el logro de los objetivos. ²⁶⁴

4.2. SISTEMAS DE CONTROL: Consiste en establecer normas financieras (el presupuesto), recabar los antecedentes históricos en materia de desempeño (el reporte de variaciones) y tratar de alcanzar los objetivos después que las desviaciones se han presentado. ²⁶⁵

4.3. ADMINISTRACIÓN DE LA CALIDAD DE LOS PROCESOS: Examina los procedimientos sistemáticos que aplica la compañía para elevar la calidad y el desempeño de sus operaciones en forma continua. ²⁶⁶

4.4. INSPECTOR: Es el responsable de la calidad del trabajo y tanto los obreros como los jefes facilitadores se deben asegurar que el trabajo se lleve a cabo a entera satisfacción del propio inspector. ²⁶⁷

²⁶³ Ibid., pág. 69.

²⁶⁴ Ibid., pág. 72.

²⁶⁵ Ibid., pág. 73.

²⁶⁶ Ibid., pág. 93.

²⁶⁷ Ibid., pág. 95.

4.5. CONTROL ESTADÍSTICO DE CALIDAD: Es el más antiguo y conocido de todos los métodos para el control de procesos, en el que se requiere el uso de técnicas estadísticas, como los cuadros de control, a fin de analizar un proceso de trabajo o sus resultados.²⁶⁸

4.6. PROCESO: Es un conjunto de causas o condiciones y una serie de pasos que conforman una actividad encaminada a transformar los insumos en productos.²⁶⁹

4.7. CONTROL ESTADÍSTICO DE LA CALIDAD (CEC): Técnica utilizada para identificar la causa fundamental de los problemas que dan lugar a variaciones del proceso más allá de los márgenes de tolerancia determinados de ante mano y para implementar los controles que permitan resolver el problema.²⁷⁰

4.8. DEFECCIONES DE CLIENTES: Clientes perdidos a manos de la competencia. constituyen un problema para la compañía, pero su conservación es una oportunidad.²⁷¹

5. DESPLIEGUE DE LA FUNCION DE LA CALIDAD (DFC)

²⁶⁸ Ibid., pág. 98.

²⁶⁹ Ibid., pág. 99.

²⁷⁰ Ibid., pág. 100.

²⁷¹ Ibid., pág. 128.

5.1. DEFINICIÓN: Es un grupo de técnicas para la planificación y la comunicación, que permite coordinar las actividades de una organización. ²⁷²

6. JUSTO A TIEMPO (JAT)

6.1. DEFINICIÓN: Es una filosofía y una forma de abordar las metas de la empresa de modo que sea posible producir lo que se necesita cuando se necesita, reducir al mínimo los problemas y eliminar los procesos de producción que crean la necesidad de mantener existencias por motivos de seguridad. ²⁷³

6.2. PLANEACIÓN DE LOS REQUISITOS DE MATERIALES (PRM): Técnica para calcular las necesidades de materiales a fin de satisfacer las cifras del pronóstico de ventas y el plan de producción. ²⁷⁴

6.3. ENFOQUE HACIA LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE: Esta categoría implica el examen de las relaciones de la compañía con el cliente y el conocimiento que ésta tiene, tanto de los requisitos de su clientela como de los factores claves de calidad que impulsan la competencia en el mercado. ²⁷⁵

²⁷² Ibid., pág. 105.

²⁷³ Ibid., pág. 109.

²⁷⁴ Ibid., pág. 109.

²⁷⁵ Ibid., pág. 117.

6.4. INDICADORES CLAVE DE LA SATISFACCIÓN: Son los que la compañía haya elegido para representar tanto la calidad de sus productos y servicios, como la forma en que estos se hacen llegar al cliente. ²⁷⁶

6.5. MERCADOTECNIA Y VENTAS: Son las funciones a cargo de recopilar las aportaciones del cliente. ²⁷⁷

6.6 . VALOR DE RETENCIÓN VITALICIA: Las ventas adicionales que se podían hacer si se logra conservar al cliente por toda la vida. ²⁷⁸

6.7. IMPLEMENTACIÓN DE LA ACT POR EL PROVEEDOR Y POR EL CLIENTE: Consiste en exigir que los proveedores pongan en practica los principios básicos de la ACT, este esfuerzo conjunto les provee un idioma común y fortalece la confianza entre ambas partes. ²⁷⁹

6.8. COMPROMISO A LARGO PLAZO CON LA ACT Y CON LA RELACION DE LAS PARTES: Esto puede significar la relación a lo largo del ciclo de vida en cuyo caso la asociación se mantiene durante todo el ciclo de vida de producto. ²⁸⁰

²⁷⁶ Ibid., pág. 126.

²⁷⁷ Ibid., pág. 126.

²⁷⁸ Ibid., pág. 129.

²⁷⁹ Ibid., pág. 131.

²⁸⁰ Ibid., pág. 132.

6.9. REDUCCIÓN DE LA BASE DE PROVEEDORES: Una o varias compañías del ramo de la compañía, como únicos proveedores, esto puede hacer mejor la función y reducir los problemas.²⁸¹

7. PARÁMETROS DE COMPARACIÓN

7.1. DEFINICIÓN: Son un medio que permite observar tras bambalinas el desempeño de otra compañía desde el interior, donde todos los trucos escénicos y las readaptaciones apresuradas se ponen de relieve.²⁸²

7.2. LA ESENCIA DE LOS PARÁMETROS DE COMPARACION: Es el proceso continuo en el cual se compara la estrategia, los productos y los procesos de una compañía, con los que aplican los líderes y las mejores organizaciones en su género.²⁸³

7.3. PARÁMETROS ESTRATEGICOS: Son comparaciones que tienen como objetivo definir la posición de una compañía frente a los mejores competidores en su género y se ocupa sobre todo del análisis macro del entorno, la industria y los competidores.²⁸⁴

²⁸¹ Ibid., pág. 132.

²⁸² Ibid., pág. 137.

²⁸³ Ibid., pág. 137.

²⁸⁴ Ibid., pág. 142.

7.4. PARÁMETROS DE COMPARACIÓN OPERACIONAL: Esta categoría se centra en una actividad particular dentro de las operaciones funcionales de una compañía, para luego señalar las formas de emular o mejorar las practicas que aplican la mejor en su genero. ²⁸⁵

7.5. CATEGORÍAS

7.5.1. COSTO Y PRODUCTIVIDAD: Estas constituyen una categoría en la que están incluidos los costos de operación y la eficiencia del trabajo. ²⁸⁶

7.5.2. PUNTUALIDAD: Es un factor importante en los procesos internos y también para la satisfacción del cliente, este concepto se mide con frecuencia en términos de la duración del ciclo o el tiempo de procesamiento. ²⁸⁷

7.5.3. DIFERENCIACIÓN Y CALIDAD: Estas mediciones consideran los errores, los defectos y desperdicios que puedan atribuirse a un proceso en su totalidad que y es preciso expresarlos en relación con la producción total obtenida. ²⁸⁸

7.5.4. PROCESOS DE NEGOCIOS: Esta categoría se relaciona en forma directa con el diseño del producto, la producción, las ventas y el servicio; entre ellos

²⁸⁵ Ibid., pág. 143.

²⁸⁶ Ibid., pág. 147.

²⁸⁷ Ibid., pág. 147.

²⁸⁸ Ibid., pág. 148.

figuran las múltiples actividades del personal superior y el servicio interno que se paga como gastos generales y administrativos. ²⁸⁹

7.6. IDENTIFICACIÓN DE LO MEJOR EN SU GENERO: Es un paso importante en el análisis que se basa en parámetros de comparación, el objetivo es identificar a las empresas cuyas operaciones son de calidad superior y que han sido reconocidas como los mejores en su genero, para usarlas como meta para alcanzar en las operaciones de la compañía objeto de análisis. ²⁹⁰

7.7. DIMENSIÓN MACRO DE LA ORGANIZACIÓN: La aproximación general que la compañía podría emplear para establecer una infraestructura de la calidad. ²⁹¹

7.8. SISTEMA: Entidad formada por varios componentes los cuales dependen unos de otros y se han integrado para el logro de un objetivo. ²⁹²

8. ENFOQUE TRADICIONAL DE LA ORGANIZACIÓN

8.1. DEFINICIÓN: Proceso que se considera como un montaje mecánico de funciones y actividades y no se presta mucha atención ni a la estrategia ni a los resultados apetecidos. ²⁹³

²⁸⁹ Ibid., pág. 148.

²⁹⁰ Ibid., pág. 148.

²⁹¹ Ibid., pág. 155.

²⁹² Ibid., pág. 156.

²⁹³ Ibid., pág. 161.

8.2. ADMINISTRACIÓN DE LA CALIDAD DEL PROCESO EN LA EMPRESA: Técnica para poner en práctica el mejoramiento de la calidad a través de las distintas funciones y actividades internas de la compañía.²⁹⁴

9. EQUIPOS PARA LA ACT

9.1. CÍRCULOS DE CALIDAD: Pequeño grupo de empleados que realizan un trabajo similar o conexo y se reúnen con regularidad con el fin de detectar, analizar y resolver los problemas referentes a la producción y al producto, para mejorar las operaciones en general.²⁹⁵

9.2. EQUIPOS DE TRABAJO AUTO DIRIGIDOS: Son una extensión de los círculos de calidad, pero se diferencian de estos en un aspecto importante, sus miembros tienen las facultades para ejercer el control de su propio trabajo y para optimizar la eficiencia y la efectividad de todo el proceso, y no solo de algunos pasos individuales que lo integran.²⁹⁶

²⁹⁴ Ibid., pág. 166.

²⁹⁵ Ibid., pág. 133.

²⁹⁶ Ibid., pág. 172.

9.3. EQUIPOS DE TRABAJO: Son una variante de los círculos de calidad, sus principales diferencias son que los equipos pueden existir en cualquier nivel y su meta o tema de discusión se conoce de antemano, mientras que los miembros de los círculos de calidad suelen gozar de entera libertad para elegir los problemas que se van a resolver.²⁹⁷

9.4. EQUIPOS TRASFUNCIONALES: Son el mejor vehículo para lograr la vinculación de esas actividades y procesos.²⁹⁸

9.5. PRODUCTIVIDAD: Enfoque táctico a corto plazo asociado a la reducción de costos, a mayor eficiencia, a un mejor uso de los recursos y a la reestructuración de la organización.²⁹⁹

9.6. TECNOLOGÍA: Se refiere a la transformación de insumos en productos, incluye los métodos, procedimientos y técnicas que hacen posible dicha transformación, abarca en realidad tanto las maquinas como los métodos para mejorar los procesos con el fin de mejorar la realización entre producto e insumo.³⁰⁰

10. MEDICIONES BÁSICAS

²⁹⁷ Ibid., pág. 172.

²⁹⁸ Ibid., pág. 172.

²⁹⁹ Ibid., pág. 180.

³⁰⁰ Ibid., pág. 182.

10.1. FACTOR TOTAL: Es la medida o forma de medición más amplia del producto con relación al insumo que se puede expresar de este modo: producto total / trabajo + materiales + energía + capital.³⁰¹

10.2. FACTOR PARCIAL: Se basa en mediciones que se definen mediante la obtención de las relaciones entre el producto total respecto una o varias categorías de insumos y se expresa en la siguiente forma en caso del factor parcial que representan la Mano de obra: producto total/ Insumo mano de obra.³⁰²

10.3. MEDICIONES DE FUNCIONES Y ACTIVIDADES: Aportan a cada supervisor y trabajador el objetivo básico para el mejoramiento de la calidad y la productividad por medio de la planificación de las actividades en forma individual.³⁰³

10.4. MEDIDAS COMPETITIVAS Y DE LA INDUSTRIA: Son importantes para establecer parámetros de comparación frente a la competencia, al mejor en su genero y a otros miembros de la industria.³⁰⁴

11. MEJORAMIENTO DE LA PRODUCTIVIDAD

³⁰¹ Ibid., pág. 186.

³⁰² Ibid., pág. 186.

³⁰³ Ibid., pág. 187.

³⁰⁴ Ibid., pág. 188.

11.1. DEFINICIÓN: Significa elevar la razón aritmética resultante de dividir la producción de bienes y servicios entre los insumos que se van para producirlos.³⁰⁵

11.2. CINCO FORMAS DE MEJORAR LA PRODUCTIVIDAD

11.2.1. LA REDUCCIÓN DE COSTOS: Es el enfoque tradicional y el que más se usa para mejorar la productividad y puede ser el camino apropiado hacia el mejoramiento si se aplica apropiadamente.³⁰⁶

11.2.2. LA ADMINISTRACIÓN DEL CRECIMIENTO: Es un enfoque más positivo, no implica necesariamente una inversión adicional para el mejoramiento del capital, puede significar también una reducción de la cantidad de insumos por unidad de producto en el periodo de crecimiento.³⁰⁷

11.2.3. TRABAJAR EN FORMA MÁS INTELIGENTE: Significa obtener más producción con el mismo insumo, lo cual permite aumentar las ventas o la producción con el mismo insumo bruto y a un costo unitario más bajo.³⁰⁸

11.2.4. LA REDUCCIÓN A LA PAR: Es un proceso similar a la reducción de costos, salvo que al suprimir ventas o producción, los insumos deben reducir en una producción mayor a fin de incrementar la razón entre ambos conceptos.³⁰⁹

³⁰⁵ Ibid., pág. 190.

³⁰⁶ Ibid., pág. 191.

³⁰⁷ Ibid., pág. 192.

³⁰⁸ Ibid., pág. 192.

³⁰⁹ Ibid., pág. 193.

11.2.5. TRABAJO EFICIENTE: Es el mejor camino para el mejoramiento de la productividad y la calidad; dicho en términos sencillos, tratar de lograr más con menos.³¹⁰

12. COSTOS

12.1. COSTO DE LA CALIDAD: Es equivalente al costo real menos el costo de la calidad con la diferencia entre el costo real de fabricación y venta de los productos y servicios y el costo de los mismos si no se presentara ninguna falla durante la fabricación o el uso de esto y si no existiera ninguna posibilidad de falla.³¹¹

12.2. MEDICIÓN DE LA CALIDAD: Es el precio de no trabajar conforme a las normas, no de la aplicación de índices.³¹²

12.3. COSTOS DE PREVENCIÓN: Incluyen las actividades destinadas a suprimir y prevenir los defectos en el proceso de producción.³¹³

12.4. COSTOS DE EVALUACIÓN: Son los que se hacen a fin de obtener los productos de mala calidad cuando estos ya están fabricados, pero antes que se envíen a los clientes.³¹⁴

³¹⁰ Ibid., pág. 193.

³¹¹ Ibid., pág. 202.

³¹² Ibid., pág. 204.

³¹³ Ibid., pág. 205.

12.5. COSTOS DE LAS FALLAS: Son los que tienen lugar ya sea durante el proceso de producción (falla interna) o una vez que el producto se ha embarcado (falla externa).³¹⁵

1.2.6. CALCULO DEL COSTO BASADO EN LAS ACTIVIDADES (CBA): Es una colección de informes sobre el desempeño financiero y las operaciones, que permite rastrear las actividades significativas de una firma en función de los costos del proceso, el producto y la calidad.³¹⁶

12.7. EL CONTROL DEL PROCESO: Documenta el flujo del proceso, identifica las necesidades de los clientes internos y externos, define el proceso de cada paso del proceso y determina los requisitos del proceso en términos de insumos.³¹⁷

12.8. ANÁLISIS DE LA ACTIVIDAD: Define cada actividad dentro de cada proceso e identifica las actividades, como un valor agregado o no agregado, tomando como base los requerimientos del cliente.³¹⁸

12.9. IMPULSORES: Son las condiciones que crean o impulsan la necesidad de una actividad determinada y, por lo tanto, los recursos que se consumen en ella.³¹⁹

³¹⁴ Ibid., pág. 205.

³¹⁵ Ibid., pág. 205.

³¹⁶ Ibid., pág. 212.

³¹⁷ Ibid., pág. 212.

³¹⁸ Ibid., pág. 212.

³¹⁹ Ibid., pág. 212.

13. CONCEPTO DE UN PROCESO

13.1. DEFINICIÓN DE PROCESO: Es una serie de actividades o pasos que se llevan a cabo para transformar insumos en productos. ³²⁰

13.2. TIPOS DE PROCESO

13.2.1. PROCESO ADMINISTRATIVO: Esto abarca él (los) método(s) que aplica la guía para llevar a cabo sus respectivas funciones. ³²¹

13.2.2. PROCESO FUNCIONAL: Se compone de los métodos que utilizan los miembros de un grupo, o los aplica un individuo para alcanzar objetivos que también son de tipo funcional. ³²²

13.2.3. PROCESO TRANSFUNCIONAL: Incluye él (los) método(s) utilizados para alcanzar objetivos y que requieren la participación o los insumos de varios grupos o individuos. ³²³

13.2.4. DATOS DE ATRIBUTOS: Están considerados como datos contables o discretos. ³²⁴

³²⁰ Ibid., pág. 221.

³²¹ Ibid., pág. 224.

³²² Ibid., pág. 224.

³²³ Ibid., pág. 224.

³²⁴ Ibid., pág. 227.

13.2.5. DATOS VARIABLES: Requieren mediciones que reflejan criterios tales como cantidad, tamaño o duración, este tipo de datos corresponde a una escala que se puede dividir en un número infinito de incrementos, por lo tanto se considera que son datos continuos.³²⁵

13.2.6. GRÁFICO CRONOLÓGICO: Es una herramienta importante para la representación visual de datos, se trata de un gráfico donde se trazan los valores de la característica objeto del estudio respecto al tiempo, lo cual permite la detección de tendencias en la dimensión temporal.³²⁶

13.3. DESCRIPCIÓN NUMÉRICA: Se presenta de ordinario dos aspectos o propiedades: la tendencia central y la dispersión.³²⁷

13.3.1. TENDENCIA CENTRAL: Se refiere a la posición centralizada de datos, mientras que la dispersión se aplica a la extensión de los mismos.³²⁸

13.3.2. LA MEDIA: Es el promedio aritmético de los valores, se representa como \bar{X} y se calcula con la fórmula:

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{n}$$

Donde \bar{X} es el valor de los datos y n es el número total de observaciones.³²⁹

³²⁵ Ibid., pág. 227.

³²⁶ Ibid., pág. 231.

³²⁷ Ibid., pág. 231.

³²⁸ Ibid., pág. 231.

³²⁹ Ibid., pág. 231.

13.3.3. LA MEDIANA: Es el valor medio que se obtiene cuando se presentan n los datos en orden ascendente, su ventaja sobre la media consiste en el hecho de que le afecten a menor medida los valores extremos. ³³⁰

13.3.4. LA MODA: Es el valor que se representa con más frecuencia en un conjunto de datos. ³³¹

13.3.5. EL RANGO (R): Mide la extensión de los datos sustrayendo del valor más alto del valor más bajo. ³³²

13.3.6. LA DESVIACIÓN ESTÁNDAR (S): Es una medida de extensión, pero en ella se toma en cuenta la totalidad de los datos. Se puede calcular de la siguiente forma:

$$S = \left[\frac{\sum [X - X']^2}{n - 1} \right]^{1/2}$$

13.3.7. ESTRATIFICACIÓN DE LOS DATOS: implica dividir estos en subgrupos relacionados más pequeños, con lo cual el análisis resulta claro y más preciso. ³³³

13.4. CICLO DE DEMING: Conocido también como el ciclo de planear, hacer, verificar y actuar (PHVA), es un enfoque sistemático para ayudar a la guía en el mejoramiento continuo de la calidad. ³³⁴

³³⁰ Ibid., pág. 232.

³³¹ Ibid., pág. 232.

³³² Ibid., pág. 233.

³³³ Ibid., pág. 234.

13.5. PLANIFICACIÓN PARA EL MEJORAMIENTO: Implica conocer los deseos y las necesidades del cliente, a partir de esa información se establecen las metas del proceso.³³⁵

13.6. ETAPA DE PLANEAR: requiere la definición del problema la recolección y análisis de algunos datos, la búsqueda de posibles soluciones y la evaluación de alternativas y una recomendación para la acción.³³⁶

13.7. LA ETAPA DE HACER: Consiste en la implementación de un plan.³³⁷

13.8. LA ETAPA DE VERIFICAR: Se analizan los recursos obtenidos en la etapa de hacer, con el fin de determinar si se han alcanzado los objetivos deseados.³³⁸

14. INSTRUMENTOS PARA MEJORAR

14.1. HOJA DE VERIFICACIÓN: Es un medio para observar los datos (de atributo o de variable) a medida que son recolectados. Se trata de un formulario para recopilar los datos de un modo sistemático y congruente.³³⁹

³³⁴ Ibid., pág. 237.

³³⁵ Ibid., pág. 237.

³³⁶ Ibid., pág. 237.

³³⁷ Ibid., pág. 237.

³³⁸ Ibid., pág. 237.

³³⁹ Ibid., pág. 238.

14.2. HISTOGRAMA: Es una herramienta con la cual se registran la frecuencia de los datos contra los valores de los mismos, agrupados en intervalos.³⁴⁰

14.3. ANÁLISIS DE PARETTO: Es uno de los medios más poderosos para realizar un análisis de los datos con el propósito de mejorar la calidad, se basan en la regla de 80/20, según el 80% de los problemas se pueden atribuir al 20% de las causas.³⁴¹

14.4. DIAGRAMA DE DISPERSIÓN: Se usa para investigar la relación entre las características cualesquiera, se representa en forma gráfica una característica en comparación con otra, a fin de averiguar si existe una relación entre las dos.³⁴²

14.5. DIAGRAMA DE CAUSA EFECTO: Conocido también como diagrama de Ishikawa o de hueso de pez (espina de pescado), muestra la relación entre una característica de la calidad y una serie de factores, su propósito principal es ayudar en la identificación de la causa original de un problema determinado.³⁴³

14.6. CUADROS DE CONTROL: Es un gráfico cronológico con límites de control definidos, estos límites se representan con líneas colocadas arriba y abajo de la línea central.³⁴⁴

³⁴⁰ Ibid., pág. 239.

³⁴¹ Ibid., pág. 240.

³⁴² Ibid., pág. 243.

³⁴³ Ibid., pág. 245.

³⁴⁴ Ibid., pág. 201.

14.7. GRÁFICO DE CENTRO: Es una herramienta estadística cuya base en la distribución normal, dicha disposición se representa por medio de una curva en forma de campana. Este instrumento es muy eficaz para detectar la presencia de causas de variación. ³⁴⁵

14.8. CUADROS DE CONTROL VARIABLES: Estos cuadros permiten controlar el valor medio de una característica de la calidad por medio de un gráfico X, y su variabilidad mediante un gráfico R o S. ³⁴⁶

14.8.1. GRÁFICOS X Y R: El gráfico R permite vigilar la variabilidad dentro de la muestra, Mientras que el gráfico X detecta la variabilidad entre 2 muestras. ³⁴⁷

14.8.2. GRÁFICO X Y S: El gráfico S se usa en lugar del gráfico R, cuando el tamaño de la muestra es mayor de 10, su uso también resulta apropiado cuando los tamaños de las muestras son difíciles. ³⁴⁸

14.8.3. GRÁFICO INDIVIDUAL O X: Se usa cuando el tamaño de la muestra es igual a uno, lo cual puede ocurrir en el caso de productos muy costosos. ³⁴⁹

14.9. CUADROS DE CONTROL DE ATRIBUTOS

³⁴⁵ Ibid., pág. 251.

³⁴⁶ Ibid., pág. 252.

³⁴⁷ Ibid., pág. 252.

³⁴⁸ Ibid., pág. 255.

³⁴⁹ Ibid., pág. 255.

14.9.1. GRÁFICO P: Se basa en la distribución binomial, igual que el gráfico np, p representa la fracción no conforme, este parámetro se puede estimar en una muestra mediante la expresión:

$$p = \frac{D}{n}$$

Donde D es igual al numero de unidades no conformes y n al número de unidades que forman la muestra. ³⁵⁰

14.9.2. GRÁFICO NP: Se calcula igual que el gráfico p, salvo que los limites de control se multiplican por él numero de observaciones. ³⁵¹

14.9.3. GRÁFICO C: En esta tabla se presentan los datos acerca del numero de defectos que fueron detectados en las ventanas fabricadas para nuevos prospectos de construcción de vivienda. ³⁵²

14.10. GRÁFICO U: A partir de los mismos datos utilizados en el gráfico c, el gráfico u se calcula en la siguiente forma: el tamaño de la muestra es de diez cada muestra obtenida.

14.11. ISO 9000

14.11.1. DEFINICIÓN: Es el conjunto de las normas de alcance mundial donde se especifican los requisitos necesarios para la administración de la calidad. ³⁵³

³⁵⁰ Ibid., pág. 262.

³⁵¹ Ibid., pág. 263.

³⁵² Ibid., pág. 263.

14.11.2. DOCUMENTACIÓN: Consiste en documentar todo lo que se hace. ³⁵⁴

14.12. PREMIO B AL ORIGEN: Es un programa mucho mas completo que la ISO 9000, él primero es un autentico sistema ACT, mientras que la serie ISO tiene un alcance mucho más limitado, el premio ha establecido una norma nacional de calidad y utilizan los criterios contenidos con el formulario de solicitud para el mismo, como una guía administrativa basada en sus programas de mejoramiento de la calidad. ³⁵⁵

15. LOS SISTEMAS DE PRODUCCIÓN Y SERVICIO

15.1. DEFINICIÓN: Es el proceso de convertir los recursos de una organización en productos, bienes y servicios. ³⁵⁶

15.2. SISTEMA DE PRODUCCIÓN: El conjunto de todas las actividades y operaciones internacionales que interviene para producir bienes y servicios. ³⁵⁷

15.3. SERVICIO: Es un acto social que se lleva a cabo en contacto directo entre el cliente y los representantes de la empresa de servicios. ³⁵⁸

³⁵³ Ibid., pág. 271.

³⁵⁴ Ibid., pág. 177.

³⁵⁵ Ibid., pág. 289.

³⁵⁶ Gómez, Serna Humberto. Administración y Control de Calidad. pág. 23.

³⁵⁷ Ibid., pág. 23.

³⁵⁸ Ibid., pág. 26.

15.3. PRODUCTIVIDAD: Es la medida de que tan bien se usan los recursos de una empresa y dan indicación de cómo mejorar. ³⁵⁹

16. COSTO DE CALIDAD

16.1. DEFINICIÓN: Se entiende en forma específica el costo de la mala calidad, es decir los costos que se generan al evitar la mala calidad, o en lo que se incurre como recursos de mala calidad. ³⁶⁰

16.2. COSTOS DE PREVENCIÓN: Aquellos que se generan en un esfuerzo por evitar que halla productos que no cumplan con las normas y que lleguen al cliente. ³⁶¹

16.3. COSTOS DE EVALUACIÓN: Son aquellos en que se incurre por mantener niveles de calidad mediante medición y análisis de datos con objeto de detectar y corregir problemas. ³⁶²

16.4. COSTOS POR FALLAS: Son el resultado de no cumplir con las especificaciones. ³⁶³

16.5. COSTOS POR FALLAS INTERNAS: Resultan de calidad no satisfactoria que se detecta antes de la entrega de un producto al cliente.

³⁵⁹ Ibid., pág. 30.

³⁶⁰ Ibid., pág. 55.

³⁶¹ Ibid., pág. 55.

³⁶² Ibid., pág. 55.

³⁶³ Ibid., pág. 55.

16.6. CAUSA POR FALLAS EXTERNAS: Son aquellas que se deben a la mala calidad de los productos que llegan al cliente.

16.7. COSTOS POR PLANIFICACIÓN DE CALIDAD: Son aquellos asociados con el tiempo que se invierte en planear el sistema de calidad.

16.8. COSTOS DE CONTROL DEL PROCESO: Comprende los costos incurridos al analizar los procesos de producción como objeto de mejora de la calidad y el establecimiento de planes de control de proceso.

16.9. COSTOS DE TRANSFORMACIÓN: Comprende los salarios incurridos para obtener los datos necesarios y mediciones de calidad.

16.10. COSTOS DE CAPACITACIÓN: Son los relacionados por elaborar y operar programas formales de capacitación o seminarios sobre la manera de garantizar la calidad.

16.11. COSTOS GENERALES ADMINISTRATIVOS: Incluyen los del personal de oficina, consumos y comunicaciones relacionados con los estudios para mejorar la calidad.

16.12. COSTOS DE PRUEBA DE INSPECCIÓN: Son los que se relacionan con la prueba e inspección de materiales que se reciben, del trabajo en proceso y de

artículos terminados, e incluyen los salarios de los inspectores, supervisores y demás personal al igual que el costo del equipo de medición o pruebas.

16.13. COSTOS DE MANTENIMIENTO DE INSTRUMENTOS: Comprende los asociados con la calibración de medidores y equipo de prueba y reparación de esos instrumentos.

16.14. COSTOS DE CONTROL DE PROCESO: Se relacionan con el costo del tiempo invertido por los operadores de reunir y analizar mediciones de calidad.

16.15. COSTOS DE DESPERDICIO Y REPROCESO: Comprende materiales, mano de obra y costos indirectos relacionados con la pérdida de la producción.

16.16. COSTOS DE ACCIÓN CORRECTIVA: Se presentan a causa del tiempo que se invierte en determinar las causas de las fallas y corregir los problemas de producción.

16.17. COSTOS DE ORGANIZACIÓN: Abarcan los ingresos perdidos como resultado de vender un producto a menor precio por no cumplir con las especificaciones aunque se pueda usar.

16.18. COSTOS DE QUEJAS Y DE CADA DEVOLUCIÓN: Comprende el costo de investigar las quejas y tomar acciones correctivas.

16.19. COSTOS DE CORRECCIÓN DEL PRODUCTO: Son los de la administración y los directivos de la producción por hacer ajustes.

16.20. COSTO POR RECLAMAR LA GARANTÍA. Incluyen el costo de reparación o reemplazo de productos bajo garantía.

16.21. COSTOS POR RESPONSABILIDAD DEL PRODUCTOR: Se deben a acciones y son una parte considerable de los costos por fallas externas.³⁶⁴

16.22. MEDICIÓN E INFORME DE COSTOS DE CALIDAD: Determina lo que cuesta mantener determinado nivel de calidad.³⁶⁵

17. NÚMEROS ÍNDICES

17.1. DEFINICIÓN: Se usan con frecuencia para medir los precios, costos y otras cantidades y para ayudar a los administradores a comprender como son las condiciones de un periodo con respecto de otros.³⁶⁶

17.2. ÍNDICE RELATIVO: Es un subíndice sencillo y se calcula dividiendo un valor actual entre uno del periodo base.³⁶⁷

³⁶⁴ Ibid., pág. 56.

³⁶⁵ Ibid., pág. 57.

³⁶⁶ Ibid., pág. 59.

³⁶⁷ Ibid., pág. 59.

17.3. ÍNDICE CON BASE EN LA MANO DE OBRA: Es un índice normal de costo de calidad determinado por el costo de calidad por hora de mano de obra directa, se pueden usar horas totales y horas estándar. ³⁶⁸

17.4. ÍNDICE CON BASE EN EL COSTO: (El costo de calidad por dólar de costo manufacturado) es el índice común para esta categoría, comprende los costos de mano de obra, material, gastos indirectos que en general se obtienen en los departamentos de contabilidad. ³⁶⁹

17.5. ÍNDICE CON BASE EN LAS VENTAS: El costo de calidad por base de ventas es un índice difundido que gusta a los directores, sin embargo esta medida es bastante mala para un análisis a corto plazo, ya que el caso general de las ventas están retrasadas con respecto a la producción y están sujetas a variaciones estacionales.

18. INFORMACIÓN BASADA EN LA ACTIVIDAD

18.1.1 DEFINICIÓN: Información acerca del trabajo o actividad, que consume recursos y que entrega valores en una empresa. ³⁷⁰

³⁶⁸ Ibid., pág. 60.

³⁶⁹ Ibid., pág. 60.

³⁷⁰ Ibid., pág. 68.

18.1.2. PLANIFICACIÓN: Actividad administrativa que da la base de todas las actividades gerenciales futuras estableciendo objetivos y también programa las acciones. ³⁷¹

18.1.3. ORGANIZAR: Es el proceso de unir los recursos (personal, materiales, equipos y capital que son necesarios para llevar a cabo las actividades planeadas.

18.1.4. CONTROL: Comprende la evaluación de la efectividad y la aplicación de medidas correctivas cuando sea necesario.

19. LOS GURUS DE LA CALIDAD

19.1. W. EDWARDS DEMING: Fue estadístico al principio; y gran parte de su pensamiento se puede seguir hasta esas raíces, trabajo para Western Electric durante sus años de vanguardia de desarrollo de control estadístico de calidad como parte del esfuerzo nacional para la defensa. Empezó a enseñar control estadístico de calidad en Japón pero después de la segunda Guerra Mundial se le reconoce su desempeño en programas japoneses de mejoramiento de la calidad. De hecho el mayor premio de mejoramiento de calidad en Japón se llama Premio Deming. ³⁷²

³⁷¹ Ibid., pág. 84.

³⁷² Ibid., pág. 85.

19.2. JOSEPH JURAN: Entro a Western Electric durante la década de los años veinte en sus días de vanguardia el desarrollo de métodos estadísticos para el control de la calidad, paso mucho tiempo como ingeniero industrial corporativo.³⁷³

19.3. PHILIP B. CROSBY: Fue vicepresidente corporativo de la calidad en Internacional Telephone and Telegraph (ITT) durante 14 años, después de haberse abierto paso después de inspector de línea. ³⁷⁴

20. PLANIFICACIÓN DE CALIDAD

20.1. DEFINICIÓN: Es el proceso de preparación para cumplir con las metas de calidad.

20.2. CONTROL DE CALIDAD: Es el proceso de alcanzar niveles sin precedente de funcionalidad.

20.3. CERO DEFECTOS: Es una norma de rendimiento, el lema cero defectos es hacerlo bien desde la primera vez, esto quiere decir concentrarse en evitar defectos y no encontrarlos y corregirlos. ³⁷⁵

³⁷³ Ibid., pág. 95.

³⁷⁴ Ibid., pág. 96.

³⁷⁵ Ibid., pág. 98.

20.4. FUNCIÓN: Tarea o grupo de tareas por llevar a cabo que contribuyen la misión u objetivo de una organización.³⁷⁶

20.5. PROCESO: Conjunto de pasos, procedimientos o políticas que definen como se debe llevar a cabo una función y que resultados se esperan.

20.6. IDEOLOGÍA: Conjunto de valores que guían una organización para establecer su misión, procesos y funciones.

21. ADMINISTRACIÓN DE CONTROL

21.1 DEFINICIÓN: Es el proceso de incorporar la calidad en los bienes y servicios desde el principio y hacer de la calidad el interés y responsabilidad de cada uno.³⁷⁷

21.2. PREMIO DEMING: Lo instituyo la Japanese Unión of Scientist and engineer (JUSE) en 1951, en reconocimiento y aprecio a los logros en el control estadístico.

³⁷⁶ Ibid., pág. 99.

³⁷⁷ Ibid., pág. 107.

21.3. EL OBJETO DEL PREMIO DEMING: Recompensar a aquellas empresas que han aplicado con éxito el control de calidad a nivel de la compañía, con base en el control estadístico de calidad que probablemente progresaran en el futuro. ³⁷⁸

21.4. CARACTERÍSTICAS EQUIVALENTES: Son la traducción de la voz del cliente al lenguaje técnico. ³⁷⁹

21.5. MATRIZ DE PLANIFICACIÓN CON REQUERIMIENTOS DEL CLIENTE: Traduce la voz del cliente a características equivalentes del producto final y es la base del concepto de distribución de funciones de calidad.

21.6. PLAN DE PROCESOS Y GRÁFICAS DE CONTROL DE CALIDAD: Documento que identifica los parámetros críticos del proceso y el producto y los puntos de control de cada uno de ellos.

21.7. INSTRUCCIONES DE OPERACIÓN: Identifica las operaciones que debe efectuar el personal de la planta para que se alcancen los parámetros importantes. ³⁸⁰

22. PLANIFICACIÓN HOSHIN, O DIFUSIÓN DE POLÍTICAS

³⁷⁸ Ibid., pág. 117.

³⁷⁹ Ibid., pág. 158.

³⁸⁰ Ibid., pág. 185.

22.1 DEFINICIÓN: Es una metodología de planificación y puesta en practica que liga las actividades de la mejora con las estrategias al largo plazo de la compañía, es además un sistema jerárquico que se inicia con el director general de la compañía. ³⁸¹

22.2. HOSHIN: Quiere decir política o difusión de políticas.

22.3. ORGANIZAR: Proceso de asignar el trabajo y la responsabilidad de funciones e individuos junto con la delegación adecuada de autoridad. ³⁸²

22.4. CULTURA DE COMPRA: Es sencillamente "el modo como se hacen las cosas en una compañía". ³⁸³

23. CONTROL DE NUEVOS DISEÑOS

23.1 DEFINICIÓN: Es el esfuerzo que garantiza la calidad a la vez que se especifican las características de calidad a la vez que se especifican las características de calidad de mercadeo y manufactura, comprende la

³⁸¹ Ibid., pág. 172.

³⁸² Ibid., pág. 187.

³⁸³ Ibid., pág. 188.

determinación de las necesidades del cliente, diseño de periodo y proceso de ingeniería de contabilidad. ³⁸⁴

23.2. CONTROL DEL MATERIAL QUE LLEGA: Es el proceso de aceptación de materiales, partes o componentes comprados en otras empresas o unidades operativas, o departamentos de la misma empresa.

23.3. ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD DE MANUFACTURA: Es el control de la producción en la fuente para descubrir desviaciones de las especificaciones y corregirlas antes de que se produzcan artículos defectuosos.

23.4. ESTUDIOS ESPECIALES DE PROCESO: Es la mejor técnica de productos y procesos para mejorar características de calidad y reducir costos.

24. ADMINISTRACIÓN GENERAL

24.1 DEFINICIÓN: Es la planificación y vigilancia de todas las actividades de aseguramiento de calidad. ³⁸⁵

24.2. ORGANIGRAMA: Es el esqueleto de la organización. ³⁸⁶

³⁸⁴ Ibid., pág. 190.

³⁸⁵ Ibid., pág. 191.

³⁸⁶ Ibid., pág. 194.

24.3. DESCRIPCIÓN DE LOS PUESTOS: Son definiciones de autoridad, responsabilidad y relaciones de información para puestos específicos, además las tareas más grandes que se presentan en la descripción del trabajo. ³⁸⁷

24.4. POLÍTICAS: Son lineamientos para acciones administrativas, escritos de acuerdo con los objetivos y planes de la compañía.

24.5. PROCEDIMIENTOS: Son instrucciones detalladas para llevar a cabo las tareas específicas así como para lograr las políticas y la organización.

24.6. COMITÉS: Grupos de coordinación que no toman decisiones.

2.4.7. INSTALACIONES: Lugares donde se desempeñan el trabajo de la organización y los sistemas establecidos necesarios para comunicarse con los demás en la empresa.

2.4.8. ORGANIZACIÓN DE LÍNEA: Es una forma funcional que tiene departamentos responsables de ventas, finanzas y operaciones.

2.4.9. ORGANIZACIÓN DE LÍNEA Y STAFF: Es el tipo más común en las empresas pequeñas, en estas compañías los departamentos de línea llevan a cabo las funciones de ventas, finanzas y producción.

³⁸⁷ Ibid., pág. 195.

24.10. ORGANIZACIÓN DE TIPO MATRICIAL: Es una forma nueva que se creó para aplicarla en los casos en los que se diseñan y llevan a cabo proyectos grandes y complicados.

24.11. CONTROL: Es la tercera función gerencial principal, vital para un sistema de aseguramiento de la calidad. El control es el proceso continuo de evaluar el desempeño, comparar el desempeño con las metas o normas que se quieren alcanzar y cuando sea necesario, efectuar las acciones correctivas. ³⁸⁸

24.12. CAUSAS COMUNES: Son factores que siempre están presentes como parte natural del proceso. ³⁸⁹

24.13. CAUSAS ESPECIALES: A las que se les conoce también como causas asignables de variación, estas surgen de fuentes externas que no son inherentes al proceso.

24.14. CONTROL DE PROCESO: Consiste en todas las actividades de control que se llevan a cabo durante el ciclo de producción de un artículo. ³⁹⁰

24.15. MÉTODOS FUERA DE LÍNEA: Son los que lleva a cabo externamente al proceso de producción. 219,

³⁸⁸ Ibid., pág. 217.

³⁸⁹ Ibid., pág. 218.

³⁹⁰ Ibid., pág. 219.

25. SISTEMAS DE CONTROL

25.1. CONTROL DE CALIDAD EN LÍNEA: Consiste en actividades realizadas durante el mismo proceso de producción.

25.2. CONTROL FUERA DE LÍNEA: Consiste en actividades de control externo al proceso de producción.³⁹¹

25.3. CONTROL PRELIMINAR: Tiene como propósito asegurar que cada cual conozca como se medirán los costos y como se evaluarán las normas, debe incluir sistemas para descubrir problemas potenciales de calidad antes de las operaciones de manufactura.

25.4. CONTROL CONCURRENTE: Es un proceso de retroalimentación, con frecuencia en tiempo real, para poder corregir los errores cuando suceda, comúnmente se mide la salida de un proceso de operación y se compara con una norma.

25.5. CONTROL POR RETROALIMENTACION: Es la modificación que se hace con frecuencia, a medida que las normas pierdan su vigencia o cambien los objetivos.³⁹²

³⁹¹ Ibid., pág. 241

³⁹² Ibid., pág. 222.

25.6. INSPECCIÓN DE ACEPTACIÓN: Es tomar decisiones de aceptar o rechazar un lote con base en características específicas de calidad. ³⁹³

25.7. PROCEDIMIENTO DE PRUEBAS LOCALES: Tiene como objetivo seleccionar un porcentaje fijo de un lote para su inspección. ³⁹⁴

25.8. INSPECCIÓN 100%: Es esencialmente un método de selección y en forma teórica elimina todos los artículos defectuosos de un lote. ³⁹⁵

25.9. MUESTREO DE ACEPTACIÓN: Método que se basa en tomar una muestra al azar determinada estadísticamente, usando una regla de decisión para determinar la aceptación o rechazo del lote, con base en él número observado de artículos defectuosos. ³⁹⁶

26. TIPOS DE INSPECCIÓN

26.1. SENTENCIA: Es la determinación de aceptar o rechazar un lote.

26.2. INSPECCIÓN EN LA FUENTE: Consiste en revisar si hay factores que causan errores y no el defecto resultante. ³⁹⁷

³⁹³ Ibid., pág. 22.

³⁹⁴ Ibid., pág. 224

³⁹⁵ Ibid., pág. 224.

³⁹⁶ Ibid., pág. 225.

³⁹⁷ Ibid., pág. 228.

26.3. INSPECCIÓN 100%: Consiste en usar dispositivos Poka-Yoke (prueba de errores) poco costosos para inspeccionar en forma automática si hay errores o malas condiciones de operación.

26.4. ACCIÓN INMEDIATA: Es cuando las operaciones se detienen al instante cuando se comete un error y no se reanudan hasta que no se corrige.³⁹⁸

26.5. ZERO QUALITY CONTROL, ZQC (CONTROL DE CALIDAD CERO): Se basa en el hecho que todos los seres humanos tienden a cometer errores en forma inadvertida.³⁹⁹

26.6. POKA-YOKE: Es una técnica para evitar el simple error humano en el trabajo.

27. AUDITORIA DE CALIDAD

27.1. DEFINICIÓN: Es un examen y evaluación sistemático e independientes para determinar si las actividades en calidad y sus resultados se adecuan a las metas planeadas de una empresa.⁴⁰⁰

³⁹⁸ Ibid., pág. 229.

³⁹⁹ Ibid., pág. 229.

⁴⁰⁰ Ibid., pág. 241.

27.2. KAIZEN: Es un principio, una manera de vivir que abarca todas las actividades en la empresa, el principio de Kaizen es el mejoramiento de todas las áreas de una empresa. ⁴⁰¹

27.3. PROBLEMA: Es una desviación entre lo que debería estar sucediendo y lo que realmente sucede, con la importancia suficiente para hacer que alguien piense que se debería corregir la desviación. ⁴⁰²

27.4. RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS: Es la actividad relacionada con el cambio de estado de lo que sucede en realidad hacia lo que debería suceder.

27.5. CONFUSIÓN: Sistema de condiciones externas que producen insatisfacción, es el estado verdadero de la calidad dentro de una empresa. ⁴⁰³

27.6. DETERMINACIÓN DEL PROBLEMA: Es comprender en que consiste realmente, es decir, identificar el problema entre la confusión. ⁴⁰⁴

27.7. LLUVIA DE IDEAS: Es un procedimiento de grupo muy útil para generar ideas.

27.8. METODOLOGÍA DE DETENCIÓN DE PROBLEMAS: Técnica utilizada para aislar los problemas críticos.

⁴⁰¹ Ibid., pág. 245.

⁴⁰² Ibid., pág. 247.

⁴⁰³ Ibid., pág. 250.

⁴⁰⁴ Ibid., pág. 254.

27.9. INVENCION DE SOLUCIONES: Consiste en evaluar el mejoramiento, originalmente se llama ciclo Shewhart, se compone de 4 etapas: planear, hacer, estudiar y actuar.⁴⁰⁵

27.10. ADELANTO IMPORTANTE: Es el logro de cualquier mejora que lleva a una empresa a niveles de rendimiento sin precedentes.

28. TIPOS DE DIAGRAMAS

28.1. DIAGRAMA DE AFINIDAD Y MÉTODO KJ: Es una técnica para reunir y organizar un gran número de ideas, opiniones y hechos relacionados con algún problema amplio o área temática. ⁴⁰⁶

28.2. DIAGRAMA DE INTERPELACION: Es una técnica en la que el objetivo de estos es tomar una idea central y planear eslabones secuenciales o lógicos entre las categorías relacionadas.

28.3. DIAGRAMA DE ARBOL: Herramientas que relaciona trayectorias y tareas que se necesitan llevar a cabo para complementar un proyecto específico o alcanza una meta.

⁴⁰⁵ Ibid., pág. 257.

⁴⁰⁶ Ibid., pág. 280.

28.4. DIAGRAMA MATRICIALES: Son las hojas de cálculo que muestran las relaciones entre características, funciones y tareas, en presentación gráfica, de tal modo que dan puntos de conexión lógica entre cada artículo.

28.5. ANÁLISIS DE DATOS MATRICIALES: Consiste en tomar datos de los diagramas matriciales y tratar de acomodarlos en forma cuantitativamente para presentar las relaciones y los puntos fuertes de esas reacciones entre variables es una técnica rigurosa, basada estadísticamente en "análisis de factores" . ⁴⁰⁷

28.6. GRÁFICA DE PROGRAMA DE DECISIÓN DE PROCESO: Es un método para alinear el curso de todo evento y contingencia concebidos que puedan suceder cuando para uno de enunciar un problema a la posible solución.

⁴⁰⁷ Ibid., pág. 288.

ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS

1. CONCEPTO ADMINISTRACIÓN RECURSOS HUMANOS: Conceptos y técnicas necesarias para llevar a cabo los aspectos de la "gente" o Recursos Humanos de un puesto administrativo; que incluyen: reclutamiento, selección,, capacitación, compensación y evaluación.⁴⁰⁸

Estudio de la forma en que las organizaciones obtienen, desarrollan, evalúan, mantienen y conservan el número y el tipo adecuado de trabajadores. Su objetivo es suministrar a las organizaciones una fuerza laboral efectiva.⁴⁰⁹

1.1. RECURSOS HUMANOS: Personas que trabajan en una empresa también denominadas personal.⁴¹⁰

El grupo de personas dispuesto, capaz y deseoso de contribuir a los objetivos de la organización.⁴¹¹

1.1.1. ESTRATEGIA DE RECURSOS HUMANOS: Uso deliberado que una empresa hace de sus Recursos Humanos para obtener o mantener una ventaja en el

⁴⁰⁸ Garay, Dessler. Administración de Personal, pág. 21.

⁴⁰⁹ Werther, William Jr. Heith, Davis. Administración de Personal y Recursos Humanos. pág. 462.

⁴¹⁰ Gómez Mejía, Luis R. Balkin, David B. Cardy, Robert L. Gestión de Recursos Humanos. pág. 5.

⁴¹¹ Werther . Heith Op. cit., pág. 477.

mercado con respecto sus competidores. Plan maestro o enfoque global que adopta una empresa para garantizar la utilización eficaz del personal con el fin de cumplir sus objetivos.

1.1.2. TÁCTICA DE RECURSOS HUMANOS: Política o programa específico que contribuye a que la empresa avance en la consecución de sus fines estratégicos.

2. DIRECTOR DE RECURSOS HUMANOS: Persona que esta a cargo de otras, siendo responsable de la ejecución correcta y oportuna de acciones encaminadas a la consecución de resultados exitosos dentro de su unidad.⁴¹²

2.1. FUNCIONES DEL GERENTE DE PERSONAL

2.1.1. FUNCIÓN DE LÍNEA: El gerente de personal realiza una función de línea al dirigir las actividades de la gente en su propio departamento y en las áreas de servicio.

2.1.2 FUNCIÓN DE COORDINACIÓN: Los gerentes de personal también funcionan como coordinadores de las actividades del departamento de personal. Autoridad que ejerce un gerente de personal como coordinador de las actividades de personal.⁴¹³

⁴¹² Gomez. Balkin. Cardy. Op. cit., pág. 5.

⁴¹³ Gary. Op. cit., pág. 5.

2.1.3 FUNCIÓN DE STAFF: Función de un Gerente de Personal en la asistencia y asesoría a los gerentes de línea.⁴¹⁴

2.2. RESPONSABILIDADES DEL GERENTE DE RECURSOS HUMANOS

2.2.1. ASESORÍA Y CONSULTORÍA: Dados sus conocimientos sobre cuestiones internas de empleo y su información sobre tendencias externas los gerentes de Recursos Humanos pueden ser una fuente invaluable para la toma de decisiones.

2.2.2. SERVICIO: Los gerentes de Recursos Humanos también participan de una variedad de actividades de servicio como reclutamiento, selección, aplicación de pruebas, planeación y conducción de programas de capacitación, además de escuchar las preocupaciones e inconformidades de los trabajadores.

2.2.3. FORMULACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE POLÍTICAS: Los gerentes de Recursos Humanos suelen proponer y elaborar nuevas políticas o revisiones de políticas para resolver problemas recurrentes o evitar problemas de antemano.

2.2.4. DEFENSA DE TRABAJADORES: Uno de los papeles duraderos de los gerentes de Recursos Humanos es servir como abogados de los trabajadores: escuchar sus preocupaciones y representar sus demandas frente a los gerentes. Las relaciones

⁴¹⁴ Ibid., pág. 6.

efectivas con los empleados constituyen una estructura de apoyo cuando los cambios perjudiciales interfieren con las actividades cotidianas normales.⁴¹⁵

2.3. COMPETENCIAS DEL GERENTE DE RECURSOS HUMANOS

2.3.1. DOMINIO DEL NEGOCIO: Los profesionales de Recursos Humanos deben conocer a fondo el negocio de su organización. Esto requiere comprender sus capacidades económicas y financieras de modo que puedan unirse al equipo de gerentes de administración. También requiere que desarrollen habilidades en relaciones públicas centradas en sus clientes.

2.3.2. DOMINIO DE LOS RECURSOS HUMANOS: Los profesionales de Recursos Humanos son los expertos de la organización en ciencias del comportamiento. En áreas como definición de puestos, desarrollo, evaluación, recompensas, integración de equipos y comunicaciones, deben desarrollar tareas que los mantengan al corriente de los cambios.

2.3.3. DOMINIO DEL CAMBIO: Las profesiones de Recursos Humanos deben poder administrar procesos de cambio de modo que las actividades de los Recursos Humanos se fusionen eficazmente con las necesidades administrativas de la organización. Esto significa contar con habilidades interpersonales y para resolver problemas, así como con capacidad de innovación y creatividad.

⁴¹⁵ Arthur, Sherman. Bohlander, George. Scott, Snell. Administración de Recursos Humanos, pág. 27.

2.3.4. CREDIBILIDAD PERSONAL: Los profesionales de Recursos Humanos deben establecer su credibilidad personal frente a sus clientes internos y externos. La credibilidad y la confianza se adquieren al desarrollar relaciones personales con los clientes, demostrar los valores de la empresa, defender sus propias convicciones y ser justo en la relación con los demás.⁴¹⁶

3. ACTIVIDADES ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS: Son las acciones que se emprenden para proporcionar y mantener una fuerza laboral adecuada a la organización.⁴¹⁷

3.1. PLANEACIÓN DE RECURSOS HUMANOS: Es una técnica para determinar en forma sistemática la provisión y demanda de empleados que tendrá una organización.⁴¹⁸

El proceso que utiliza una empresa para asegurarse de que tiene el número apropiado y el tipo adecuado de personas para proporcionar un nivel determinado de bienes o de servicios en el futuro.⁴¹⁹

Proceso de anticiparse y prever el movimiento de gente hacia dentro internamente y hacia a fuera de la organización.⁴²⁰

⁴¹⁶ Ibid., pág. 30.

⁴¹⁷ Werther . Heith Op. cit., pág. 12.

⁴¹⁸ Ibid., pág. 110.

⁴¹⁹ Gomez. Balkin. Cardy Op. cit., pág. 71.

⁴²⁰ Sherman. Bohlander . Op. cit., pág. 80.

3.1.1. TÉCNICAS PARA PRONOSTICAR: Los instrumentos con los que se pretende pronosticar las necesidades futuras de empleados en una organización pueden ir desde técnicas muy elementales hasta muy complejas.⁴²¹

3.1.1.1 PRONÓSTICO DE LA DEMANDA DE EMPLEADOS: Pronóstico de la cantidad y tipo de personas necesarias para cumplir con los objetivos de la organización.

3.1.1.1.1. MÉTODOS CUANTITATIVOS DE PLANEACIÓN: Los métodos cuantitativos del pronóstico suponen el uso de técnicas estadísticas o matemáticas.⁴²²

3.1.1.1.1.1. MEDIA MÓVILES: Media de la demanda de Recursos Humanos de periodos recientes que se proyectan hacia el futuro. Es un método simple y de fácil disponibilidad de datos.

3.1.1.1.1.2. SUAVIZACIÓN EXPONENCIAL: Al hacer la previsión se puede variar la demanda de Recursos Humanos asignada a diversos momentos de tiempo pasados que se utilizan para proyectar la demanda futura.

3.1.1.1.1.3. PROYECCIÓN DE TENDENCIAS: Número de personas contratadas o requeridas se sitúa en un eje; en el otro eje se sitúa el tiempo. Se traza una línea recta desde el pasado hacia el futuro para predecir la demanda de Recursos Humanos.⁴²³

⁴²¹ Werther . Heith Op. cit., 115.

⁴²² Sherman. Bohlander . Op. cit.,pág. 87.

⁴²³ Gomez. Balkin. Cardy. Op. cit., pág. 85,

Enfoque cuantitativo para presupuestar demanda laboral, basado en indicadores organizaciones como pueden ser las ventas. Es uno de los enfoques de uso más común para proyectar la demanda de recursos humanos.⁴²⁴

Los dos métodos más sencillos son la extrapolación y la indexación.

3.1.1.1.3.1. EXTRAPOLACIÓN: Se prolongan las tendencias del pasado.⁴²⁵

3.1.1.1.3.2. INDEXACIÓN: Es un método útil para el cálculo de necesidades futuras de empleo, haciendo que coincida la tasa de crecimiento o descenso en el empleo con un índice determinado.⁴²⁶

3.1.1.1.4. REGRESIÓN: Fórmula matemática utilizada para relacionar el personal necesario con diferentes variables (producción, productividad Per capita).

3.1.1.1.5. PROGRAMACIÓN LINEAL: Calcula el nivel de contratación requerido que se ajusta a los niveles deseados de producción, sujeto a determinadas restricciones.

3.1.1.1.6. MODELOS ACTUARIALES: Relaciona la rotación con factores tales como edad y antigüedad. Refleja el pasado.⁴²⁷

⁴²⁴ Sherman. Bohlander . Op. cit., pág. 87.

⁴²⁵ Werther . Heith Op. cit., 115.

⁴²⁶ Ibid., pág. 116.

3.1.1.1.1.7. SIMULACIONES: Utiliza imitaciones para probar el efecto de diferentes políticas de personal. Útil para considerar programas alternativos de Recursos Humanos.

3.1.1.1.1.8. MATRICES DE PROBABILIDAD: Define "estados" dentro de la empresa, tales como niveles de estrategia o evaluaciones de resultados. Identifica el periodo de tiempo.

3.1.1.1.1.9. MODELO DE MARKOV O DE PRIMER ORDEN: Multiplica el número de personas en cada categoría laboral por la probabilidad de movimiento entre las categorías laborales / puesto.

3.1.1.1.1.10. MODELO SEMI-MARKOV: Igual que el modelo de Markov de primer orden excepto en que la probabilidad de movimiento se determinad por (1) categoría laboral / puesto y (2) el tiempo de permanencia del individuo.⁴²⁸

3.1.1.1.1.11. ANÁLISIS DE INDICES: Predicción técnica para determinar las necesidades futuras de personal utilizando los índices entre el volumen de ventas y él número de empleados necesarios.⁴²⁹

3.1.1.1.1.12. ANÁLISIS DE CORRELACIÓN: Método gráfico utilizado para ayudar a identificar la relación entre dos variables.⁴³⁰

⁴²⁷ Gómez. Balkin. Cardy. Op. cit., pág. 85.

⁴²⁸ Ibid., pág. 86.

⁴²⁹ Gary. Op. cit., pág. 109.

3.1.1.2. PRÓNOSTICO DE LA OFERTA DE EMPLEADOS: Una vez que la organización ha pronosticado los requerimientos futuros de personal, a continuación debe determinar si dispone de la cantidad y tipo suficiente de personas para cubrir las vacantes esperadas. Es posible aplicar el análisis de la oferta a las dos fuentes de reclutamiento: interna y externa.⁴³¹

3.1.1.2.1. MÉTODOS CUALITATIVOS DE PLANEACIÓN: Son menos estadísticos, tratan de reconciliar los intereses, capacidades y aspiraciones de los empleados individuales con las necesidades actuales y futuras de personal de una organización. Para la preparación de pronósticos expertos ayudan a anticipar los requerimientos de personal.⁴³²

3.1.1.2.1.1. TÉCNICAS BASADAS EN LA EXPERIENCIA: Estas técnicas se apoyan principalmente en el juicio de las personas con conocimientos y visión amplios sobre las futuras necesidades de recursos humanos.⁴³³

3.1.1.2.1.1.1. TÉCNICA DELPHI: Un grupo de expertos se intercambian en diferentes ocasiones estimaciones de demanda o de oferta de Recursos Humanos, habitualmente sin verse. La retroalimentación de los otros expertos se utiliza por cada uno para afinar su estimación independiente.

⁴³⁰ Ibid., pág. 110.

⁴³¹ Sherman. Bohlander . Op. cit., pág. 88.

⁴³² Ibid., pág. 87.

⁴³³ Werther . Heith Op. cit., pág. 115.

3.1.1.2.1.1.2. TÉCNICA DE GRUPO NOMINAL: Un pequeño grupo de expertos se reúnen cara a cara. Siguiendo un procedimiento que incluye debates en grupo y cálculos individuales, el grupo alcanza un juicio referido a la futura oferta o demanda de Recursos Humanos.⁴³⁴

3.1.1.2.1.2. OFERTA INTERNA DE TRABAJO: Un análisis de la oferta interna puede comenzar preparando:

3.1.1.2.1.2.1. ORGANIGRAMAS: Representación gráfica de todos los puestos de la organización, junto con el número de ocupantes y requerimientos futuros de personal.

3.1.1.2.1.2.2. INVENTARIO DE HABILIDADES: Registro del nivel educativo, experiencia laboral, intereses vocacionales, habilidades y capacidades específicas, historia salarial y antigüedad en los puestos; que permiten a los gerentes concordar vacantes con los antecedentes de los empleados.⁴³⁵

Registros sistemáticos manuales o computarizados, que listan la escolaridad, la carrera y los intereses de desarrollo, idiomas, aptitudes especiales, etc., de los empleados. Se utilizan en la predicción de candidatos internos para la promoción.

⁴³⁴ Gómez. Balkin. Cardy. Op. cit., pág. 86.

⁴³⁵ Werther . Heith Op. cit., pág. 88.

3.1.1.2.1.2.3. GRAFICAS DE REEMPLAZO DE PERSONAL: Registros de la compañía que muestran el desempeño presente y la posibilidad de promoción de candidatos internos para las posiciones más importantes.

3.1.1.2.1.2.4. GRAFICA DE REEMPLAZO POR PUESTO: Tarjeta preparada para cada posición en una compañía para mostrar los candidatos a reemplazar y sus calificaciones.⁴³⁶

Listas de los ocupantes actuales de cada puesto, así como de las personas que son candidatos potenciales para ocuparlos si quedan vacantes.

3.1.1.2.1.2.5. PLANEACIÓN DE LA SUCESIÓN: Proceso de identificar, desarrollar y rastrear personas claves o estratégicas para puestos ejecutivos. ⁴³⁷

3.1.1.2.1.3. OFERTA EXTERNA DE TRABAJO: Cuando una organización carece de oferta interna de empleados para promociones, o bien cuando cubre posiciones de nivel básico, los gerentes deben considerar la oferta externa de trabajo. Muchos factores influyen en la oferta de trabajo, incluyendo los cambios demográficos, la economía nacional y regional, el nivel de educación de la fuerza laboral, la demanda de habilidades específicas de los empleados, la movilidad de la población y las políticas gubernamentales.⁴³⁸

⁴³⁶ Gary. Op. cit., pág. 112.

⁴³⁷ Sherman. Bohlander . Op. cit., pág. 89.

⁴³⁸ Ibid., pág. 90.

3.1.1.2.1.4. EQUILIBRIO DE OFERTA Y DEMANDA: La planeación de Recursos Humanos deberá esforzarse por lograr el equilibrio adecuado no solo en la técnica de pronóstico y su aplicación, sino también entre el énfasis que se da a los factores de demanda y oferta. Los factores de demanda se basan en las tendencias pronosticadas en la actividad comercial. Los factores de oferta incluyen la determinación del lugar y forma de hallar candidatos con las habilidades requeridas para cubrir las vacantes. ⁴³⁹

3.2. PROCESO DE CONTRATACIÓN: El proceso de contratación tiene tres componentes: reclutamiento, selección y socialización. ⁴⁴⁰

En muchos departamentos de personal se integran las funciones de reclutamiento y selección en una sola función que puede recibir el nombre de contratación. ⁴⁴¹

3.2.1. RECLUTAMIENTO: Proceso de creación de una reserva de candidatos para un determinado puesto de trabajo; el primer paso del proceso de contratación. ⁴⁴²

Es el proceso de localizar e invitar a los solicitantes potenciales a solicitar las vacantes existentes o previstas. ⁴⁴³

⁴³⁹ Ibid., pág. 91.

⁴⁴⁰ Gómez. Balkin. Cardy. Op. cit., pág. 134.

⁴⁴¹ Werther . Heith Op. cit., pág. 155.

⁴⁴² Gómez. Balkin. Cardy. Op. cit., pág. 134.

⁴⁴³ Sherman. Bohlander . Op. cit., pág. 93.

Proceso de identificar e interesar a candidatos capacitados para llenar las vacantes. El proceso de reclutamiento se inicia con la búsqueda y termina cuando se reciben las solicitudes de empleo.⁴⁴⁴

3.2.1.1. FUENTES DE RECLUTAMIENTO: Existe un gran número de fuentes de reclutamiento a disposición de la empresa.⁴⁴⁵

3.2.1.1.1. RECLUTAMIENTO INTERNO: La mayoría de las organizaciones trata de seguir una política de cubrir vacantes de la jerarquía superior al nivel básico de la empresa mediante promociones o transferencias.

El uso eficaz de las fuentes internas requiere un sistema para localizar a los candidatos calificados y permitir que quienes se consideran calificados soliciten la vacante.⁴⁴⁶

3.2.1.1.1.1. SISTEMA DE REGISTRO POR COMPUTADORA: Las computadoras han permitido la creación de bancos de datos con los registros y aptitudes completas de cada empleado de una organización.

3.2.1.1.1.2. REQUISICIÓN DE PUESTOS: Publicación de avisos sobre vacantes y mantenimiento constante de listas de empleados que buscan ascensos.⁴⁴⁷

⁴⁴⁴ Werther . Heith Op. cit., pág. 133.

⁴⁴⁵ Gomez. Balkin. Cardy. Op. cit., pág. 138 .

⁴⁴⁶ Sherman. Bohlander . Op. cit., pág. 93.

⁴⁴⁷ Ibid., pág. 94.

3.2.1.1.2. RECLUTAMIENTO EXTERNO: A menos que haya una reducción en la fuerza de trabajo, es preciso encontrar un reemplazo del exterior para cubrir una vacante para un nuevo puesto en la organización.

3.2.1.1.2.1. FUENTES DE RECLUTAMIENTO EXTERNO: Las fuentes externas de reclutamiento varían de acuerdo con el tipo de puesto. La condición del mercado permite determinar las fuentes de reclutamiento.⁴⁴⁸

3.2.1.1.2.1.1. ANUNCIOS: Uno de los métodos más comunes de atraer solicitantes son los anuncios. Si bien periódicos y revistas especializadas son los medios más socorridos, también se utilizan la radio, la televisión, los anuncios en vía pública, los carteles y el correo electrónico. Los anuncios tienen la ventaja de llegar a una mayor cantidad de posibles solicitantes.⁴⁴⁹

3.2.1.1.2.1.2. AGENCIAS DE COLOCACIÓN: Cobrar una tarifa les permite personalizar sus servicios de acuerdo con las necesidades de sus clientes. Es común que las agencias se especialicen en un área ocupacional o un campo profesional.⁴⁵⁰

⁴⁴⁸ Ibid., pág. 96.

⁴⁴⁹ Ibid., pág. 97.

⁴⁵⁰ Ibid., pág. 98.

Estas compañías establecen un puente entre las vacantes que sus clientes les comunican periódicamente y los candidatos que obtienen mediante publicidad o mediante ofertas espontáneas.⁴⁵¹

3.2.1.1.2.1.3. INSTITUCIONES EDUCATIVAS: Son una fuente de solicitantes jóvenes con instrucción formal, pero relativamente poca experiencia laboral en horarios corridos.⁴⁵²

3.2.1.1.2.1.4. RECOMENDACIONES DE LOS EMPLEADOS: Pueden ayudar a los esfuerzos del reclutamiento de una organización. Los gerentes han descubierto que, por lo general, la calidad de los solicitantes recomendados por los empleados es bastante elevada, ya que vacilan en recomendar a personas que acaso no funcionen.

3.2.1.1.2.1.5. SOLICITUDES Y CURRÍCULOS QUE LLEGAN SOLOS: Muchos patrones reciben solicitudes y currículum no pedidos de persona que quizá sea buenas oportunidades de empleo.⁴⁵³

3.2.1.1.2.1.6. SINDICATOS: Los sindicatos pueden ser una importante fuente de trabajadores de base y para algunos puestos profesionales.

⁴⁵¹ Werther . Heith Op. cit., pág. 143.

⁴⁵² Sherman. Bohlander . Op. cit., pág. 100.

⁴⁵³ Ibid., pág. 101.

3.2.1.1.2.1.7. SUBCONTRATACIÓN DE EMPLEADOS: Proceso por el cual se despide empleados los cuales con contratados por una empresa externa que maneja todas las actividades de Recursos Humanos para subcontratarlos en la compañía en la que originalmente estaban.⁴⁵⁴

3.2.2. SELECCIÓN: Los gerentes y supervisores utilizan las descripciones del puesto para seleccionar y orientar a los empleados hacia el puesto.⁴⁵⁵

Proceso mediante el cual se decide si se va a contratar, o no, a cada uno de los candidatos al puesto de trabajo.⁴⁵⁶

En la mayoría de las organizaciones, la selección es un proceso continuo, la rotación es inevitable y deja vacantes que se deben cubrir con solicitantes de adentro o de fuera de la organización, o bien con personas cuyas aptitudes fueron evaluadas antes.⁴⁵⁷

3.2.2.1. DESCRIPCIÓN DEL PUESTO: Reporte que relaciona las tareas, obligaciones, actividades y responsabilidades que conforman una posición en una organización.⁴⁵⁸

⁴⁵⁴ Ibid., pág. 103.

⁴⁵⁵ Ibid., pág. 45.

⁴⁵⁶ Gomez. Balkin. Cardy. Op. cit., pág. 134.

⁴⁵⁷ Sherman. Bohlander . Op. cit., pág. 128.

⁴⁵⁸ Ibid., pág. 45.

3.2.2.1.1. COMPONENTES

3.2.2.1.1.1. NOMBRE DEL PUESTO: Tiene importancia psicológica, da jerarquía al empleado. El nombre debe proporcionar alguna indicación de las obligaciones que supone el puesto y el nivel relativo del titular en la jerarquía organizacional (júnior, senior).⁴⁵⁹

3.2.2.1.1.2. SECCIÓN DE IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO: Es una descripción del puesto. Incluye cuestiones como la ubicación del puesto dentro del departamento, la persona a quien reporta y la fecha de la última revisión de la descripción. A veces también contiene un número de nomina o código, la cantidad de personas que lo desempeñan, cuantos empleados hay en el departamento donde se localiza y el número de código del catalogo de puestos.

3.2.2.1.1.3. SECCIÓN DE OBLIGACIONES O FUNCIONES ESENCIALES DEL PUESTO: Suelen colocarse en orden de importancia. Deberán indicar el peso o valor de cada obligación.⁴⁶⁰

3.2.2.1.1.4. SECCIÓN DE ESPECIFICACIONES DEL PUESTO: Por lo general esta abarca dos áreas; la habilidad necesaria para realizar el trabajo (educación o experiencia, capacitación especializada, características o habilidades personales

⁴⁵⁹ Ibid., pág. 53.

⁴⁶⁰ Ibid., pág. 54.

y facultades manuales) y las demandas físicas que impone el puesto (cuanto hay que estar de pie, caminar, estirarse, levantar pesos o hablar para desempeñar el puesto) así mismo, la condición del entorno físico y los peligros potenciales también se encuentran entre las exigencias físicas del puesto. ⁴⁶¹

3.2.2.2. PROCESO DE SELECCIÓN: El proceso de selección consiste en una serie de pasos específicos que se emplean para decidir que solicitantes deben ser contratados. El proceso se inicia en el momento en que una persona solicita un empleo y termina cuando se produce la decisión de contratar a uno de los solicitantes.⁴⁶²

3.2.2.2.1. RECEPCION PRELIMINAR DE SOLICITUDES: La selección se inicia con una cita entre el candidato y la oficina de personal o con la petición de una solicitud de empleo.

3.2.2.2.2. PRUEBAS DE IDONEIDAD: Son instrumentos para evaluar la compatibilidad entre los aspirantes y los requerimientos del puesto. Algunas de estas pruebas consisten en exámenes psicológicos; otras son ejercicios que simulan las condiciones de trabajo. ⁴⁶³

⁴⁶¹ Ibid., pág. 55.

⁴⁶² Werther . Heith Op. cit., pág. 155.

⁴⁶³ Ibid., pág. 161.

Es una medición objetiva y estandarizada de una muestra de comportamiento que se utiliza para evaluar los conocimientos, las capacidades, habilidades y otras características de un individuo en relación con otros.

3.2.2.2.1. CLASIFICACIÓN DE PRUEBAS: Las pruebas pueden clasificarse de distintas formas. Por lo general, se consideran como mediciones de aptitudes o conocimientos.

3.2.2.2.1.1. PRUEBAS DE APTITUDES: Instrumento que mide la capacidad de una persona para aprender o adquirir un conocimiento.

3.2.2.2.1.2. PRUEBAS DE RENDIMIENTO: Instrumento que mide lo que una persona sabe o puede hacer.

3.2.2.2.1.3. PRUEBAS DE HABILIDADES COGNOSCITIVAS: Miden las capacidades mentales como inteligencia general, comunicación oral, manipulación de números y razonamiento. ⁴⁶⁴

3.2.2.2.1.4. INVENTARIOS DE PERSONALIDAD E INTERESES: Miden las características de disposición, como extroversión, curiosidad y formalidad. ⁴⁶⁵

⁴⁶⁴ Sherman. Bohlander . Op. cit., pág. 143.

⁴⁶⁵ Ibid., pág. 145.

3.2.2.2.1.5. PRUEBAS DE CAPACIDAD FÍSICA: Además de conocer la capacidad mental del candidato a un puesto, muchas veces los patrones necesitan evaluar sus capacidades físicas como fortaleza y resistencia.

3.2.2.2.1.6. PRUEBAS DE CONOCIMIENTO DEL PUESTO: Un tipo de prueba de conocimiento diseñado para medir el nivel de experiencia de una persona respecto de cierto puesto.⁴⁶⁶

3.2.2.2.1.7. PRUEBAS A TRAVÉS DE CASOS: Exigen que el solicitante realice tareas que son parte del trabajo que requiere el puesto, éstas se desarrollan a partir de una descripción elaborada con cuidado y que los expertos consideran que incluye las principales funciones del puesto; así, las pruebas se consideran válidas en su contenido. ⁴⁶⁷

3.2.2.2.1.8. PRUEBA PSICOLÓGICA: Se enfocan en la personalidad. Se cuentan entre las menos confiables. Su validez es discutible, porque la relación entre personalidad y desempeño con frecuencia es muy vaga y subjetiva.

3.2.2.2.1.8.1. INVENTARIO MULTIFÁSICO DE LA PERSONALIDAD (Minnesota): Mide la personalidad (ejecutivos, personal con acceso a información confidencial).

3.2.2.2.1.8.2. INVENTARIO PSICOLÓGICO: (California): Mide la personalidad (ejecutivos, gerentes, supervisores).

⁴⁶⁶ Ibid., pág. 146.

⁴⁶⁷ Ibid., pág. 147.

3.2.2.2.1.8.3. GUIA GUILFORD – ZIMMERMAN DEL TEMPERAMENTO: Mide la personalidad (personal de ventas).

3.2.2.2.1.8.4. EVALUACIÓN CRITICA DE RACIOCINIO WATSON-GLASER: Mide la habilidad lógica y de raciocinio (ejecutivos, gerentes supervisores).

3.2.2.2.1.8. 5. PRUEBA OWENS DE CREATIVIDAD: Mide la creatividad y la habilidad del juicio (ingenieros).⁴⁶⁸

3.2.2.2.1.9. PRUEBAS DE CONOCIMIENTO: Son más confiables, porque determinan información o conocimientos que posee el examinado. ⁴⁶⁹

3.2.2.2.1.9.1. ¿CÓMO SUPERVISAR?: Mide el conocimiento de las prácticas de supervisión (gerentes, supervisores).

3.2.2.2.1.9.2. CUESTIONARIO DE OPINIONES SOBRE LIDERAZGO: Mide el conocimiento de técnicas de liderazgo (gerentes y supervisores).

3.2.2.2.1.9.3. PRUEBA GENERAL DE APTITUD: Mide la habilidad verbal, especial y numérica (solicitantes no calificados).⁴⁷⁰

⁴⁶⁸ Werther . Heith Op. cit., pág. 164.

⁴⁶⁹ Ibid., pág. 165.

⁴⁷⁰ Ibid., pág. 164.

3.2.2.2.1.10. PRUEBAS DE DESEMPEÑO: Miden la habilidad de los candidatos para ejecutar ciertas funciones de su puesto. ⁴⁷¹

3.2.2.2.1.10.1. PRUEBA STROMBERG DE DESTREZA: Mide la coordinación física(dependientes de almacenes).

3.2.2.2.1.10.2. PRUEBA REVISADA DE EXPRESIÓN DOCUMENTAL (Minnesota): Mide la visualización espacial (diseñadores).

3.2.2.2.1.10.3. PRUEBA PARA OFICINISTRAS (Minnesota): Mide la habilidad para trabajar con nombres y números (oficinistas).

3.2.2.2.1.10.4. PRUEBA DE SIMULACIÓN DEL TRABAJO: Mide la respuesta a demandas que simulan el ambiente de trabajo (gerentes, profesionales)⁴⁷²

3.2.2.2.3. VALIDACIÓN DE PRUEBAS: Para demostrar la validez de una prueba se pueden emplear dos enfoques: el de demostración práctica y el racional. ⁴⁷³

3.2.2.2.3.1. ENFOQUE DE DEMOSTRACIÓN PRACTICA: Para medir la validez de una prueba, estos enfoques intentan relacionar la puntuación obtenida con un aspecto relacionado con el puesto, que por lo común es el desempeño. A mayor correlación mas validez de la prueba.

⁴⁷¹ Ibid., pág. 165.

⁴⁷² Ibid., pág. 164.

⁴⁷³ Ibid., pág. 162.

3.2.2.2.3.2. ENFOQUES RACIONALES: Cuando el número de sujetos es demasiado reducido para proporcionar una muestra razonable de personas que se examinarán, se emplean los enfoques de carácter racional. Estos enfoques se consideran inferiores a los de demostración práctica, pero constituyen estrategias aceptables de validación cuando no es posible practicar la validación de demostración práctica.⁴⁷⁴

3.2.2.2.4. ENTREVISTA DE SELECCIÓN: Consiste en una plática formal, conducida para evaluar la idoneidad para el puesto que tenga el solicitante.⁴⁷⁵

3.2.2.2.4.1. TIPOS DE ENTREVISTA: Las entrevistas de selección difieren de acuerdo con los métodos que se utilizan para obtener información y descubrir las actitudes y sentimientos de un solicitante.⁴⁷⁶

3.2.2.2.4.1.1. ENTREVISTA NO DIRIGIDA O NO ESTRUCTURADA: Es una entrevista no estructurada de tipo convencional. El entrevistador sigue puntos de interés conforme vayan surgiendo de las respuestas a sus preguntas.⁴⁷⁷

Diálogo en el cual al candidato se le permite el grado máximo de libertad para decidir el curso de la discusión, mientras que el entrevistador se cuida de no influir en los comentarios del candidato.⁴⁷⁸

⁴⁷⁴ Ibid., pág. 163.

⁴⁷⁵ Ibid., pág. 165.

⁴⁷⁶ Sherman. Bohlander . Op. cit., 147.

⁴⁷⁷ Gary. Op. cit., 201.

La entrevista no estructurada permite que el entrevistador fórmula preguntas no previstas durante la conversación. El entrevistador inquiriere sobre diferentes temas a medida que se presentan, en forma de plática común.⁴⁷⁹

3.2.2.2.4.1.2. ENTREVISTA DIRIGIDA O ESTRUCTURADA: Entrevista que sigue una secuencia establecida de preguntas.⁴⁸⁰

Dialogo en el cual se utiliza una serie de preguntas estandarizadas con respuestas establecidas.⁴⁸¹

Las entrevistas estructuradas se basan en un marco de preguntas predeterminadas. Las preguntas se establecen antes de que se inicie la entrevista y todo solicitante debe responderlas.⁴⁸²

3.2.2.2.4.1.3. ENTREVISTAS MIXTAS: Los entrevistadores despliegan una estrategia mixta, con preguntas estructuradas y con preguntas no estructuradas.⁴⁸³

3.2.2.2.4.1.4. ENTREVISTA SITUACIONAL: Dialogo en el cual a un aspirante se le comenta un caso hipotético y se le pregunta como lo resolvería.⁴⁸⁴

⁴⁷⁸ Sherman. Bohlander . Op. cit., pág. 148.

⁴⁷⁹ Werther . Heith Op. cit., pág. 167.

⁴⁸⁰ Gary. Op. cit., pág. 201.

⁴⁸¹ Sherman. Bohlander . Op. cit. pág. 148.

⁴⁸² Werther . Heith Op. cit., pág. 167.

⁴⁸³ Ibid., pág. 168.

⁴⁸⁴ Sherman. Bohlander . Op. cit., pág. 149.

Las preguntas se limitan a situaciones hipotéticas. La evaluación depende de la solución y el enfoque del solicitante. Revela en primer lugar la habilidad del solicitante para resolver el tipo de problemas presentado.⁴⁸⁵

Serie de preguntas relacionadas con el puesto, con respuestas "preferidas" predeterminadas que son formuladas a todos los aspirantes al empleo.

3.2.2.2.4.1.5. ENTREVISTA EN SERIE O SECUENCIAL: Entrevista en la que el aspirante es interrogado secuencialmente por varios supervisores y cada uno de ellos lo califica en una forma definida.

3.2.2.2.4.1.6. ENTREVISTA DE PANEL: Entrevista en la que un grupo de entrevistadores hace preguntas al aspirante; es un método similar al de una conferencia de prensa.

3.2.2.2.4.1.7. ENTREVISTA DE TENSIÓN: Entrevista en la que se incomoda al aspirante mediante una serie de preguntas generalmente hostiles. Esta técnica ayuda a identificar a los aspirantes hipersensibles y los que tengan poca o mucha tolerancia a la tensión.⁴⁸⁶

⁴⁸⁵ Werther . Heith Op. cit., Pág . 167,168.

⁴⁸⁶ Gary. Op. cit., pág. 205.

Serie de preguntas difíciles y rápidas que pretenden presionar al solicitante. Cuando un puesto debe desempeñarse en condiciones de gran presión se puede desear saber como reacciona el solicitante a ese elemento.⁴⁸⁷

3.2.2.2.4.1.8. ENTREVISTA DE EVALUACIÓN: Análisis después de una evaluación del desempeño en el que el supervisor y el empleado comentan la calificación de este ultimo y las posibles acciones correctivas.⁴⁸⁸

3.2.2.2.4.1.9. ENTREVISTA PARA DESCRIBIR COMPORTAMIENTOS: Dialogo en el cual un aspirante es cuestionado acerca de lo que haría en situaciones dadas.⁴⁸⁹

3.2.2.2.4.1.10. ENTREVISTA DE GRUPO: Plática en el cual un grupo de entrevistadores cuestiona y observa a un candidato.

3.2.2.2.4.1.11. ENTREVISTA POR COMPUTADORA: En los últimos tiempos, un creciente número de organizaciones ha comenzado a utilizar computadoras como apoyo en el proceso de entrevistas.⁴⁹⁰

3.2.2.2.4.2. PROCESO DE LA ENTREVISTA: Cinco etapas de la entrevista común: preparación del entrevistador, creación de un ambiente de confianza (rapport), intercambio de información, terminación y evaluación.⁴⁹¹

⁴⁸⁷ Werther . Heith Op. cit., pág. 167,168.

⁴⁸⁸ Gary. Op. cit., pág. 207.

⁴⁸⁹ Sherman. Bohlander . Op. cit. pág. 149.

⁴⁹⁰ Ibid., pág. 150.

⁴⁹¹ Werther . Heith Op. cit., pág. 168.

3.2.2.2.4.2.1. PREPARACIÓN DEL ENTREVISTADOR: El entrevistador debe prepararse antes de dar inicio a la entrevista. Esta preparación requiere que se desarrollen preguntas específicas. Las respuestas que se den a estas preguntas indicarán la idoneidad del candidato.⁴⁹²

3.2.2.2.4.2.2. CREACIÓN DE UN AMBIENTE DE CONFIANZA: El entrevistado tiene la obligación de representar a su organización y dejar en sus visitantes - incluso en los que no sean contratados - una imagen agradable, humana y amistosa.

3.2.2.2.4.2.3. INTERCAMBIO DE INFORMACIÓN: Este proceso de entrevista se basa en la conversación. Con el fin de ayudar a establecer confianza y adquirir información sobre el solicitante, algunos entrevistadores inician el proceso preguntado al candidato si tiene preguntas.⁴⁹³

3.2.2.2.4.2.4. TERMINACIÓN: Cuando el entrevistador considera que va acercándose al punto en que ha completado su lista de preguntas y expira el tiempo planeado para la entrevista, es hora de poner fin a la sesión.

3.2.2.2.4.2.5. EVALUACIÓN: Inmediatamente después de que concluya la evaluación el entrevistador debe registrar las respuestas específicas y sus impresiones generales sobre el candidato.⁴⁹⁴

⁴⁹² Ibid., pág. 169.

⁴⁹³ Ibid., pág. 170.

⁴⁹⁴ Ibid., pág. 171.

3.2.2.2.4. VERIFICACIÓN DE DATOS Y REFERENCIAS: ¿Qué tipo de persona es el solicitante? ¿Es confiable la información que proporciono? En opinión de las personas que han interactuado con él, ¿Cómo se ha desenvuelto? Para responder estas preguntas, los especialistas en personal recurren a la verificación de datos y a las referencias.⁴⁹⁵

3.2.2.2.5. EXAMEN MEDICO : Existen poderosas razones para llevar a la empresa a verificar la salud de su futuro personal: desde el deseo natural de evitar el ingreso de individuo que padece una enfermedad contagiosa y va a convivir con el resto de los empleados, hasta la prevención de accidentes, pasando por el caso de personas que se ausentarán con frecuencia debido a sus constates quebrantos de salud. ⁴⁹⁶

Por lo general, el examen médico permite asegurar que la salud del solicitante es adecuada para cumplir los requerimientos del puesto.⁴⁹⁷

3.2.2.2.6. ENTREVISTA CON EL SUPERVISOR: En la gran mayoría de las empresas modernas es el supervisor inmediato o el gerente del departamento interesado quien tiene en ultimo término la responsabilidad de decidir respecto a la contratación de los nuevos empleados. Con frecuencia, el supervisor es la

⁴⁹⁵ Ibid., pág. 174.

⁴⁹⁶ Ibid., pág. 175.

⁴⁹⁷ Sherman. Bohlander . Op. cit. pág. 141.

persona más idónea para evaluar algunos aspectos (especialmente habilidades y conocimientos técnicos) del solicitante.⁴⁹⁸

3.2.2.2.7. DESCRIPCIÓN REALISTA DEL PUESTO: Cuando el solicitante tiene expectativas equivocadas sobre su futura posición, el resultado es, prácticamente en todos los casos, negativo. Para prevenir la reacción de "ustedes nunca me lo advirtieron", siempre es de gran utilidad llevar a cabo una sesión de familiarización con el equipo o los instrumentos que se van a utilizar, de ser posible, en el lugar de trabajo.

3.2.2.2.8. DECISIÓN DE CONTRATAR: La decisión de contratar el solicitante señala el final del proceso de selección. Puede corresponder esta responsabilidad al futuro supervisor del candidato o al departamento de personal.⁴⁹⁹

Si bien todos los pasos del proceso de selección son importantes, el más importante es la decisión de aceptar o rechazar a un solicitante. Debido al costo de colocar nuevos empleados en la nómina, el breve periodo de prueba en muchas organizaciones y las diversas consideraciones legales, la decisión final debe ser tan consciente como sea posible.⁵⁰⁰

⁴⁹⁸ Werther . Heith Op. cit., pág. 176.

⁴⁹⁹ Ibid., pág. 177.

⁵⁰⁰ Sherman. Bohlander . Op. cit. pág. 154.

3.2.3. SOCIALIZACION: La socialización es el proceso por el que un empleado comienza a comprender y aceptar los valores, normas y convicciones que se postulan en una organización. ⁵⁰¹

3.2.3.1. FASES DEL PROCESO DE SOCIALIZACION: El proceso de socialización se puede dividir en tres fases: previa, de encuentro y de asentamiento.

3.2.3.1.1. FASE PREVIA: Proporcionar una imagen previa realista del puesto de trabajo es probablemente el mejor método de crear las expectativas apropiadas sobre el puesto de trabajo. Proporciona información realista de las exigencias, de lo que la empresa espera del titular del puesto y del entorno laboral. Se puede facilitar tanto a los aspirantes como a los nuevos empleados seleccionados antes de empezar a trabajar.

3.2.3.1.2. FASE DE ENCUENTRO: El nuevo empleado ha comenzado a trabajar y se enfrenta a la realidad del puesto de trabajo. Aun cuando se haya proporcionado una imagen previa del puesto de trabajo, los nuevos empleados necesitan información sobre las políticas y procedimientos de la empresa, sus relaciones jerárquicas, sus reglas etc. ⁵⁰²

3.2.3.1.2.1. MANUAL DEL EMPLEADO: Describe las políticas de la compañía, normas, prestaciones y otros temas relacionados. Los programas de orientación más complejos pueden incluir películas o audiovisuales sobre la historia de la

⁵⁰¹ Werther . Heith Op. cit., pág. 190 .

⁵⁰² Gomez. Balkin. Cardy. Op. cit., pág. 162.

compañía, así como un mensaje grabado en vídeo tape de los directores, que pueden dar la bienvenida a los recién llegados.⁵⁰³

3.2.3.1.3. FASE DE ASENTAMIENTO: Los nuevos empleados comienzan a sentir que son parte de la empresa. Si el asentamiento tiene éxito, el trabajador se sentirá cómodo en su puesto y con su papel en la unidad de trabajo.⁵⁰⁴

3.2.3.2. UBICACIÓN DEL EMPLEADO: La ubicación de un empleado consiste en la asignación (o reasignación) a un puesto determinado. Incluye la asignación inicial, así como la promoción y la transferencia.

3.2.3.2.1. TIPOS DE UBICACIÓN : La inmensa mayoría de las decisiones sobre ubicación se traducen en promociones y transferencias.

3.2.3.2.1.1. PROMOCIONES: Una promoción se lleva a cabo cuando se cambia a un empleado a una posición mejor pagada, con mayores responsabilidades y a nivel mas alto.⁵⁰⁵

3.2.3.2.1.1.1 PROMOCIONES BASADAS EN EL MERITO: Las promociones basadas en el merito del empleado se fundamentan en el desempeño relevante que una persona consigue en su puesto.

⁵⁰³ Werther . Heith Op. cit., pág. 191.

⁵⁰⁴ Gomez. Balkin. Cardy. Op. cit., pág. 163.

⁵⁰⁵ Werther . Heith Op. cit., pág. 195.

3.2.3.2.1.1.1.1 PRINCIPIO DE PETER: Un problema relacionado con las promociones basadas en el merito lo constituye el llamado principio de Peter. Este principio afirma que las personas tienden a subir en la escala jerárquica hasta alcanzar su nivel de incompetencia.

3.2.3.2.1.1.2 PROMOCIONES BASDADAS EN LA ANTIGUEDAD: En algunas situaciones el empleado de mayor antigüedad recibe proporción. Por antigüedad se entiende el tiempo que la persona ha estado al servicio de la compañía.⁵⁰⁶

3.2.3.2.1.2. TRANSFERENCIAS: Una transferencia consiste en un movimiento lateral a un puesto con igual nivel de responsabilidad, pago y posibilidades de promoción.

⁵⁰⁷

3.2.3.2.1.3. SEPARACIONES: Las separaciones constituyen una decisión de terminar la relación laboral entre la empresa por una parte, y el empleado por la otra. Se pueden originar en razones disciplinarias, económicas, personales y varias más.

3.2.3.2.1.3.1 RENUNCIAS: El empleado puede optar por terminar su relación de manera mas o menos espontánea, presentando una renuncia al puesto que ocupa. En muchas ocasiones la renuncia puede deberse a la jubilación del empleado; en otras, a mejores ofertas externas, a una relación conflictiva con varios miembros de la organización o a razones personales.⁵⁰⁸

⁵⁰⁶ Ibid., pág. 196.

⁵⁰⁷ Ibid., pág. 197.

⁵⁰⁸ Ibid., pág. 199.

3.2.3.2.1.3.2. SUSPENSIÓN DE RELACIONES LABORALES: Cuando las condiciones de la empresa lo ameritan, es probable que deba procederse a una suspensión parcial de las actividades.⁵⁰⁹

3.2.3.2.1.3.3. TERMINACION DEL CONTRATO DE TRABAJO: La organización puede decidir, unilateralmente, dar por terminado el vínculo laboral que mantiene con un empleado. Por lo general, esta grave decisión obedece a razones de índole disciplinaria o de productividad.⁵¹⁰

3.3. CAPACITACION Y DESARROLLO: Proceso que se centra en proporcionar a los empleados habilidades concretas o en ayudarles a corregir deficiencias en su rendimiento.⁵¹¹

La razón fundamental de capacitar a los nuevos empleados es darles los conocimientos, aptitudes y habilidades que requieren para lograr un desempeño satisfactorio. Como resultado, es posible que los empleados sean más eficaces en el puesto y puedan desempeñar otros puestos en otras áreas o niveles mas elevados.⁵¹²

3.3.1. FASES DE CAPACITACION Y DESARROLLO: A fin de asegurar que la inversión en capacitación y desarrollo tengan un impacto máximo en el desempeño

⁵⁰⁹ Ibid., pág. 200.

⁵¹⁰ Ibid., pág. 201.

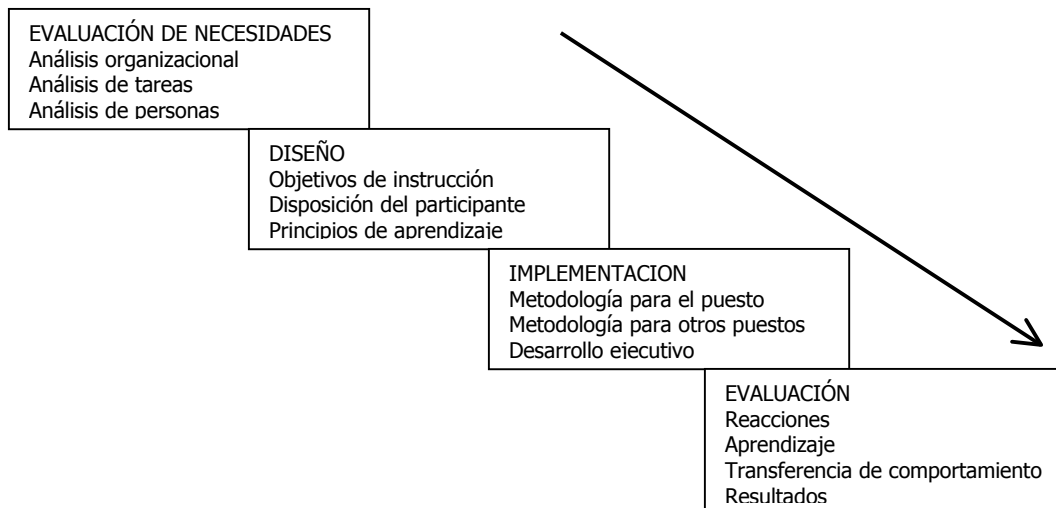
⁵¹¹ Gómez. Balkin. Cardy. Op. cit., pág. 248.

⁵¹² Sherman. Bohlander . Op. cit. pág. 170.

individual y organizacional, es preciso utilizar un enfoque sistemático en la capacitación. Este enfoque supone cuatro fases.⁵¹³

Los especialistas en personal como los diferentes gerentes deben evaluar necesidades, objetivos, contenido y principios de aprendizaje que se relacionan con la capacitación.

FIGURA 1. FASES DE CAPACITACION Y DESARROLLO. Arthur Sherman, George Bohlander y Scott Snell. PAG. 172



⁵¹³ Ibid., pág. 171.

3.3.1.1. FASE 1 EVALUACION DE NECESIDADES: La evaluación de necesidades permite establecer un diagnostico de los problemas actuales y de los desafíos ambientales que es necesario enfrentar mediante el desarrollo a lo largo plazo.⁵¹⁴

El objetivo de la fase de determinación de las necesidades de formación es decidir si se necesita, y en el caso de que sea, disponer de la información necesaria para diseñar el programa.

Las necesidades se dan a diferentes niveles: de empresa, de las tareas y de la persona.⁵¹⁵

3.3.1.1.1. ANÁLISIS ORGANIZACIONAL: Observación del medioambiente, estrategias y recursos de la organización para definir áreas en las cuales debe enfatizarse la capacitación.⁵¹⁶

Se ocupa de estudiar factores generales de la empresa como su cultura, sus fines, el clima empresarial, sus objetivos a corto y a largo plazo, y su estructura. Su meta es la identificación de las necesidades generales de la empresa, así como del nivel de respaldo que se da a la formación.⁵¹⁷

⁵¹⁴ Werther . Heith Op. cit., pág. 211.

⁵¹⁵ Gómez. Balkin. Cardy. Op. cit., pág. 253.

⁵¹⁶ Sherman. Bohlander . Op. cit., pág. 172.

⁵¹⁷ Gomez. Balkin. Cardy. Op. cit., pág. 253.

3.3.1.1.2. ANÁLISIS DE TAREAS: Proceso para determinar el contenido de un programa de capacitación, basándose en el estudio de las tareas y funciones del puesto.⁵¹⁸

Consiste en estudiar el trabajo que se va a realizar. Se centra en los cometidos y tareas de los puestos de trabajo de la empresa, con el fin de precisar los puestos de trabajo son los que necesitan de formación.⁵¹⁹

3.3.1.1.3. ANÁLISIS DE PERSONAS A CAPACITAR: Determinar que empleados requieren capacitación.⁵²⁰

Consiste en estudiar como los trabajadores están llevando a cabo las tareas de su puesto de trabajo, con el fin de decidir quienes necesitan formación.⁵²¹

3.3.1.2. FASE 2. DISEÑO

3.3.1.2.1. OBJETIVOS DE CAPACITACIÓN: Resultados deseados de un programa de entrenamiento.⁵²²

⁵¹⁸ Sherman. Bohlander . Op. cit., pág. 174.

⁵¹⁹ Gomez. Balkin. Cardy. Op. cit., pág. 254.

⁵²⁰ Sherman. Bohlander . Op. cit., pág. 175.

⁵²¹ Gomez. Balkin. Cardy. Op. cit., pág. 254.

⁵²² Sherman. Bohlander . Op. cit., pág. 176.

Estos objetivos deben estipular claramente los logros que se deseen y los medios de que se dispondrá. Debe utilizarse para comparar contra ellos el desempeño individual.

3.3.1.2.2. CONTENIDO DEL PROGRAMA: El contenido del programa se constituye de acuerdo con la evaluación de necesidades y los objetivos de aprendizaje.⁵²³

3.3.1.2.3. DISPOSICIÓN Y MOTIVACIÓN DE LA PERSONA: La buena disposición se refiere a los factores de madurez y experiencia que forman parte de sus antecedentes de capacitación. Para que tengan un aprendizaje óptimo, los participantes deben reconocer la necesidad del conocimiento o habilidades nuevas, así como conservar el deseo de aprender mientras avanza la capacitación.⁵²⁴

3.3.1.2.4. PRINCIPIOS DE APRENDIZAJE: Características de los programas de capacitación que ayudan a los empleados a entender a apropiarse de materiales nuevos, hacer conciencia de la importancia de esto en sus vidas y los transfieran de nuevo al trabajo.⁵²⁵

Los principios de aprendizaje (llamados también principios pedagógicos) constituyen las guías de los procesos por los que las personas aprenden de

⁵²³ Heith . Op. cit.,, pág. 214.

⁵²⁴ Sherman. Bohlander . Op. cit. pág. 176.

⁵²⁵ Ibid., pág. 176,177.

manera más efectiva. Estos principios son los de participación, repetición, relevancia, transferencia y retroalimentación.

3.3.1.2.4.1. PARTICIPACIÓN: El aprendizaje suele ser más rápido y con efectos más duraderos cuando quien aprende puede participar en forma activa, la participación alienta al aprendiz y posiblemente permite que participen más de sus sentidos.

3.3.1.2.4.2. REPETICIÓN: Aunque no se considera muy entretenida, es posible que la repetición deje trazos más o menos permanentes en la memoria.⁵²⁶

3.3.1.2.4.3. RELEVANCIA: El aprendizaje recibe gran impulso cuando el material que va a estudiar tiene sentido e importancia para quien va a recibir la capacitación.

3.3.1.2.4.4. TRANSFERENCIA: A mayor concordancia del programa de capacitación con las demandas del puesto corresponde mayor velocidad en el proceso de dominar el puesto y las tareas que conlleva.

3.3.1.2.4.5. RETROALIMENTACIÓN: La retroalimentación proporciona a las personas que aprenden información sobre su progreso.⁵²⁷

⁵²⁶ Werther . Heith Op. cit., pág. 215.

⁵²⁷ Ibid., pág. 216.

3.3.1.3. FASE 3. IMPLEMENTACION

3.3.1.3.1. METODOLOGÍA DE CAPACITACION: Existe una amplia variedad de métodos para capacitar empleados en todos los niveles, algunos de los cuales se han usado durante largo tiempo.⁵²⁸

3.3.1.3.1.1. ROTACIÓN DE PUESTOS: A fin de proporcionar a sus empleados experiencia en varios puestos, algunas empresas alientan la rotación del personal de una a otra función. Cada movimiento de uno a otro puesto es normalmente precedido por una sesión de instrucción directa.⁵²⁹

3.3.1.3.1.2. LECTURA, ESTUDIOS INDIVIDUALES, INSTRUCCIÓN PROGRAMADA: Los materiales de instrucción para el aprendizaje individual resultan de gran utilidad en circunstancias de dispersión geográfica, o de gran dificultad para reunir un grupo de asistentes a un programa de capacitación. Asimismo, estas técnicas se emplean en casos en que el aprendizaje requiere poca interacción.

3.3.1.3.1.3. CAPACITACION EN LABORATORIO: La capacitación en laboratorios constituye una modalidad de la capacitación en grupo. Se emplea en primer lugar para desarrollar las habilidades interpersonales. Se puede utilizar también para el desarrollo de conocimientos, habilidades y conductas adecuadas para futuras responsabilidades laborales.⁵³⁰

⁵²⁸ Sherman. Bohlander . Op. cit., pág. 181.

⁵²⁹ Werther . Heith Op. cit., pág. 218.

⁵³⁰ Ibid., pág. 221.

3.3.1.3.1.4. INSTRUCCIÓN DIRECTA SOBRE EL PUESTO DE TRABAJO: La instrucción directa sobre el puesto de trabajo se imparte durante las horas de trabajo. Se emplea, básicamente para enseñar a obreros y empleados a desempeñar su puesto actual.⁵³¹

Método por el cual los trabajadores reciben la capacitación de viva voz de su supervisor o de otro capacitador.⁵³²

3.3.1.3.1.5. RELACION EXPERTO – APRENDIZ: En esta relación se observan niveles muy altos de participación y transferencia de trabajo. La relación experto – aprendiz lleva claras ventajas en la retroalimentación, que se obtiene prácticamente de inmediato.⁵³³

Sistema de entrenamiento en el cual un trabajador que ingresa a un trabajo calificado recibe instrucción exhaustiva sobre los aspectos teóricos y prácticos del trabajo.⁵³⁴

3.3.1.3.1.6. CAPACITACIÓN COMBINADA: Programa de entrenamiento que combina la experiencia práctica del trabajo con la educación formal en clases.

⁵³¹ Ibid., pág. 217.

⁵³² Sherman. Bohlander . Op. cit. pág. 182.

⁵³³ Werther . Heith Op. cit., pág. 219.

⁵³⁴ Sherman. Bohlander . Op. cit., pág. 182.

3.3.1.3.1.7. PROGRAMAS DE INTERNADO: Planes patrocinados conjuntamente con Escuelas, Universidades y otras organizaciones que ofrecen a los estudiantes la oportunidad de obtener experiencia y a la vez darse cuenta de cómo se desempeñaran en las empresas.⁵³⁵

3.3.1.3.1.8. INSTRUCCIÓN ESCOLARIZADA: Permite que un mínimo de instructores maneje un número elevado de participantes. Este método es muy adecuado en las áreas en que la información puede presentarse por medio de conferencias, demostraciones, películas y videos o mediante instrucción por computadora.⁵³⁶

3.3.1.3.1.9. INSTRUCCIÓN PROGRAMADA: Esta supone el uso de libros, manuales o computadoras para dividir el contenido del tema en secuencia lógicas y muy organizadas que exigen respuesta continua por parte del participante. Un método particularmente bueno para permitir que las persona trabaje a su ritmo.

3.3.1.3.1.10. CONFERENCIAS, VIDEOS Y PELÍCULAS, AUDIOVISUALES Y SIMILARES: A fin de enseñar habilidades y procedimientos para muchos puestos de producción, es posible utilizar ciertos instrumentos audiovisuales.⁵³⁷

Tienden a depender mas de la comunicación y menos de la imitación y la participación activa.⁵³⁸

⁵³⁵ Ibid., pág. 184.

⁵³⁶ Ibid., pág. 185.

⁵³⁷ Ibid., pág. 186.

⁵³⁸ Werther . Heith. Op. cit., pág. 219

3.3.1.3.1.11. SEMINARIOS Y CONFERENCIAS: Son útiles para reunir grupos de personas para su capacitación y desarrollo. Utilizados para comunicar ideas, políticas y procedimientos; pero así mismo son buenos para hacer surgir puntos de debate o temas de discusión que no tienen una respuesta o solución preestablecida.⁵³⁹

Las conferencias permiten generalmente economía de tiempo así como de recursos; los otros métodos pueden requerir lapsos de preparación más amplios y presupuestos mas considerables.⁵⁴⁰

3.3.1.3.1.12. CAPACITACIÓN POR COMPUTADORA: Sistema que proporciona material de capacitación directamente de computadora en un formato interactivo.⁵⁴¹

3.3.1.3.1.13. INSTRUCCIÓN POR INTERNET: Debido a que las páginas de la red pueden actualizarse con rapidez, Internet puede proporcionar material actualizado de manera continua, lo cual facilita y abarata la revisión de los planes de capacitación.⁵⁴²

3.3.1.3.1.14. SIMULACIÓN DE CONDICIONES REALES: A fin de evitar que la instrucción interfiera con las operaciones normales de la organización, algunas empresas utilizan instalaciones que simulan las condiciones de operación real.

⁵³⁹ Sherman. Bohlander. Op. cit., pág. 190.

⁵⁴⁰ Werther . Heith Op. cit., pág. 219.

⁵⁴¹ Sherman. Bohlander . Op. cit., pág. 87.

⁵⁴² Ibid., pág. 187.

Cuando se emplean estas técnicas, se preparan áreas especiales, dotadas de equipo similar al que se utiliza en el trabajo.⁵⁴³

Capacitación de empleados con el equipo auténtico que se utiliza en el puesto de trabajo.⁵⁴⁴

3.3.1.3.1.15. ESTUDIO DE CASO: Utilización de ejemplos documentado posiblemente basados en las experiencias de los participantes en sus organizaciones.⁵⁴⁵

Mediante el estudio de una situación específica real o simulada, la persona en capacitación aprende sobre las acciones que es deseable emprender en circunstancias análogas.⁵⁴⁶

3.3.1.3.1.16. JUEGOS DE NEGOCIOS: Las experiencias de capacitación han recibido nueva vida y se han hecho más interesantes mediante el desarrollo de juegos de negocios, donde los participantes enfrentan la tarea de tomar una serie de decisiones que afectan una organización hipotética.⁵⁴⁷

3.3.1.3.1.17. REPRESENTACIÓN DE PAPELES O PSICODRAMA: Consiste en asumir las actitudes y comportamientos, es decir, desempeñar el papel de otras personas,

⁵⁴³ Werther . Heith Op. cit., pág. 220.

⁵⁴⁴ Sherman. Bohlander . Op. cit., pág. 188.

⁵⁴⁵ Ibid., pág. 190.

⁵⁴⁶ Werther . Heith Op. cit., pág. 221.

⁵⁴⁷ Sherman. Bohlander . Op. cit. , pág. 192.

muchas veces un supervisor y un subordinado, que participan en un problema específico.⁵⁴⁸

La técnica de la actuación o socio drama obliga al capacitando a desempeñar diversas identidades.⁵⁴⁹

3.3.1.3.1.18. ELABORACIÓN DE MODELOS DE COMPORTAMIENTO: Enfoque que muestra el comportamiento deseado y otorga a los trabajadores en capacitación la oportunidad de practicar y jugar roles de esos comportamientos, recibiendo retroalimentación.⁵⁵⁰

3.3.1.4. FASE 4. EVALUACIÓN

3.3.1.4.1. REACCIÓN: Uno de los enfoques más sencillos y comunes para evaluar la capacitación es basarse en las reacciones de los participantes.⁵⁵¹

3.3.1.4.2. APRENDIZAJE: Probar el conocimiento y las habilidades antes de un programa de capacitación proporciona un parámetro básico sobre los participantes, que puede medirse de nuevo después de la capacitación para determinar la mejora.

⁵⁴⁸ Ibid., pág. 193.

⁵⁴⁹ Werther . Heith Op. cit., pág. 220.

⁵⁵⁰ Sherman. Bohlander . Op. cit., pág. 193.

⁵⁵¹ Ibid., pág. 194.

3.3.1.4.3. COMPORTAMIENTO: Implementación efectiva de principios aprendidos sobre lo que se requiere en el puesto. ⁵⁵²

3.3.1.4.4. RESULTADOS: Se utiliza el Benchmarking, como procedimiento para evaluar las prácticas y los servicios de la propia organización, comparándolos con lo de los líderes reconocidos, a fin de identificar las áreas que requieren mejora. ⁵⁵³

3.3.2. TIPOS DE FORMACIÓN. La formación se puede enfocar de diferentes maneras. Los tipos de formación que con mas frecuencia se utiliza en las grandes empresas hoy día: formación en habilidades, de reciclaje, interdisciplinaria, en el trabajo de equipo, en creatividad y en alfabetización.

3.3.2.1. FORMACIÓN EN HABILIDADES. Programa que se centra en necesidades o deficiencias concretas de habilidades. Este tipo de formación es él más habitual en las empresas. ⁵⁵⁴

3.3.2.2. FORMACIÓN DE RECICLAJE. Es un tipo de formación en habilidades, se centra en proporcionar a los empleados las habilidades que necesitan para mantenerse al día de las cambiantes exigencias de sus puestos de trabajo. ⁵⁵⁵

⁵⁵² Ibid., pág. 195.

⁵⁵³ Ibid., pág. 196.

⁵⁵⁴ Gomez. Balkin. Cardy. Op. cit., pág. 264.

⁵⁵⁵ Ibid., pág. 267.

3.3.2.3. FORMACIÓN INTERDISCIPLINARIA: Consiste en formar a los empleados para que puedan realizar tareas en áreas diferentes a las del puesto de trabajo asignado.⁵⁵⁶

3.3.2.4. FORMACIÓN EN TRABAJO DE EQUIPO: Consiste en buscar que los componentes del equipo formen habilidades de comunicación, la formación haga hincapié en la interdependencia de los miembros del equipo, se inculque el reconocimiento de que los objetivos del equipo y los de los individuos no siempre coinciden, se proporcionen estrategias para tratar los conflictos recalcando la flexibilidad; debido a que el trabajo en equipo casi siempre da lugar a situaciones imprevistas.⁵⁵⁷

3.3.2.5. FORMACIÓN EN CREATIVIDAD. La formación en creatividad se basa en la suposición de que la creatividad pueda aprenderse. Existen diferentes formas de enfocar la enseñanza de la creatividad, todas ellas intentando ayudar a las personas a resolver los problemas de nuevas formas. Un enfoque habitual es el uso de la tormenta de ideas, mediante el cual se ofrece la posibilidad a los participantes de dar ideas según les vengan a la mente, sin miedo a ser juzgados.⁵⁵⁸

⁵⁵⁶ Ibid., pág. 268.

⁵⁵⁷ Ibid., pág. 270.

⁵⁵⁸ Ibid., pág. 271.

3.3.2.6. ALFABETISMO: Dominio de habilidades básicas (lectura, escritura, aritmética y su empleo en la solución de problemas).⁵⁵⁹

3.3.3. DESARROLLO DE RECURSOS HUMANOS: Es un método efectivo para enfrentar varios desafíos que ponen a prueba la habilidad de las organizaciones modernas. Entre estos desafíos se encuentran la obsolescencia de los conocimientos del personal, los cambios sociales y técnicos, y la tasa de rotación de los empleados.⁵⁶⁰

Actividad organizada, estructurada y en continuo proceso, cuyo objetivo es enriquecer y hacer a los trabajadores más capaces.⁵⁶¹

3.3.3.1. FASES DEL DESARROLLO DE RECURSOS HUMANOS: Independientemente de las decisiones concretas que se tomen, el programa de perfeccionamiento casi siempre consta de tres fases: la fase de evaluación, la fase de orientación y la fase de perfeccionamiento.

3.3.3.1.1. FASE DE EVALUACIÓN: Consiste en una serie de actividades que engloban la auto evaluación y la evaluación por parte de la empresa. El objetivo es identificar la valía y las carencias de los empleados.⁵⁶²

⁵⁵⁹ Ibid., pág. 272 .

⁵⁶⁰ Werther . Heith Op. cit., pág. 222.

⁵⁶¹ Gomez. Balkin. Cardy. Op. cit., pág. 287.

⁵⁶² Ibid., pág. 291.

3.3.3.1.2. FASE DE ORIENTACIÓN : Consiste en determinar el tipo de carrera que quieren desarrollar los empleados y qué pasos deben seguir para convertir en realidad sus objetivos personales.⁵⁶³

3.3.3.1.3. FASE DE PERFECCIONAMIENTO: Implica actuar para crear e incrementar las habilidades propias con el fin de prepararse para futuras oportunidades de trabajo, se propone fomentar el crecimiento y la auto superación. Los programas más habituales de perfeccionamiento que ofrecen las empresas constan de tutorías, preparación individual, rotación de puestos de trabajo y ayudas a la instrucción.

3.3.3.1.3.1. TUTORÍAS: Perfeccionamiento orientado hacia las relaciones que se establecen entre colegas de rango superior e inferior o entre iguales y que implica el consejo, el modelado del comportamiento, la facilitación de contactos y el apoyo en general. ⁵⁶⁴

3.3.3.1.3.2. PREPARACIÓN INDIVIDUAL: Consiste en una serie de reuniones constantes, a veces espontáneas, entre los directores y sus empleados con el fin de estudiar los objetivos y el desarrollo de la carrera profesional de estos.

⁵⁶³ Ibid., pág. 296.

⁵⁶⁴ Ibid., pág. 299.

3.3.3.1.3.3. ROTACIÓN DE PUESTOS DE TRABAJO: Consiste en asignar a los empleados a diversos puestos de trabajo con el fin de que adquieran una mayor base de habilidades.⁵⁶⁵

Técnica de capacitación gerencial que incluye el movimiento de un individuo de un departamento a otro para ampliar su experiencia e identificar sus puntos débiles y fuertes.⁵⁶⁶

3.3.3.1.3.4. AYUDAS A LA INSTRUCCIÓN: Tiene como fin apoyar la formación y el perfeccionamiento de sus empleados. Los costos de matrícula entre otros costos pueden estar financiados total o parcialmente por el plan de ayudas.⁵⁶⁷

3.4. EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO: Identificación, medición y gestión del rendimiento humano en una empresa.⁵⁶⁸

La evaluación del desempeño constituye el proceso por el cual se estima el rendimiento global del empleado.⁵⁶⁹

3.4.1. HERRAMIENTAS DE MEDIDA: Técnicas para medir el rendimiento. Se pueden clasificar según el juicio que se requiera (absoluto o relativo) y según el objeto de la medición (rasgo, conducta o resultado).

⁵⁶⁵ Ibid., pág. 303.

⁵⁶⁶ Gary. Op. cit., pág. 267.

⁵⁶⁷ Gómez. Balkin. Cardy. Op. cit., pág. 304.

⁵⁶⁸ Ibid., pág. 206.

⁵⁶⁹ Werther . Heith Op. cit., pág. 231.

3.4.1.1. SEGÚN EL TIPO DE JUICIO

3.4.1.1.1. JUICIOS RELATIVOS. Modelo de evaluación en el que se solicita al supervisor que compare el rendimiento de un empleado con el rendimiento de otros que realizan el mismo trabajo.

3.4.1.1.2. JUICIOS ABSOLUTOS: Modelo de evaluación de evaluación en el que se solicita al supervisor que realice juicios sobre el rendimiento de un empleado basándose únicamente en normas de rendimiento.⁵⁷⁰

3.4.1.2. SEGÚN EL OBJETO DE LA MEDICIÓN

3.4.1.2.1. INFORMACIÓN SOBRE RASGOS: Herramienta de evaluación en la que se pide al supervisor que realice juicios sobre características del trabajador que tienden a ser consistentes y permanentes. ⁵⁷¹

Los enfoques con base en características aun son los más populares a pesar de la subjetividad implícita. Están diseñados para medir hasta que punto un empleado posee ciertas características como confiabilidad, creatividad, iniciativa y liderazgo que se consideran importantes para el puesto y la organización en general.⁵⁷²

⁵⁷⁰ Gómez. Balkin. Cardy. Op. cit., pág. 209.

⁵⁷¹ Ibid., pág. 213.

⁵⁷² Sherman. Bohlander . Op. cit. pág. 274.

3.4.1.2.1.1. ESCALA GRAFICA DE CALIFICACIÓN: Escala que lista varias características y un rango de desempeño para cada una. Al colaborador se le califica al identificar la calificación que describa mejor su nivel de desempeño por cada característica.⁵⁷³

Enfoque para la evaluación del desempeño, mediante el cual el trabajador es calificado de acuerdo con una escala de características. Cada característica por evaluar se representa mediante una escala en que el evaluador indica hasta que grado el empleado posee tal característica.

3.4.1.2.1.2. MÉTODO DE ESCALAS MIXTAS: Enfoque para la evaluación del desempeño similar a otros métodos a escala, basados en la comparación con un estándar (mejor que, igual a, o peor que). En lugar de evaluar las características de acuerdo con una sola escala, se dan al evaluador tres descripciones específicas de cada característica: superior, promedio e inferior.⁵⁷⁴

3.4.1.2.1.3. ALTERNANCIA EN LA CALIFICACIÓN: Clasificación de los empleados desde el mejor al peor, en torno a una característica en particular.

3.4.1.2.1.4. COMPARACIÓN DE PARES: Clasificación a los subordinados mediante una tabla de todos los pares posibles de individuos, para cada característica, para indicar cuál es el mejor empleado de ese par.⁵⁷⁵

⁵⁷³ Gary. Op. cit., pág. 332.

⁵⁷⁴ Sherman. Bohlander. Op. cit., pág. 275.

⁵⁷⁵ Gary. Op. cit., pág. 332.

3.4.1.2.1.5. DISTRIBUCIÓN FORZADA: Similar a la graduación de una curva; se colocan porcentajes predeterminados de empleados en varias categorías de desempeño.⁵⁷⁶

Enfoque de la evaluación del desempeño, el cual exige que el evaluador, basado en escritos especialmente diseñados, elija entre desempeño exitoso y el no exitoso. El evaluador elige una declaración de cada par, sin saber cual describe en forma correcta una conducta exitosa en el puesto.⁵⁷⁷

3.4.1.2.1.6. MÉTODO DE FORMAS NARRATIVAS: Enfoque para evaluar el desempeño, el cual requiere que el evaluador escriba un ensayo que describa el comportamiento del trabajador. ⁵⁷⁸

3.4.1.2.2. INFORMACIÓN SOBRE CONDUCTAS: Herramienta de evaluación en la que se solicita a los directores que valoren las conductas de los trabajadores. ⁵⁷⁹

Los enfoques con base en conductas brindan a los empleados información mas orientada a la acción por lo cual quizá sea mejor para el desarrollo. ⁵⁸⁰

⁵⁷⁶ Ibid., pág. 336.

⁵⁷⁷ Sherman. Bohlander . Op. cit., pág. 275.

⁵⁷⁸ Ibid., pág. 277.

⁵⁷⁹ Gomez. Balkin. Cardy. Op. cit., pág. 214.

⁵⁸⁰ Sherman. Bohlander . Op. cit., pág. 273.

3.4.1.2.2.1. INCIDENTE CRITICO: Se lleva un registro de ejemplos poco comunes buenos o indeseables, de la conducta de un colaborador relacionada con el trabajo, y se revisa con él en momentos predeterminados.⁵⁸¹

Suceso poco usual que denota mejor o peor desempeño del empleado en alguna parte del trabajo. ⁵⁸²

3.4.1.2.2.2. ESCALAS DE CALIFICACIÓN BASADAS EN EL COMPORTAMIENTO: Método de evaluación cuya finalidad es combinar los beneficios de incidentes críticos narrativos y calificaciones cuantificadas, con base en una escala cuantificada, en ejemplos narrativos específicos de buen o mal desempeño.⁵⁸³

3.4.1.2.2.3. ESCALA FUNDAMENTADA PARA LA MEDICIÓN DEL COMPORTAMIENTO (BARS): Enfoque de evaluación de comportamiento que consiste en una serie de cinco a diez escalas verticales, una por cada dimensión importante del desempeño laboral identificada mediante un análisis de incidentes críticos del puesto.

3.4.1.2.2.4. ESCALA DE OBSERVACIÓN DE COMPORTAMIENTO (BOS): Enfoque de evaluación que mide la frecuencia observada de una conducta.⁵⁸⁴

⁵⁸¹ Gary. Op. cit., pág. 338.

⁵⁸² Sherman. Bohlander . Op. cit., pág. 278.

⁵⁸³ Gary. Op. cit., pág. 340.

⁵⁸⁴ Sherman. Bohlander . Op. cit., pág. 279.

3.4.1.2.3. INFORMACIÓN SOBRE RESULTADOS: Herramienta de evaluación en la que se solicita a los directores que valoren los resultados obtenidos por los trabajadores.⁵⁸⁵

El enfoque con base en los resultados gana popularidad , ya que se concentra en las contribuciones mensurables que los empleados realizan en la organización. ⁵⁸⁶

3.4.1.2.3.1. MEDICIONES DE PRODUCTIVIDAD: Cada una de estas mediciones se relaciona de manera directa con lo que logran los empleados y los resultados que benefician a la organización.

3.4.1.2.3.2. ADMINISTRACIÓN POR OBJETIVOS: Filosofía administrativa que califica el desempeño, sobre la base del cumplimiento de metas fijadas mediante acuerdo entre el trabajador y el patrón.⁵⁸⁷

Implica la disposición de metas medibles y específicas con cada empleado y posteriormente la revisión periódica del progreso logrado. ⁵⁸⁸

3.4.2. ENTREVISTAS DE EVALUACIÓN: La entrevista da al gerente la oportunidad de analizar el registro de desempeño de un subordinado y explorar áreas de posible mejora o crecimiento. Asimismo proporciona la oportunidad de identificar las

⁵⁸⁵ Gomez. Balkin. Cardy. Op. cit., pág. 216.

⁵⁸⁶ Sherman. Bohlander . Op. cit., pág. 273.

⁵⁸⁷ Ibid., pág. 282.

⁵⁸⁸ Gary. Op. cit., pág. 340.

actitudes y sentimientos de los subordinados de manera más minuciosa, y por lo tanto, mejorar la comunicación.⁵⁸⁹

3.4.2.1. TIPOS DE ENTREVISTA DE EVALUACIÓN

3.4.2.1.1. ENTREVISTA DE DECIR Y CONVENCER: Las habilidades que requiere este tipo de entrevista incluyen la capacidad de convencer al empleado de cambiar en una forma prescrita.

3.4.2.1.2. ENTREVISTA DE DECIR Y ESCUCHAR: Las habilidades para este tipo de entrevista incluyen la capacidad de comunicar los puntos fuertes y débiles del desempeño del empleado en el puesto. El método de decir y escuchar supone que la oportunidad de liberar los sentimientos de frustración ayuda a decir o eliminar tales sentimientos.

3.4.2.1.3. ENTREVISTA DE SOLUCIÓN DE PROBLEMAS: Busca estimular el crecimiento y el desarrollo mediante la discusión de problemas, necesidades, innovaciones, satisfacciones e insatisfacciones que el empleado ha encontrado desde la última evaluación de desempeño.⁵⁹⁰

⁵⁸⁹ Sherman. Bohlander . Op. cit., pág. 285.

⁵⁹⁰ Ibid., pág. 287.

3.4.3. OBSTACULOS DE UNA MEDICIÓN EFICAZ

3.4.3.1. ERROR DE VALORACIÓN: Error que se produce en la evaluación del rendimiento que refleja sesgos constantes por parte del evaluador.⁵⁹¹

3.4.3.2. INFLUENCIA DE LAS SIMPATÍAS: Cuando los evaluadores permiten que su aprecio o su rechazo por un individuo influya en la valoración que realizan de dicho empleado. ⁵⁹²

3.4.3.3. POLÍTICA DE LA EMPRESA: Situaciones en las que no son deseables normas claras para la evaluación del rendimiento.⁵⁹³

3.4.3.4. ENFOQUE INDIVIDUAL O GRUPAL: Valorar si la idea de evaluar a los empleados individualmente, es mas práctica que evaluar a grupos o a equipos de empleados. ⁵⁹⁴

3.5. ADMINISTRACIÓN DE LA COMPENSACIÓN

3.5.1. COMPENSACIÓN: Es la gratificación que los empleados reciben a cambio de su labor. ⁵⁹⁵

⁵⁹¹ Gomez. Balkin. Cardy. Op. cit., pág. 219.

⁵⁹² Ibid., pág. 221.

⁵⁹³ Ibid., pág. 223.

⁵⁹⁴ Ibid., pág. 225.

⁵⁹⁵ Werther . Heith Op. cit., pág. 290.

3.5.1.1. COMPENSACIÓN DIRECTA

3.5.1.1.1. SALARIO BASE: Cantidad fija que recibe un empleado regularmente, ya sea en forma de salario mensual o en forma de retribución.⁵⁹⁶

3.5.2. FASES DE LA ADMINISTRACIÓN DE LAS COMPENSACIONES

3.5.2.1. ANÁLISIS DE PUESTOS: Proceso que consiste en recopilar y organizar sistemáticamente información relativa a los diferentes puestos de trabajo. El análisis del puesto de trabajo identifica las tareas, cometidos y responsabilidades de un puesto de trabajo en particular.⁵⁹⁷

3.5.2.2. EVALUACIÓN DE PUESTOS: Son procedimientos sistemáticos para determinar el valor creativo de cada puesto. Los sistemas más comunes son la Jerarquización, la graduación, la comparación por factores y sistema de puntos.⁵⁹⁸

3.5.2.3. JERARQUIZACION DE PUESTOS: Cada puesto se integra en una escala subjetiva, de acuerdo con su importancia relativa en comparación con los otros.

⁵⁹⁶ Gomez. Balkin. Cardy. Op. cit., pág. 321.

⁵⁹⁷ Ibid., pág. 109.

⁵⁹⁸ Werther . Heith Op. cit., pág. 294.

3.5.2.4. GRADUACIÓN DE PUESTOS: Consiste en asignar a cada puesto un grado. La descripción que más se acerque a la descripción del puesto determina la graduación o clasificación.

3.5.2.5. COMPARACIÓN DE FACTORES: El método de comparación de factores requiere que el comité de evaluación de puestos compare los componentes esenciales de cada puesto, los componentes esenciales son los factores comunes a todos los puestos en evaluación; por ejemplo, el grado de responsabilidad, capacitación, esfuerzo mental, esfuerzo físico y condiciones laborales.⁵⁹⁹

3.5.2.6. SISTEMA DE PUNTOS: En vez de utilizar niveles salariales, como los métodos de comparación de factores, utiliza puntos. Permite manejar con mas detalle los factores esenciales.⁶⁰⁰

3.5.3. INCENTIVOS SALÁRIALES: Programa destinado a recompensar a aquellos empleados con altos niveles de rendimiento.⁶⁰¹

3.5.3.1. INCENTIVOS SOBRE UNIDADES DE PRODUCCIÓN: Incentivos concedidos con base en el número de unidades producidas suele compensar al trabajador por el volumen de su rendimiento. ⁶⁰²

⁵⁹⁹ Ibid., pág. 195.

⁶⁰⁰ Ibid., pág. 299.

⁶⁰¹ Gomez. Balkin. Cardy. Op. cit., pág. 321.

⁶⁰² Werther . Heith Op. cit., pág. 319.

3.5.3.2. BONOS SOBRE PRODUCCIÓN: Son incentivos pagados a los empleados por haber excedido determinado nivel de producción.

3.5.3.3. COMISIONES: En los puestos de ventas, el vendedor puede recibir un porcentaje del precio de venta fijado a cada uno de los artículos que venda.⁶⁰³

3.5.3.4. CURVAS DE MADUREZ: En los casos en que un empleado con calificación profesional y/ o científica alcanza un nivel máximo de desarrollo y de pago, suele encontrar que solo un ascenso o una posición directiva es el cambio para continuar progresando.

3.5.3.5. AUMENTOS POR MERITOS: Los incrementos por merito constituyen aumentos en el nivel de la compensación, concedidos a cada persona de acuerdo con una evaluación de su desempeño.⁶⁰⁴

3.5.3.6. COMPENSACIÓN POR CONOCIMIENTOS ESPECIALIZADOS: Constituyen un estímulo al empleado para reconocer el esfuerzo que ha llevado a cabo para adquirir destrezas o conocimientos relacionados con el puesto que desempeña o el ramo de la empresa.⁶⁰⁵

⁶⁰³ Ibid., pág. 320.

⁶⁰⁴ Ibid., pág. 321.

⁶⁰⁵ Ibid., pág. 322.

3.5.3.7. INCENTIVOS NO FINANCIEROS: Los empleados reciben placas conmemorativas, objetos deportivos o decorativos, certificados e incluso días especiales de vacaciones con goce de sueldo.

3.5.3.8. INCENTIVOS A EJECUTIVOS: Incentivos especiales a los ejecutivos y a los gerentes que desempeñan una labor vital en la institución.⁶⁰⁶

3.5.3.9. PROPIEDAD DE LOS EMPLEADOS: Convertir a la organización en una propiedad de sus empleados.⁶⁰⁷

3.5.4. COMPENSACIÓN INDIRECTA: Suele llamarse al paquete de prestaciones y servicios que brinda una organización al personal.⁶⁰⁸

3.5.5. *RETRIBUCIÓN TOTAL: Conjunto de las recompensas cuantificables que recibe un empleado por su trabajo. Consta de tres componentes: salario base, incentivos salariales y prestaciones o retribuciones indirectas.*⁶⁰⁹

3.6. MOTIVACIÓN: Aquello que impulsa, dirige y mantiene el comportamiento humano. Alude al deseo que tiene el individuo de realizar su trabajo lo mejor posible, o de realizar el máximo esfuerzo en la ejecución de las tareas que se le han asignado.

3.6.1. TEORIAS DE MOTIVACIÓN

⁶⁰⁶ Ibid., pág. 323.

⁶⁰⁷ Ibid., pág. 325.

⁶⁰⁸ Ibid., pág. 337.

⁶⁰⁹ Gomez. Balkin. Cardy. Op. cit., pág. 321.

3.6.1.1. TEORÍA DE LOS DOS FACTORES: Formulada por Fredrick Herzberg, trata de identificar y explicar los elementos del puesto de trabajo con los que los empleados de una empresa están satisfechos o insatisfechos.

El primer grupo de factores, denominados motivadores, esta formado por una serie de elementos internos que llevan a la satisfacción laboral y a una mayor motivación. Algunos ejemplos de factores motivadores son: el propio trabajo, los logros, el reconocimiento, la responsabilidad, las oportunidades de ascenso etc.

El otro conjunto de factores denominados factores de higiene o de mantenimiento. Son externos al trabajo en sí mismo, encontrándose en el ambiente laboral; entre los factores de higiene podemos encontrar; las diferentes políticas de la empresa, las condiciones de trabajo, la seguridad laboral, el salario, las retribuciones laborales, las relaciones con los supervisores y los directores etc.

610

3.6.1.2. TEORÍA DEL REAJUSTE DEL TRABAJO: Sugiere que los niveles de motivación y satisfacción laboral del trabajador están en función de la adecuación entre sus necesidades y habilidades y las características del puesto de trabajo y de la empresa. Una mala adecuación entre las características individuales y el ambiente laboral podría desembocar en una reducción de los niveles de motivación.

⁶¹⁰ Ibid., pág. 102.

3.6.1.3. TEORÍA DEL ESTABLECIMIENTO DE OBJETIVOS: Formulada por Edwin Locke, sugiere que los objetivos de los empleados colaboran en la explicación de la motivación y el rendimiento laboral. La motivación es un comportamiento dirigido por un objetivo, aquellos objetivos que sean claros y estimulantes darán como resultado un nivel de motivación mayor que aquellos ambiguos y fáciles de alcanzar.⁶¹¹

3.6.1.4. TEORÍA DE LAS CARACTERÍSTICAS DEL PUESTO DE TRABAJO: Formulada Por Richard Hackman y Greg Oldham, afirma que el empleado se sentirá mas motivado para trabajar y más satisfecho con su trabajo si el puesto de trabajo tiene una serie de características esenciales.(Variedad de tareas, identidad del trabajo, significación del trabajo, autonomía y retroalimentación).

Existen cinco características esenciales que debe tener todo puesto de trabajo para poder activar tres estados psicológicos activos. Las cinco características son:

3.6.1.4.1. *VARIEDAD DE TAREAS: Es decir el grado con el que el puesto de trabajo exige del individuo la realización de diferentes tareas que impliquen la utilización de una serie de conocimientos, habilidades y talentos.*

3.6.1.4.2. *IDENTIDAD DEL TRABAJO: Es decir, el grado con el que el individuo puede realizar un trabajo de principio a fin con un resultado visible.*

⁶¹¹ Ibid., pág. 103.

3.6.1.4.3. SIGNIFICACIÓN DEL TRABAJO: Es decir, el grado con el que la tarea realizada tiene un impacto significativo en los demás, ya sea dentro o fuera de la empresa.⁶¹²

3.6.1.4.4. AUTONOMÍA: Es decir, la cantidad de libertad, independencia y competencia que el empleado tiene en áreas tales como horario, toma de decisiones y forma de realizar el trabajo.

3.6.1.4.5. RETROALIMENTACIÓN: Es decir, el grado con el que la actividad desarrollada es capaz de proporcionar al empleado una información clara y directa sobre los resultados de su trabajo y de su rendimiento.⁶¹³

DERECHO LABORAL

⁶¹² Ibid., pág. 104.

⁶¹³ Ibid., pág. 105.

1. DERECHO LABORAL GENERAL

1.1. EL TRABAJO: El trabajo es toda actividad humana libre, ya sea material o intelectual, permanentemente o transitoria, que una persona natural ejecuta concientemente al servicio de otra, y cualquiera que sea su finalidad, siempre que se efectuó en ejecución de un contrato de trabajo.⁶¹⁴

1.1.1. ELEMENTOS DEL TRABAJO

1.1.1.1. ACTIVIDAD HUMANA: Se demuestra con éste elemento el gran concepto social y humano del derecho del trabajo; tiene en cuenta la actividad del hombre, descartando en su reglamentación el esfuerzo realizado por los animales y el movimiento de las máquinas. Se refiere al trabajo de cualquier naturaleza intelectual o material, permanente o transitoria para que merezca la protección de la legislación.

1.1.1.2. ACTIVIDAD LIBRE: Se refiere a la libertad en sentido jurídico, o sea, la facultad que tiene toda persona de ejercer toda clase de oficio, siempre y cuando no éste prohibida por el ordenamiento legal.

1.1.1.3. REALIZADO POR UNA PERSONA NATURAL: Esto quiere decir que las actuaciones de las personas morales o jurídicas no son objeto de protección del derecho laboral; solo

⁶¹⁴ Isaza Cadavid, German. Derecho Laboral Aplicado. pág. 7.

el servicio personal, realizado por una persona natural, es considerado por esa disciplina jurídica.

1.1.1.4. AL SERVICIO DE OTRA: El que presta el servicio se llama trabajador y debe ser una persona natural. Quien se beneficia de ese servicio, puede ser una persona natural o jurídica y se llama empleador o patrono éste tiene la facultad de impartir ordenes conducentes en la ejecución de la labor y, a su vez, el trabajador debe acatar esas ordenes en virtud de su subordinación.

1.1.1.5. DIVERSIDAD DE FINALIDAD: Debemos entender que se refiere a la finalidad que no implique violación de los sanos principios de la moral y de preceptos legales; no puede tolerarse en una rama jurídica lo que está prohibido en otra. El derecho constituye un todo orgánico en que las diferentes disciplinas jurídicas completarías entre sí lo componen.⁶¹⁵

1.1.1.6. EFECTUADA EN EJECUCIÓN DE UN CONTRATO: En todo contrato de trabajo existe necesariamente una relación laboral en estado de dependencia, pero no toda relación de trabajo presupone la existencia de un contrato de trabajo. Hay casos de actividades laborales en donde no se configura el contrato individual de trabajo y, sin embargo, están protegidas por el derecho laboral.

1.2. DERECHO DEL TRABAJO Y DERECHO LABORAL

⁶¹⁵ Ibid., pág. 8.

1.2.1. *DERECHO DEL TRABAJO*: Truena Urbina concibe el derecho del trabajo como " el conjunto de principios normas e instituciones que protegen, dignifican y tienden a reivindicar a todos los que viven de sus esfuerzos materiales o intelectuales, para la realización de su destino histórico: socializar la vida huma"

Mario De la Cueva indica que " el derecho del trabajo es la norma que se propone realizar la justicia social en el equilibrio de las relaciones entre el trabajo y el capital".

Rafael Caldera concibe al derecho del trabajo como " el conjunto de normas jurídicas que se aplican al hecho social trabajo, tanto por lo que toca a las relaciones entre quienes intervienen en él y con la actividad en general como el mejoramiento de los trabajadores en su condición de tales".

Pérez Botija considera el derecho del trabajo como " el conjunto de principios y normas que regulan las relaciones de empresarios y de trabajadores y de ambos con el Estado, a los efectos de la protección y de tutela del trabajo".⁶¹⁶

1.2.1.1. *FINALIDAD DEL DERECHO DEL TRABAJO*: La finalidad primordial del Derecho del Trabajo es la de lograr la justicia en las relaciones que surgen entre patronos y trabajadores, dentro de un espíritu de coordinación económica y equilibrio social.⁶¹⁷

1.2.2. *DERECHO LABORAL*: Cabanellas define al derecho laboral como "aquel que tiene por finalidad principal la regulación de las relaciones jurídicas entre empresarios y trabajadores, y de unos y otros con el estado, en lo referente al trabajo subordinado, y en

⁶¹⁶ Ibid., pág. 9.

⁶¹⁷ Ibid., pág. 10.

*cuanto atañe a las profesiones y a la forma de prestación de los servicios y también en lo relativo a las condiciones jurídicas mediata e inmediatamente de la actividad laboral dependiente”.*⁶¹⁸

*El derecho laboral es un conjunto de principios y normas que regulan en sus aspectos individual y colectivo, las relaciones entre trabajadores y patronos; entre trabajadores entre sí y entre patronos entre sí, mediante la intervención del Estado, con el objeto de “proteger y tutelar a todo aquel que presta un servicio subordinado, y permitirle vivir en condiciones dignas, que como ser humano le corresponden para que pueda alcanzar su destino”.*⁶¹⁹

2. DERECHO INDIVIDUAL DE TRABAJO

2.1. CONTRATO INDIVIDUAL DE TRABAJO: Contrato de trabajo es aquel por el cual una persona natural se obliga a prestar un servicio personal a otra persona natural o jurídica, bajo la continuada dependencia o subordinación de la segunda mediante remuneración.⁶²⁰

⁶¹⁸ Ibid., pág. 16, 17.

⁶¹⁹ Ibid., pág. 17.

⁶²⁰ Peña Rogelio, Enrique. Código Sustantivo del trabajo. pág. 12.

El contrato individual de trabajo, como lo establece y desarrolla la legislación nacional, es un acto jurídico celebrado entre una persona natural, el trabajador, y una persona natural o jurídica, el patrono, para que el primero preste determinados servicios personales bajo la continuada subordinación del segundo, y reciba de él, a cambio una remuneración que genéricamente se llama salario.⁶²¹

2.1.1. ELEMENTOS ESENCIALES DEL CONTRATO DE TRABAJO

2.1.1.1. LA ACTIVIDAD PERSONAL DEL TRABAJADOR: Es decir realizada por sí mismo.

*2.1.1.2. LA CONTINUADA SUBORDINACIÓN O DEPENDENCIA DEL TRABAJADOR RESPECTO DEL EMPLEADOR: Que faculta a éste para exigirle el cumplimiento de ordenes, en cualquier momento, en cuanto al modo, tiempo o cantidad de trabajo, e imponerle reglamentos, la cual debe mantenerse por todo el tiempo de duración del contrato.*⁶²²

2.1.1.3. UN SALARIO COMO RETRIBUCIÓN DEL SERVICIO.

2.1.2. MODALIDADES DEL CONTRATO

2.1.2.1. CONTRATO VERBAL: Cuando el contrato sea verbal, el patrono y el trabajador deben ponerse de acuerdo, al menos acerca de los siguientes puntos.

⁶²³

a. La índole del trabajo y el sitio en donde ha de realizarse

⁶²¹ Isaza Cadavid. Op. cit., pág. 75.

⁶²² Peña. Op. cit., pág. 14.

⁶²³ Ibid., pág. 39.

- b. La cuantía y la forma de la remuneración, ya sea por unidad de tiempo, por obra ejecutada, por tarea, a destajo u otra cualquiera, y los periodos que regulen su pago
- c. La duración del contrato.

2.1.2.2. CONTRATO ESCRITO: El contrato escrito se extiende en tantos ejemplares cuantos sean los interesados, destinándose uno para cada uno de ellos; esta exento de impuestos de timbre nacional y debe contener, necesariamente, fuera de las cláusulas que las partes acuerden, las siguientes: ⁶²⁴

- La identificación y domicilio de las partes
- El lugar y la fecha de su celebración
- *El lugar de origen en donde se haya contratado el trabajador y en donde haya de prestarse el servicio*
- La naturaleza del trabajo
- La cuantía de la remuneración, su forma y periodos de pago
- La estimación de su valor, en caso de que haya suministros de habitación y de alimentación como parte del salario
- La duración del contrato, su desahucio y terminación ⁶²⁵

2.1.3. DURACIÓN Y REVISIÓN DEL CONTRATO DE TRABAJO: El contrato de trabajo puede celebrarse por tiempo determinado, por el tiempo que dure la realización

⁶²⁴ Isaza Cadavid. Op. cit., pág. 89.

⁶²⁵ Ibid., pág. 90.

de una obra o labor determinada, por tiempo indefinido o para ejecutar un trabajo ocasional, accidental o transitorio.

2.1.3.1. CONTRATO A TÉRMINO FIJO: Debe constar siempre por escrito y su duración no puede ser superior a tres años, pero es renovable indefinidamente. ⁶²⁶

2.1.3.2. CONTRATO A TÉRMINO INDEFINIDO: El contrato de trabajo no estipulado a término fijo o cuya duración no éste determinada por la de la obra o la naturaleza de la labor contratada, o no se refiera a un trabajo ocasional o transitorio. Tendrá vigencia mientras subsistan las causas que le dieron origen y la materia del trabajo. ⁶²⁷

2.1.4. CAUSALES DE SUSPENSIÓN DEL CONTRATO DE TRABAJO

2.1.4.1. POR FUERZA MAYOR O CASO FORTUITO QUE TEMPORALMENTE IMPIDA SU EJECUCIÓN: Para que se configure el evento de la fuerza mayor o caso fortuito como causa que libere al patrono de cumplir sus obligaciones contractuales o legales, es menester, no solo que el hecho constitutivo de tal fuerza sea impredecible sino que además que lo coloque en absoluta imposibilidad de atender tales obligaciones, y también para que opere como causa que justifique la suspensión de un contrato de trabajo, debe tener la característica de ser temporal o pasajera y no indefinida, de tal manera que cesadas las

⁶²⁶ Peña. Op. cit., pág. 42.

⁶²⁷ Ibid., pág. 47.

circunstancias que le dieron origen a la suspensión, pudiera reanudarse la prestación del servicio por parte del trabajador. ⁶²⁸

2.1.4.2. **POR MUERTE O INHABILITACIÓN DEL EMPLEADOR:** Cuando éste sea una persona natural y cuando ello traiga como consecuencia necesaria y directa la suspensión temporal del trabajo.

2.1.4.3. **POR SUSPENSIÓN DE ACTIVIDADES O CLAUSURA TEMPORAL DE LA EMPRESA:** Establecimiento o negocio, en todo o en parte, hasta que por ciento veinte (120) días por razones técnicas o económicas u otras independientes de la voluntad del empleador, mediante autorización previa del ministerio de trabajo y seguridad social.

*2.1.4.4. **POR LICENCIA O PERMISO TEMPORAL CONCEDIDO POR EL EMPLEADOR AL TRABAJADOR O POR SUSPENSIÓN DISCIPLINARIA:** Las licencias que suspenden el contrato de trabajo son aquellas que interrumpen para el trabajador la obligación de prestar el servicio o para el patrono la obligación de pagar salarios.*

*2.1.4.5. **POR SER LLAMADO EL TRABAJADOR A PRESTAR SERVICIO MILITAR:** En éste caso el empleador esta obligado a conservar el puesto del trabajador hasta por 30 días después de terminado el servicio.*⁶²⁹

⁶²⁸ Isaza Cadavid. Op. cit., pág. 92.

⁶²⁹ Peña. Op. cit., pág. 45.

2.1.4.6. *POR DETENCIÓN PREVENTIVA DEL TRABAJADOR O POR ARRESTO CORRECCIONAL Que no exceda de ocho (8) días y cuya causa no justifique la extinción del contrato.*⁶³⁰

2.1.4.7. POR HUELGA DECLARADA EN LA FORMA PREVISTA POR LA LEY 93

2.1.5. CONTRATOS ESPECIALES

2.1.5.1. CONTRATO DE APRENDIZAJE: Contrato de aprendizaje es aquel por el cual un empleado se obliga a prestar servicio a un empleador, a cambio de que éste le proporcione los medios para adquirir formación profesional, metódica y completa del arte y oficio para cuyo desempeño ha sido contratado, por un tiempo determinado, y le pague el salario convenido.

2.1.5.1.1. CAPACIDAD: Pueden celebrar contrato de aprendizaje las personas mayores de 14 años que han completado sus estudios primarios, o demuestren poseer conocimientos equivalentes a ellos, en los mismos términos, y con las restricciones de que trata el Código de Trabajo.⁶³¹

2.1.5.1.2. DURACIÓN: El contrato de aprendizaje no puede exceder de tres años de enseñanza y trabajo, alternados en periodos sucesivos e iguales, para ningún arte u oficio, y solo podrá pactarse por él término previsto por cada uno de ellos en las relaciones de oficios que son publicados por el Ministerio del Trabajo.⁶³²

⁶³⁰ Ibid., pág. 46.

⁶³¹ Isaza Cadavid. Op. cit., pág. 131.

⁶³² Ibid., pág. 132.

2.1.5.2. CONTRATO DE TRABAJO A DOMICILIO: Hay un contrato de trabajo con la persona que presta habitualmente servicios remunerados en su propio domicilio, sola o con la ayuda de miembros de su familia por cuenta de un patrono.⁶³³

2.1.5.3. CONTRATO DE TRABAJO CON AGENTES COLOCADORES DE POLIZAS DE SEGUROS Y TITULOS DE CAPITALIZACIÓN: Son agentes colocadores de pólizas de seguros y títulos de capitalización las personas naturales que promueven la celebración de contratos de seguro y capitalización y la renovación de los mismos en relación con una o varias compañías de seguros o sociedades de capitalización.

2.1.5.3.1. CLASES DE AGENTES

2.1.5.3.1.1. AGENTES DEPENDIENTES: Son las personas que han celebrado contrato de trabajo para desarrollar esta labor, con una compañía de seguros o una sociedad de capitalización.

2.1.5.3.1.2. AGENTES INDEPENDIENTES: Son personas que, por sus propios medios, se dedican a la promoción de pólizas de seguros y títulos de capitalización, sin dependencia de la compañía de seguros o la sociedad de capitalización, en virtud de un contrato mercantil.⁶³⁴

⁶³³ Ibid., pág. 133.

⁶³⁴ Ibid., pág. 135.

2.1.5.4. CONTRATO DE TRABAJO CON REPRESENTANTES, AGENTES, VIAJEROS Y AGENTES VENDEDORES: Hay contrato de trabajo con los representantes, agentes vendedores y agentes viajeros, cuando al servicio de personas determinadas, bajo su continuada dependencia y mediante remuneración, se dedique personalmente al ejercicio de su profesión y no constituyen por sí mismos una empresa comercial.

2.1.5.5. CONTRATO DE TRABAJO CON PROFESORES DE ESTABLECIMIENTOS PARTICULARES DE ENSEÑANZA: El contrato con los profesores de establecimientos particulares de enseñanza se entiende celebrado por el año escolar. El mutuo consentimiento del establecimiento educativo por una parte y del profesor por la otra tiene la virtualidad de regir en ese aspecto las relaciones propias del vínculo laboral que se contrae, ya que las dos partes están disponiendo de aquello que a ambas interesa.⁶³⁵

2.1.5.6. CONTRATO DE TRABAJO CON TRABAJADORES DE SERVICIO DOMESTICO: Se entiende por trabajador de servicio doméstico la persona natural que de manera personal, directa, habitual, continua, subordinada o dependiente presta sus servicios a una persona natural, a cambio de una remuneración, habitando en el lugar de trabajo y ejecutando las labores propias de una residencia u hogar.

⁶³⁵ Ibid., pág. 136.

2.1.5.6.1. FORMA DE CONTRATO: El contrato de trabajo que se celebre con trabajadores del servicio doméstico puede ser verbal o escrito, de duración indefinida o determinada.

2.1.5.6.2. REMUNERACIÓN: La remuneración o salario puede ser en dinero, o parte en dinero y aparte en especie, pero para los efectos de prestaciones sociales, solo constituye salario la parte en dinero. Es de advertir que para los trabajadores del servicio doméstico rigen las mismas disposiciones respecto del salario mínimo.⁶³⁶

2.1.5.7. CONTRATO DE TRABAJO CON CONDUCTORES DE SERVICIO FAMILIAR: Al contrato de trabajo con los conductores de servicio familiar se les aplican las disposiciones establecidas para los trabajadores domésticos, pero la cesantía, las vacaciones remuneradas y el auxilio en caso de enfermedad no profesional, se les liquidaran en la forma ordinaria.⁶³⁷

2.1.5.8. CONTRATO DE TRABAJO CON CELADORES Y VIGILANTES: Se entiende por celador o vigilante el trabajador de una empresa de vigilancia privada cuyo objetivo es el de brindar protección tanto a personas como a bienes en un lugar determinado.

⁶³⁶ Ibid., pág. 140.

⁶³⁷ Ibid., pág. 140, 141.

2.2. PERIODO DE PRUEBA: Periodo de prueba es la etapa inicial del contrato de trabajo que tiene por objeto, por parte del patrono, apreciar las aptitudes del trabajador, y por parte de éste, la conveniencia de las condiciones de trabajo. ⁶³⁸

2.2.1. ESTIPULACIÓN: El periodo de prueba debe ser estipulado por escrito, y en caso contrario los servicios se entienden regulados por las normas generales del contrato de trabajo. El contrato de trabajo de los servidores domésticos se presume como periodo de prueba los primeros quince días de servicio.⁶³⁹

2.3. REGLAMENTO DE TRABAJO: Es el conjunto de normas que determinan las condiciones a que deben sujetarse el patrono y sus trabajadores en la prestación del servicio. ⁶⁴⁰

El reglamento de trabajo es un conjunto normativo, personal y estable, objetivo e interno, que tiene por fin procurar el orden y la paz, la seguridad y la solidaridad, como factores indispensables a la actividad laboral y a la dignidad humana, en los procesos económicos de una empresa que, al igual de otras formas del derecho de propiedad privada debe cumplir una función social según existencia de la misma Constitución Nacional.⁶⁴¹

⁶³⁸ Peña. Op. cit., pág. 89.

⁶³⁹ Isaza Cadavid. Op. cit., pág. 94.

⁶⁴⁰ Peña. Op. cit., pág. 102.

⁶⁴¹ Isaza Cadavid. Op. cit., pág. 27.

2.3.1. HIGIENE Y SEGURIDAD SOCIAL EN EL TRABAJO: Todo patrono o empresa están obligados a suministrar y acondicionar locales y equipos de trabajo que garanticen la seguridad y salud de los trabajadores; a hacer practicar los exámenes médicos a su personal y adoptar las medidas de higiene y seguridad indispensables para la protección de la vida, la salud y la moralidad de los trabajadores a su servicio, de conformidad con la reglamentación que sobre el particular establezca el Ministerio de Trabajo.⁶⁴²

2.3.1.1. REGLAMENTO DE HIGIENE Y SEGURIDAD: Los patronos que tengan a su servicio diez o más trabajadores permanentes deben elaborar un reglamento especial de higiene y seguridad y someterlo a la revisión y aprobación de la oficina nacional de Medicina e Higiene Industrial del Ministerio del Trabajo.⁶⁴³

2.4. REGIMEN SALARIAL

2.4.1. SALARIO: Proviene de la expresión “salarium”, de sal, en la medida que antiguamente era costumbre dar en pago a los domésticos una cantidad fija de dicho producto (sal). Con el tiempo se tradujo la palabra “sueldo” , para indicar el pago o la remuneración que recibe el trabajador por la prestación de sus servicios, a cambio de ceder al patrono todos sus derechos sobre el trabajo realizado. Es la retribución del trabajador, es decir, todo aquello que el hombre recibe por su trabajo.⁶⁴⁴

2.4.1.1. CLASES DE SALARIO

⁶⁴² Peña. Op. cit., pág. 295.

⁶⁴³ Ibid., pág. 296.

⁶⁴⁴ Isaza Cadavid. Op. cit., pág. 183.

2.4.1.1.1. SALARIO AL DESTAJO: Sistema de remuneración laboral que ajusta la retribución directa con el rendimiento del trabajador. El salario no es fijo, sino que varía según el esfuerzo que el trabajador realiza y el resultado que obtiene.

2.4.1.1.2. SALARIO BÁSICO: Retribución laboral que como cantidad mínima, se fija en los convenios colectivos de condiciones de trabajo.

2.4.1.1.3. SALARIO COMPLEMENTARIO: Desde el punto de vista del trabajador, toda percepción económica, directa o indirecta, que se agrega, de modo eventual o fijo, a la retribución normal o básica.

2.4.1.1.4. SALARIO CONVENCIONAL: La retribución que se establece por un acuerdo de voluntades, provenientes de las partes del contrato de trabajo o por intervención de sus representantes, ya se establezca un tipo individual o colectivo.

2.4.1.1.5. SALARIO DIARIO: El devengo y cobro de su retribución al término de cada jornada, usual hasta surgir las grandes empresas con la revolución industrial, posee la característica denominación de jornal.⁶⁴⁵

2.4.1.1.6. SALARIO DIRECTO: La cantidad de dinero u otro pago convenido que el patrono entrega al trabajador como remuneración por la labor o tarea que cumple.

⁶⁴⁵ Ibid., pág. 184.

2.4.1.1.7. SALARIO EN DINERO: Se opone al salario en especie, integrado con valores que no son moneda; y el salario mixto, el compuesto por dinero y cosas o derechos de contenido económico.

2.4.1.1.8. SALARIO EN ESPECIE: El que se paga en valores que no son moneda; principalmente con productos o proporcionando vivienda y comida. No se pierde su denominación si prevalece en valor la retribución no monetaria.

2.4.1.1.9. SALARIO HORA: La retribución establecida por la prestación laboral de cada 60 minutos, que es norma en jornadas inferiores a la legal o a la que predomina en los acuerdos colectivos en condiciones de trabajo.

2.4.1.1.10 SALARIO INDIRECTO: Conjunto de ventajas y beneficios que ciertas instituciones significan para el trabajador, con ocasión del trabajo, además del pago principal del dinero o en especie, y como remuneración conexas con sus riesgos y beneficios.

2.4.1.1.11. SALARIO INVISIBLE: Esta denominación se adecua a la realidad de que no todo lo que desembolsa el empresario por los servicios, del trabajador ni todos los beneficios materiales que éste obtiene de sus tareas tienen expresión tan concreta, tan visible como el sueldo o salario que se entrega en forma de monedas o billetes.⁶⁴⁶

⁶⁴⁶ Ibid., pág. 185.

2.4.1.1.12. SALARIO LEGAL: El determinado por la ley, ya sea por la cuantía mínima, ya se como retribución para cierta labor y tiempo. Conjunto de remuneraciones y beneficio que obtiene el trabajador en la prestación de los servicios por cuenta ajena; o sea, el concepto legal del salario.

2.4.1.1.13. SALARIO MÍNIMO: Se designa así un limite retributivo laboral que no cabe disminuir; la suma menor con que puede remunerarse determinado trabajo, en lugar y tiempo fijados. La contraprestación mínima debida y pagada directamente por el patrono a todo trabajador. ⁶⁴⁷

Es el que todo trabajador tiene derecho a percibir para subvenir a sus necesidades normales y a las de su familia, en el orden material, moral y cultural.⁶⁴⁸

2.4.1.1.14. SALARIO MIXTO: El percibido en dinero y parte en especie o derechos por el trabajador, como en el servicio domestico, donde es lo mas frecuente que se reciban alimento y habitación. ⁶⁴⁹

2.4.1.2. COMPONENTES DEL SALARIO

⁶⁴⁷ Ibid., pág. 186.

⁶⁴⁸ Peña. Op. cit., pág. 122.

⁶⁴⁹ Isaza Cadavid. Op. cit., pág. 186.

2.4.1.2.1. ELEMENTOS INTEGRANTES: Constituye salario no solo la remuneración ordinaria, fijas o variable, sino todo lo que recibe el trabajador en dinero o en especie como contraprestación directa del servicio, sea cualquiera la forma o denominación que se adopte, como primas, sobresueldos, bonificaciones habituales, valor del trabajo suplementario o de las horas extras, el valor del trabajo en días de descanso obligatorio, porcentajes sobre ventas y comisiones.⁶⁵⁰

2.4.1.2.1.1. PAGO DE SALARIO: Es la principal obligación de quien sé beneficiaria del trabajo subordinado ajeno, como que constituye ordinariamente la contraprestación primordial más importante de la actividad desplegada por el trabajador.

2.4.1.2.1.2. PRESTACIÓN SOCIAL: Nace indudablemente de los servicios subordinados que se proporcionan al empleador, pero que a diferencia de aquél no retribuye propiamente la actividad desplegada por el trabajador sino que más bien cubre los riesgos o infortunios a que se puede ver enfrentado.⁶⁵¹

2.4.1.2.1.3. LAS INDEMNIZACIONES: Corresponden a reparaciones de daños, en su doble modalidad de compensatorias y moratorias, resarcen los perjuicios que el trabajador llegue a sufrir como consecuencia del incumplimiento de las obligaciones legales o convencionales del empleador, o por el desconocimiento de los precisos deberes legales que la ley impone al empleador en determinadas circunstancias.

⁶⁵⁰ Ibid., pág. 189.

⁶⁵¹ Ibid., pág. 190.

2.4.1.2.1.4. DESCANSOS OBLIGATORIOS: Comprenden el “descanso dominical remunerado”, el “descanso remunerado en otros días de fiesta”, y las “vacaciones anuales remuneradas”.⁶⁵²

2.4.1.2.2. PAGOS QUE NO CONSTITUYEN SALARIO: No constituyen salario las sumas que ocasionalmente y por mera liberalidad recibe el trabajador del empleador, como primas, bonificaciones o gratificaciones ocasionales, participación de utilidades, excedentes de las empresas de economía solidaria y lo que recibe en dinero o en especie no para su beneficio, ni para enriquecer su patrimonio, sino para desempeñar a cabalidad sus funciones, como gastos de representación, medios de transporte, elementos de trabajo y otros semejantes.⁶⁵³

2.4.1.2.3. SALARIO EN ESPECIE: Constituye salario en especie toda aquella parte de la remuneración ordinaria y permanente que reciba el trabajador en contraprestación directa del servicio, tales como alimentación, habitación o vestuario que el empleador suministra al trabajador o a su familia.⁶⁵⁴

2.4.1.2.4. VIÁTICOS: Los viáticos permanentes constituyen salario en aquella parte destinada a proporcional al trabajador manutención y alojamiento; pero no en lo

⁶⁵² Ibid., pág. 192.

⁶⁵³ Ibid., pág. 194 .

⁶⁵⁴ Ibid., pág. 197.

que solo tenga por finalidad proporcionar los medios de transporte o los gastos de representación.⁶⁵⁵

2.4.1.2.5. PROPINAS: Las propinas que recibe el trabajador no constituyen salario.; por tanto, no puede pactarse como retribución del servicio prestado por el trabajador lo que éste reciba por propinas.⁶⁵⁶

2.4.1.3. FACTORES FIJARLO: Para fijar el salario mínimo deben tomarse en cuenta el costo de la vida, las modalidades del trabajo, la capacidad económica de las empresas y patronos y las condiciones de cada región y actividad.⁶⁵⁷

2.5. JORNADA DE TRABAJO

2.5.1. JORNAL Y SUELDO: Se denomina jornal el salario estipulado por días y sueldo el estipulado por periodo mayores.⁶⁵⁸

2.5.1.1. JORNADA ORDINARIA. Es la que convengan las partes, o la falta de convenio, la máxima legal.

2.5.1.2. TRABAJO SUPLEMENTARIO: El trabajo suplementario o de horas extras es el que excede de la jornada ordinaria y en todo caso el que excede de la máxima legal.

⁶⁵⁵ Ibid., pág. 197,198.

⁶⁵⁶ Ibid., pág. 199.

⁶⁵⁷ Ibid., pág. 123.

⁶⁵⁸ Peña. Op. cit., pág. 119.

2.5.1.3. TRABAJO DIURNO Y NOCTURNO: Trabajo diurno es el comprendido entre las seis horas (6 a.m) y las diez y ocho (6 p.m).

El trabajo nocturno es el comprendido entre las diez y ocho horas (6 p.m) y las seis (6 a.m).⁶⁵⁹

2.5.1.4. JORNADA MÁXIMA: La duración máxima legal de la jornada ordinaria de trabajo es de ocho (8) horas al día y cuarenta y ocho (48) a la semana.⁶⁶⁰

2.5.2. REMUNERACIÓN

2.5.2.1. DEL TRABAJO EXTRA DIURNO: El trabajo diurno se remunera con un recargo del veinticinco por ciento (25%) sobre el valor del trabajo ordinario diurno.

2.5.2.2. DEL TRABAJO NOCTURNO: El trabajo nocturno, por el solo hecho de ser nocturno, se remunera con un recargo del treinta y cinco (35%) sobre el valor del trabajo diurno, con excepción del caso de la jornada de treinta y seis (36) horas semanales.

2.5.2.3. DEL TRABAJO EXTRA NOCTURNO: El trabajo extra nocturno se remunera con un recargo del setenta y cinco por ciento (75%) sobre el valor del trabajo ordinario diurno.⁶⁶¹

⁶⁵⁹ Ibid., pág. 128.

⁶⁶⁰ Ibid., pág. 129.

⁶⁶¹ Ibid., pág. 137.

2.6. DESCANSOS OBLIGATORIOS

26.1. DESCANSO DOMINICAL REMUNERADO: Por regla general, el empleador esta obligado a dar descanso dominial remunerado a todos sus trabajadores. Éste descanso tiene una duración mínima de veinticuatro (24) horas.

2.6.2. REMUNERACIÓN: El empleador deber remunerar el descanso dominical con el salario ordinario de un día, a los trabajadores que habiéndose obligado a prestar sus servicios en todos los días laborales de la semana, no falten al trabajo, o que, si faltan, lo hayan hecho por justa causa o por culpa o disposición del empleador.⁶⁶²

2.6.3. DESCANSO REMUNERADO EN OTROS DÍAS DE FIESTA: Todos los trabajadores, tanto del sector público como del sector privado, tienen derecho al descanso remunerado en los días de fiesta de carácter civil o religioso.⁶⁶³

2.6.4. TRABAJO DOMINICAL FESTIVO: El trabajo en domingo o días de fiesta se remunera con un recargo del ciento por ciento (100%) sobre el salario ordinario en proporción a las horas laboradas, sin perjuicio del salario ordinario a que tenga derecho el trabajador por haber laborado la semana completa.⁶⁶⁴

2.6.5. VACACIONES ANUALES: Las vacaciones consideradas como descanso remunerado o su compensación en dinero. Los trabajadores que hubieran prestado sus servicios durante un año tienen derecho a quince días hábiles

⁶⁶² Ibid., pág. 140 .

⁶⁶³ Ibid., pág. 143.

⁶⁶⁴ Ibid., pág. 144.

consecutivos de vacaciones remuneradas por cada seis meses de servicios prestados.⁶⁶⁵

2.6.5.1. EPOCA DE VACACIONES: La época de vacaciones debe ser señalada por el patrono a mas tardar dentro del año subsiguiente, y ellas deben ser concedidas oficiosamente o a petición del trabajador, sin perjudicar el servicio y la efectividad del descanso.⁶⁶⁶

2.7. PRESTACIONES PATRONALES COMUNES: Todos los patronos están obligados a pagar las prestaciones establecidas, estas prestaciones dejaran de estar a cargo de los patronos cuando el riesgo de ellas sea asumido par el Instituto Colombiano de Seguros Sociales.⁶⁶⁷

2.7.1. PRESTACIONES SOCIALES: Es lo que debe el patrono al trabajador en dinero, especie, servicios u otros beneficios, por ministerio de la ley, o por haberse pactado en convenciones colectivas o en pactos colectivos, o en el contrato de trabajo, o establecida en el reglamento interno de trabajo, en fallos arbitrales o en cualquier acto unilateral el patrono, para cubrir los riesgos o necesidades del trabajador que se originan durante la relación de trabajo o con motivo de la misma.⁶⁶⁸

2.7.1.1. CLASES DE PRESTACIONES SOCIALES

⁶⁶⁵ Ibid., pág. 147.

⁶⁶⁶ Ibid., pág. 147, 148.

⁶⁶⁷ Ibid., pág. 151, 152.

⁶⁶⁸ Isaza Cadavid. Op. cit., pág. 207.

2.7.1.1.1. AUXILIO DE CESANTÍA: Todo patrono esta obligado a pagar a sus trabajadores, al terminar el contrato de trabajo, un mes de salario por cada año de servicios, y proporcionalmente por fracciones de año. ⁶⁶⁹

2.7.1.1.2. DOTACIÓN DE UNIFORMES PARA TRABAJADORES: Todo patrono que habitualmente ocupe uno (1) o más trabajadores permanentes deberá suministrar cada cuatro meses, en forma gratuita un par de zapatos y un vestido de labores al trabajador cuya remuneración mensual sea hasta dos veces el salario mínimo mas alto vigente. ⁶⁷⁰

2.7.1.1.3. PRIMA DE SERVICIOS: Toda empresa de carácter permanente esta obligada a pagar a cada uno de sus trabajadores, excepto a los ocasionales o transitorios, como prestación especial, una prima de servicios así:

*Las de capital de doscientos mil pesos (\$ 200.000) o superior un mes de salario pagadero por semestres del calendario en la siguiente forma: una quincena él ultimo día de junio y otra quincena en los primeros veinte días de diciembre, a quienes hubieren trabajado o trabajaren todo el respectivo semestre, o proporcionalmente al tiempo trabajado, siempre que hubieren servicio por lo menos la mitad del semestre respectivo y no hubieren sido despedidos por justa causa.*⁶⁷¹

⁶⁶⁹ Peña. Op. cit., pág. 216.

⁶⁷⁰ Ibid., pág. 204.

⁶⁷¹ Ibid., pág. 268.

Las de base de capital menor de doscientos mil pesos (\$ 200.000), quince días de salario, pagadero en la siguiente forma: una semana el último día de junio y otra semana en los primeros veinte de diciembre pagadero por semestres del calendario, a quienes hubieren trabajado o trabajaren todo el respectivo semestre, o proporcionalmente al tiempo trabajado, siempre que hubieren servicio por lo menos la mitad del semestre respectivo y no hubieren sido despedidos por justa causa.⁶⁷²

2.7.1.2. PROTECCIÓN DE LAS PRESTACIONES SOCIALES

2.7.1.2.1. IRRENUNCIABILIDAD: Las prestaciones sociales, ya sean eventuales o causadas, son irrenunciables.

2.7.1.2.2. INEMBARGABILIDAD: Son inembargables las prestaciones sociales, cualquiera que sea su cuantía. Se exceptúan los créditos a favor de las cooperativas legalmente autorizadas y los provenientes de las pensiones alimenticias a que se refieren los artículos 411 y concordantes del Código Civil; pero el monto del embargo o retención no puede exceder del cincuenta por ciento (50%) del valor de la prestación respectiva.

2.7.1.2.3. PRELACIÓN DE CREDITOS: Los créditos causados o exigibles de los trabajadores por concepto de salarios, la cesantía y demás prestaciones sociales e indemnizaciones laborales pertenecen a la primera clase que establece el artículo 2495 del Código Civil y tienen privilegio excluyente sobre todos los demás.⁶⁷³

⁶⁷² Ibid., pág. 269.

⁶⁷³ Isaza Cadavid. Op. cit., pág. 218.

3. SISTEMA GENERAL DE RIESGOS PROFESIONALES: *El Sistema General de Riesgos Profesionales es el conjunto de entidades públicas y privadas, normas y procedimientos, destinados a prevenir, proteger y atender a los trabajadores de los efectos de las enfermedades y los accidentes que puedan ocurrirles con ocasión o como consecuencia del trabajo que desarrollan.*⁶⁷⁴

3.1. RIESGOS PROFESIONALES: *Son riesgos profesionales el accidente que se produce como consecuencia directa del trabajo o labor desempeñada, y la enfermedad que haya sido catalogada como profesional.*⁶⁷⁵

3.2. ACCIDENTES DE TRABAJO Y ENFERMEDADES PROFESIONALES

3.2.1. ACCIDENTE DE TRABAJO: *Se entiende por accidente de trabajo todo suceso imprevisto y repentino que sobrevenga por causa o con ocasión del trabajo y que produzca al trabajador una lesión orgánica o perturbación funcional permanente o pasajera, y que no haya sido provocado deliberadamente o por culpa grave de la víctima.*⁶⁷⁶

⁶⁷⁴ Ibid., pág. 483.

⁶⁷⁵ Ibid., pág. 488.

⁶⁷⁶ Peña. Op. cit., pág. 158.

*Es también accidente de trabajo aquel que se produce durante la ejecución de ordenes del empleador, o durante la ejecución de una labor bajo su autoridad, aun fuera del lugar y horas de trabajo.*⁶⁷⁷

*3.2.2 ENFERMEDAD PROFESIONAL: Se entiende por enfermedad profesional todo estado patológico que sobrevenga como consecuencia obligada de la clase de trabajo que desempeña el trabajador o el medio en que se haya visto obligado a trabajar, bien sea determinado por agentes físicos, químicos o biológicos.*⁶⁷⁸

3.3. CONSECUENCIAS DE LOS ACCIDENTES DE TRABAJO Y DE LAS ENFERMEDADES PROFESIONALES

3.3.1. INCAPACIDAD TEMPORAL: Cuando el trabajador no puede desempeñar su trabajo por algún tiempo.

3.3.2. INCAPACIDAD PERMANENTE PARCIAL: Cuando el trabajador sufre una disminución definitiva pero apenas parcial en sus facultades.

3.3.3. INCAPACIDAD PERMANENTE TOTAL: Cuando el trabajador queda inhabilitado para desempeñar cualquier clase de trabajo remunerativo.

⁶⁷⁷ Isaza Cadavid. Op. cit., pág. 488.

⁶⁷⁸ Peña. Op. cit., pág. 160.

3.3.4. *GRAN INVALIDEZ: Cuando el trabajador no solamente queda incapacitado para desempeñar cualquier clase de trabajo, sino que tiene que ser validado por otro para realizar las funciones esenciales de la vida.*

3.3.5. *MUERTE DEL TRABAJADOR.*

3.4. *PRESTACIONES ECONOMICAS POR INCAPACIDAD: Los accidentes de trabajo y enfermedades profesionales dan lugar a las siguientes prestaciones; asistencia médica, farmacéutica, quirúrgica y hospitalaria, por el tiempo que se requiera, sin exceder de dos años, comprendidos los exámenes complementarios, como radiografías, consulta de especialistas, prescripciones terapéuticas completas, como transfusiones y fisioterapia, y el suministro de aparatos de ortopedia y prótesis que sean necesarios.⁶⁷⁹*

4. PROTECCIÓN A LA MATERNIDAD

4.1. DERECHOS ORIGINADOS DE LA MATERNIDAD

4.1.1. *DERECHOS RELATIVOS A LAS CONDICIONES DEL TRABAJO: El cuidado que implica el mismo estado de embarazo impone al empleador algunas prohibiciones. En éste sentido la mujer embarazada no puede ser obligada a laborar en condiciones insalubres, en actividades peligrosas o que requieran grandes esfuerzos, para la trabajadora en estado de gravidez a punto de poner en peligro su embarazo y su propia vida.⁶⁸⁰*

⁶⁷⁹ Ibid., pág. 168.

⁶⁸⁰ Isaza Cadavid. Op. cit., pág. 509.

4.1.2. DESCANSO REMUNERADO EN LA EPOCA DEL PARTO: Toda trabajadora en estado de embarazo tiene derecho a una licencia de doce semanas en la época de parto, remunerada con el salario que devengue al entrar a disfrutar del descanso.⁶⁸¹

4.1.3. DESCANSO REMUNERADO EN CASO DE ABORTO: La trabajadora que en el curso del embarazo sufra aborto o un parto prematuro no viable tendrá derecho a una licencia de dos a cuatro semanas, remuneradas con el salario que devengaba en el momento de iniciarse el descanso.

4.1.4. DESCANSO REMUNERADO DURANTE LA LACTANCIA: El patrono esta en la obligación de conceder a la trabajadora dos descansos de 30 minutos cada uno dentro de la jornada para amamantar a su hijo, sin descuento alguno en el salario por dicho concepto, durante los primeros seis meses de edad.⁶⁸²

4.1.5. DERECHO A NO SER DESPEDIDA DURANTE EL EMBARAZO: En principio general que ninguna trabajadora puede ser despedidas por motivo de embarazo o lactancia, cuando ha tenido lugar dentro el periodo de embarazo o dentro de los tres meses posteriores al parto, y sin autorización de las autoridades correspondientes.

⁶⁸¹ Peña. Op. cit., pág. 209.

⁶⁸² Ibid., pág. 211.

4.1.6. INDEMNIZACIÓN POR DESPIDO SIN AUTORIZACIÓN PREVIA: La trabajadora despedida sin autorización de la autoridad tiene derecho al pago de una indemnización equivalente a los salarios de sesenta días, fuera de las indemnizaciones y prestaciones a que hubiera lugar de acuerdo con el contrato de trabajo y, a demás, al pago de las doce semanas de descanso remunerado si no lo ha tomado.⁶⁸³

5. SISTEMA GENERAL DE PENSIONES: El Sistema General de Pensiones tiene por objeto garantizar a la población, el amparo contra las contingencias derivadas de la vejez, la invalidez y la muerte, mediante el reconocimiento de las pensiones y prestaciones que se determinan en la ley, así como propender por la aplicación progresiva de cobertura a los segmentos de población no cubiertos con un sistema de pensiones.⁶⁸⁴

5.1. REGIMEN SOLIDARIO DE PRIMA CON PRESTACIÓN DEFINIDA: Es aquel mediante el cual los afiliados o sus beneficiarios obtienen una pensión de vejez, de invalidez o de sobrevivientes, o una indemnización, previamente definidas.⁶⁸⁵

5.1.1. PENSION DE VEJEZ O JUBILACION: Para tener derecho a la pensión de vejez, el afiliado debe reunir las siguientes condiciones; haber cumplido cincuenta y cinco años de edad si es mujer, o sesenta años de edad si es hombre.⁶⁸⁶

⁶⁸³ Isaza Cadavid. Op. cit., pág. 510.

⁶⁸⁴ Ibid., pág. 453.

⁶⁸⁵ Ibid., pág. 460.

5.1.2. PENSION DE INVALIDEZ POR RIESGO COMUN: Se considera invalida la persona que por cualquier causa de origen no profesional, no provocada intencionalmente, hubiera perdido el 50 % o más de su capacidad laboral. El derecho a la pensión de invalidez es una de las formas de expresión del derecho a la seguridad social; busca compensar la situación de infortunio derivada de la pérdida de la capacidad laboral mediante el otorgamiento de una prestación económica y de salud.⁶⁸⁷

5.1.3. PENSION DE SOBREVIVIENTES: Tienen derecho a la pensión de sobrevivientes; los miembros del grupo familiar del pensionado por vejez, o invalidez por riesgo común, que fallezca y los miembros del grupo familiar afiliado que fallezca siempre que esta hubiere cumplido alguno de los siguientes requisitos: Que el afiliado se encuentre cotizando el sistema y hubiere cotizado por lo menos 26 semanas al momento de la muerte, que habiendo dejado de cotizar al sistema, hubiere efectuado aportes durante por lo menos 26 semanas del año inmediatamente anterior al momento en que se produzca la muerte.⁶⁸⁸

5.1.4. RESTACIONES ADICIONALES: Los pensionados por vejez o jubilación, invalidez y sustitución o sobre vivencia reciben cada año, junto con la mesada del mes de

⁶⁸⁶ Isaza Cadavid. Op. cit., 461.

⁶⁸⁷ Ibid., pág. 464.

⁶⁸⁸ Ibid., pág. 467.

noviembre, en la primera quincena del mes de diciembre, el valor correspondiente a una mensualidad adicional a su pensión.⁶⁸⁹

5.2. REGIMEN DE AHORRO INDIVIDUAL CON SOLIDARIDAD: Es el conjunto de entidades, normas y procedimientos, mediante los cuales se administran los recursos privados y públicos destinados a pagar las pensiones y prestaciones que deban reconocerse a sus afiliados.⁶⁹⁰

5.2.1. MODALIDADES DE PENSION

5.2.1.1. PENSION DE VEJEZ, INVALIDEZ Y SOBREVIVIENTES

5.2.1.2. RENTA VITALICIA: La renta vitalicia inmediata es la modalidad de pensión mediante la cual el afiliado o beneficiario contrata directa o irrevocablemente con la aseguradora de su elección, el pago de una renta mensual hasta su fallecimiento y pago de pensiones de sobrevivientes a favor de sus beneficiarios por el tiempo a que ellos tengan derecho.

5.2.1.3. RETIRO PROGRAMADO: El retiro programado es la modalidad de pensión en la cual el afiliado o los beneficiarios obtienen su pensión de la sociedad administradora, con cargo a su cuenta individual de ahorro pensional y al abono pensional que hubiere lugar.

⁶⁸⁹ Ibid., pág. 468.

⁶⁹⁰ Ibid., pág. 469.

5.2.1.4. RETIRO PROGRAMADO CON RENTA VITALICIA DIFERIDA: El retiro programado de renta vitalicia diferida es la modalidad de pensión por la cual un afiliado contrata con la aseguradora de su elección, una renta vitalicia con el fin de recibir pagos mensuales a partir de una fecha determinada, reteniendo en su cuenta individual de ahorro pensional, los fondos suficientes para obtener de la administradora un retiro programado, durante el periodo que medie entre la fecha en que ejerce la opción por esta modalidad y la fecha en que la renta vitalicia diferida comience a ser pagada por la aseguradora.⁶⁹¹

6. DERECHO LABORAL COLECTIVO

6.1. DERECHO DE ASOCIACIÓN SINDICAL: El derecho de asociación tiene su raíz en la libre voluntad de las personas que deciden perseguir fines lícitos a través de una organización unitaria en la que convergen, según su tipo, los esfuerzos, recursos y demás elementos provenientes de sus miembros y que sirven de medios para la realización del designio colectivo.⁶⁹²

6.1.1. SINDICATOS: Son asociaciones de libre ingreso y retiro de los trabajadores.⁶⁹³

6.1.1.1. CLASIFICACIÓN DE LOS SINDICATOS DE TRABAJADORES

⁶⁹¹ Ibid., pág. 475.

⁶⁹² Ibid., pág. 236.

⁶⁹³ Ibid., pág. 238.

6.1.1.1.1. DE EMPRESA: Si están formados por individuos de varias profesiones, oficios o especialidades, que prestan sus servicios en una misma empresa, establecimiento o institución.

6.1.1.1.2. DE INDUSTRIA O POR RAMA DE ACTIVIDAD ECONÓMICA: Si están formados por individuos que prestan sus servicios en varias empresas de la misma industria o rama de actividad económica.

6.1.1.1.3. GREMIALES: Si están formados por individuos de una misma profesión, oficio o especialidad.⁶⁹⁴

6.1.1.1.4. DE OFICIOS VARIOS: Si están formados por trabajadores de diversas profesiones, disímiles o inconexas. Estos últimos solo pueden formarse en los lugares donde no haya trabajadores de una misma actividad, profesión u oficio en número mínimo requerido para formar uno gremial, y solo mientras subsista esta circunstancia.⁶⁹⁵

6.1.1.2. ORGANIZACIÓN

6.1.1.2.1. NUMERO MINIMO DE AFILIACIÓN: Todo sindicato de trabajadores necesita para constituirse o subsistir un número no inferior a veinticinco afiliados; y todo sindicato patronal no menos de cinco patronos independientes entre sí.⁶⁹⁶

⁶⁹⁴ Peña. Op. cit., pág. 304.

⁶⁹⁵ Ibid., pág. 304, 305.

⁶⁹⁶ Ibid., pág. 308.

6.1.1.2.2. FUNDACIÓN: De la reunión inicial de constitución de cualquier sindicato los iniciadores deben suscribir un “acta de fundación” donde se expresen los nombres de todos ellos, sus documentos de identificación, la actividad que rezan y que los vincule, el nombre y objeto de la asociación. En la misma o en sucesivas reuniones se discutirán y aprobarán los estatutos de la asociación y se designará el personal directivo, todo lo cual se hará constar en el acta o actas que se suscriban.

6.1.1.2.3. ESTATUTOS: Toda organización sindical tiene el derecho a redactar libremente sus estatutos y reglamentos administrativos.⁶⁹⁷

6.1.1.2.4. PERSONERÍA JURÍDICA: Toda organización sindical de trabajadores por el solo hecho de su fundación, y a partir de la fecha de la asamblea constitutiva, goza de personería jurídica.

6.1.1.5. TRAMITACIÓN

6.1.1.5.1. REGISTRO SINDICAL: Todo sindicato de trabajadores deberá inscribirse en el registro que para tales efectos lleve el ministerio de Trabajo y Seguridad Social.⁶⁹⁸

⁶⁹⁷ Ibid., pág. 309.

⁶⁹⁸ Ibid., pág. 311.

*6.1.2. ASOCIACIÓN DE SINDICATOS: FEDERACIONES Y CONFEDERACIONES: Todos los sindicatos tiene, sin limitación alguna, la facultad de unirse o coaligarse en federaciones locales, regionales, nacionales, profesionales o industriales, y estas en confederaciones.*⁶⁹⁹

6.1.3. FONDOS DE EMPLEADOS: Los fondos de empleados son empresas asociativas, de derecho privado, sin animo de lucro, constituidas por trabajadores dependientes y subordinados.⁷⁰⁰

*6.1.4. FUERO SINDICAL: Se denomina Fuero Sindical a la garantía de que gozan algunos trabajadores de no ser despedidos, ni desmejorados en sus condiciones de trabajo, ni trasladados a otros establecimientos de la misma empresa o a un municipio distinto, sin justa causa, previamente calificada por el juez de trabajo.*⁷⁰¹

6.2. CONFLICTOS, CONVENCIONES Y PACTOS COLECTIVOS DE TRABAJO

6.2.1. PLIEGO DE PETICIONES Y NEGOCIACIÓN COLECTIVA

6.2.1.1. PLIEGO DE PETICIONES: Se entiende por tal la solicitud que hace el sindicato al patrono con fines económicos o profesionales. Es la petición tendiente a fijar nuevas o mejores condiciones de trabajo y de empleo.⁷⁰²

⁶⁹⁹ Isaza Cadavid. Op. cit., pág. 254.

⁷⁰⁰ Ibid., pág. 259.

⁷⁰¹ Ibid., pág. 255.

⁷⁰² Ibid., pág. 321.

6.2.1.2. NEGOCIACIÓN COLECTIVA

6.2.1.2.1. PROCESO

6.2.1.2.1.1. INICIACIÓN DE CONVERSACIONES Y ARREGLO DIRECTO: El patrono o su representante están en la obligación de recibir a los delegados de los trabajadores dentro de las veinticuatro horas siguientes a la prestación oportuna del pliego de peticiones para iniciar conversaciones.⁷⁰³

6.2.1.2.1.2. DURACIÓN DE LAS CONVERSACIONES: Las conversaciones de negociación de los pliegos de petición en esta etapa de arreglo directo duran veinte días calendario, prorrogables de común acuerdo entre las partes, hasta por veinte días calendario adicionales.

6.2.1.2.1.3. PODERES DE LOS NEGOCIADORES: Los negociadores de los pliegos de peticiones deberán estar investidos de plenos poderes, que se presumen, para celebrar y suscribir en nombre de las partes que representan los acuerdos a que lleguen en la etapa de arreglo directo, los cuales no son susceptibles de replanteamientos o modificaciones en etapas posteriores del conflicto colectivo.⁷⁰⁴

6.2.1.2.1.4. ACUERDOS: Si se llegara a un acuerdo total o parcial sobre el pliego de peticiones, se firmará la respectiva convención colectiva o el pacto entre los

⁷⁰³ Ibid., pág. 323.

⁷⁰⁴ Ibid., pág. 324.

trabajadores no sindicalizados y el patrono, y se enviará una copia al Ministerio de Trabajo y Seguridad social por conducto del inspector respectivo.

6.2.1.2.1.5. DESACUERDOS: Si no se llegare a un arreglo directo en todo o en parte, se hará constar así en acta final que suscribirán las partes, en la cual se expresara, el estado en que quedaron las conversaciones sobre el pliego de peticiones y se indicara con toda precisión cuales fueron los acuerdos parciales sobre los puntos del pliego y cuales en los que no se produjo arreglo alguno.

6.2.1.2.1.6. COPIAS: De todos los nombramientos, actas, convenciones y pactos se entregaran copias a las partes y al Inspector de Trabajo, y en defecto de éste al Alcalde Municipal respectivo, para su remisión al Ministerio de Trabajo.

6.2.2. HUELGA: Se entiende por huelga la suspensión colectiva temporal y pacífica del trabajo efectuada por los trabajadores de un establecimiento o empresa con fines económicos y profesionales propuestos a sus patronos y previsto los trámites establecidos.

El derecho de huelga es uno de los medios esenciales a disposición de los trabajadores y sus organizaciones para promover y defender sus intereses económicos y sociales, es decir, no solo los relativos al logro de mejores condiciones de trabajo y la satisfacción de las reivindicaciones colectivas de orden profesional, sino también los relacionados con la búsqueda de soluciones

para los problemas de política económica y social o de índole laboral que atañen directamente a los trabajadores.⁷⁰⁵

6.2.2.1. DECLARACIÓN Y DESARROLLO

6.2.2.1.1. DECISIÓN DE LOS TRABAJADORES: Concluida la etapa de arreglo sin que las partes hayan logrado un acuerdo total sobre el diferendo laboral, los trabajadores pueden optar por la declaración de huelga o por someter sus diferencias a un Tribunal de Arbitramento.⁷⁰⁶

6.2.2.1.2. DESARROLLO DE LA HUELGA: La cesación colectiva del trabajo, cuando los trabajadores opten por la huelga solo podrá efectuarse transcurridos dos días hábiles a su declaración y no más de diez días hábiles después.

6.2.2.1.3. FORMA Y COMITÉS: Cumplidos los procedimientos previos de arreglo directo, si el sindicato o grupo de trabajadores no sindicalizados declaren la huelga, esta debe efectuarse en forma ordenada y pacífica. Los directores del movimiento pueden constituir comités de huelga que sirvan de agentes de información de los trabajadores y de comunicación con los patronos o con sus representantes.⁷⁰⁷

⁷⁰⁵ Ibid., pág. 135.

⁷⁰⁶ Ibid., pág. 338.

⁷⁰⁷ Ibid., pág. 339.

6.2.3. CONVENCIONES COLECTIVAS: Convención colectiva de trabajo es la que se celebra entre uno o varios patronos o asociaciones, por una parte, y uno o varios sindicatos o federaciones sindicales de trabajadores, por la otra, para fijar las condiciones que regirán los contratos de trabajo durante su vigencia.⁷⁰⁸

⁷⁰⁸ Ibid., pág. 355.

DERECHO COMERCIAL

1. DERECHO MERCANTIL: Conjunto de leyes relativas al comercio y a las transacciones realizadas en los negocios.⁷⁰⁹

1.1 COMERCIANTES: Son comerciantes las personas que profesionalmente se ocupan en alguna de las actividades que la ley considera mercantiles. La calidad del comerciante se adquiere aunque la actividad mercantil se ejerza por medio de apoderado, intermediario o interpuesta persona.⁷¹⁰

1.1.1. CLASIFICACIÓN

1.1.1.1. COMERCIANTES INDIVIDUALES Y COLECTIVOS: Esta distinción tiene como base el concepto de persona natural y persona jurídica. El comerciante individual es una persona natural que puede ejercer el comercio en todas o en cualquiera de sus ramas. El comerciante colectivo es la persona jurídica (dos o más personas naturales o jurídicas, o éstas y aquéllas, unidas por una misma razón o denominación social) que solamente ejerce el comercio en la rama que constituye el objeto de su creación social.

1.1.1.2. COMERCIANTES AL POR MENOR Y AL POR MAYOR: Los comerciantes al por menor llegan directamente al consumidor, es decir, venden a éste sus artículos en forma directa, mientras que los comerciantes al por mayor generalmente utilizan los intermediarios para llegar al

⁷⁰⁹ Enciclopedia Microsoft® Encarta® 98 Edición Básica © 1993-1997 Microsoft Corporation.

⁷¹⁰ López, Heriberto. Nuevo Código de Comercio. pág. 23.

consumidor. Los primeros tienen la obligación de llevar los libros: el de ingresos y egresos y el de balances. Los comerciantes al por mayor tienen la obligación de llevar los libros exigidos por la ley, los cuales son: el diario, el mayor, el de balance e inventarios, el de registro de socios o accionistas, el de actas y los demás libros auxiliares que requieren el giro de los negocios.

1.1.1.3. COMERCIANTE PRINCIPALES Y AUXILIARES: Los comerciantes principales ejercen las actividades comerciales por cuenta propia, y los comerciantes auxiliares ejercen por cuenta de otros comerciantes.

1.1.1.4. COMERCIANTE E INDUSTRIALES: Los propiamente denominados comerciantes desarrollan por lo general la actividad de la circulación de bienes, mientras que los industriales se dedican a la producción y a la transformación de materias primas.⁷¹¹

1.2. ACTOS MERCANTILES

1.2.1. CLASIFICACIÓN

1.2.1.1. CONTRATOS MERCANTILES: Son acuerdos o manifestaciones de voluntad que tienen por objeto una o más cosas que se trata de dar, de hacer o de no hacer. La intención de los

⁷¹¹ Arbelaez, Joaquín. Mejía, Jaime. Fundamentos de Derecho Comercial y tributario. pág. 4.

contratantes o el objeto de las obligaciones contraídas les sirven de fundamento para imprimirles una mercantilidad ya relativa, ya absoluta.⁷¹²

1.2.1.2. EMPRESAS MERCANTILES: Actividad económica organizada para la producción, transformación, circulación, administración o custodia de bienes, o para la prestación de servicios.⁷¹³

1.3. REGISTRO MERCANTIL: El registro mercantil tendrá por objeto llevar la matrícula de los comerciantes y de los establecimientos de comercio, así como la inscripción de todos los actos, libros y documentos respecto de los cuales la ley exige esa formalidad.⁷¹⁴

1.3.1. FUNCIONES

1.3.1.1. OPONIBILIDAD: El registro es un medio de publicidad mercantil para ciertos actos o documentos y es una formalidad legal cuya omisión hace que dichos actos o documentos no produzcan efectos frente a terceros; es decir, que no puede oponérseles otros o que si se les oponen no tienen valor.⁷¹⁵

⁷¹² Ibid., pág. 6.

⁷¹³ Ibid., pág. 7.

⁷¹⁴ López. Op. cit., pág. 27.

⁷¹⁵ Arbelaez, Mejia. Op. cit., pág. 8.

1.3.1.2. AUTENTICIDAD: Hay documentos que son auténticos por su naturaleza misma, como la escritura pública o letra de cambio, pero hay otros que no lo son; por tanto éstos podrán ser autenticados ante juez o notario.

1.3.1.3. SANEABILIDAD: La ley mercantil le ha otorgado al registro una función saneadora, ya que convalida las posibles nulidades de forma en que se haya incurrido en la celebración de algún acto supeditado a dicha formalidad.

1.3.1.4. COMPETENCIA DESLEAL: El registro cumple también una especie de función de control preventivo de la competencia desleal que en algunas oportunidades se intenta para aprovechar de un nombre de persona o establecimiento de comercio, cuya reputación en el mercado goza de buena credibilidad o de buena aceptación por la seriedad de los negocios o la calidad de los productos que ofrecen al mercado.⁷¹⁶

1.4. LIBROS DE COMERCIO

1.4.1. LIBROS QUE DEBE LLEVAR EL COMERCIANTE

1.4.1.1. DIARIO: Como su nombre lo indica, en él se hacen diariamente todos los asientos de las transacciones del comerciante. En la actualidad puede llevarse éste libro haciendo en él asientos globales por periodos mensuales, quincenales o semanales, según el volumen de las operaciones, pero conservando los documentos que dan soporte al asiento global.⁷¹⁷

⁷¹⁶ Ibid., pág. 9.

⁷¹⁷ Ibid., pág. 11.

1.4.1.2. MAYOR: Éste libro recoge o resume los asientos del diario mediante cuentas que van al debe y al haber en donde se relacionan las cuentas particulares de cada persona, cosa u objeto, por grupos homogéneos, cuya discriminación se hace en los libros auxiliares.

1.4.1.3. LIBRO DE INVENTARIOS Y BALANCES: Allí se registran los inventarios y los balances que por lo regular debe elaborar el comerciante cada año, sin perjuicio de que lo haga con mayor periodicidad. El inventario consiste en la relación pormenorizada, clasificada y valorada de todos los bienes y de todos los créditos, activos y pasivos que pertenecen al comerciante. Los saldos del inventario, clasificados y valorados debidamente, según las cuentas y subcuentas del libro mayor, son los que han de llevarse al balance, que constituye la síntesis de la situación patrimonial del comerciante al mostrar la liquidez de su empresa o establecimiento y la exigibilidad de sus derechos u obligaciones.

1.4.1.4. AUXILIARES: Son estos libros los que permiten el entendimiento de los libros principales. Según sus necesidades, el comerciante debe determinar cuales habrán de abrirse, ciñéndose en todo caso, para ese buen entendimiento, a lo que aconseje la técnica contable y de acuerdo con la índole de las separaciones o negocios. Estos libros no requieren inscribirse en el registro mercantil.⁷¹⁸

1.4.1.5. CORRESPONDENCIA: La importancia de éste libro estriba en el hecho de que no solamente recoge la historia de las actividades mercantiles, sino que en muchas oportunidades sirve para dar una mayor claridad a los restantes libros y los asientos contables.

1.4.1.6. LIBROS DE ACTAS: Es éste un libro obligatorio para el comerciante colectivo. En él se recogen las decisiones adoptadas por el ente jurídico o colectivo a través de sus asambleas o juntas directivas.

⁷¹⁸ Ibid., pág. 12.

1.4.1.7. LIBRO DE REGISTRO: Es otro libro de comercio obligatorio para el comerciante colectivo. En él se inscriben los socios o accionistas con indicación del número de cuotas o de acciones que cada uno posea, las mutaciones de la propiedad o las transferencias, los embargos y las pignoraciones que de ellas se hagan.⁷¹⁹

1.5. CAMARAS DE COMERCIO. Son instituciones de orden legal con personería jurídica, creadas por el Gobierno Nacional, de oficio o a petición de los comerciantes del territorio donde hayan de operar dichas entidades serán representadas por sus respectivos presidentes.⁷²⁰

Cámara de Comercio, asociación local, nacional o internacional de empresarios, establecida para promover iniciativas comerciales. Las cámaras de comercio intentan atraer nuevas industrias a sus municipios por medio de la publicidad y participan en estudios sobre la vivienda, campañas de seguridad y en la promoción de leyes favorables al comercio.⁷²¹

1.6. SOCIEDADES COMERCIALES: En sentido técnico jurídico, es un ente creado por un acto voluntario colectivo de los interesados, en aras a un interés común y con el propósito de obtener ganancias o un fin lucrativo. Los socios se comprometen a poner un patrimonio en común integrado por dinero, bienes o industria, con la intención de participar en las ganancias. Existen varias clases de sociedades. En primer lugar, hay que distinguir entre sociedades civiles y mercantiles que se distinguen en función de su objeto; dentro de estas últimas se habla de sociedad colectiva, comanditaria, anónima y de responsabilidad limitada.⁷²²

⁷¹⁹ Ibid., pág. 13.

⁷²⁰ López. Op. cit., pág. 39.

⁷²¹ Enciclopedia Microsoft® Encarta® 98. Op., cit., Edición Básica © 1993-1997

⁷²² Ibid., Edición Básica © 1993-1997

1.6.1. CONTRATO DE SOCIEDAD: Por el contrato de sociedad dos o más personas se obligan a hacer un aporte de dinero, en trabajo o en otros bienes apreciables en dinero, con el fin de repartirse entre sí las utilidades obtenidas en la empresa o actividad social.⁷²³

1.6.2. CLASES DE SOCIEDADES

1.6.2.1. SOCIEDADES MERCANTILES Y SOCIEDADES CIVILES: En el artículo 100 del Código expresa que "para todos los efectos legales se tienen como comerciales las sociedades que se formen para la ejecución de actos de comercio y si el objeto social comprende actos mercantiles y actos que no tengan esta calidad, la sociedad se entenderá mercantil".⁷²⁴

1.6.2.2. SOCIEDADES DE PERSONAS Y SOCIEDADES DE CAPITALES: Su nota distintiva se centra en la posición jurídica que asumen los socios en relación con las obligaciones que contrae la sociedad con terceros en desarrollo del objeto social. En efecto, la posición de los socios en las sociedades de personas reviste una mayor responsabilidad frente a terceros con respecto de las obligaciones que contraiga la sociedad, en tanto que la posición de los socios o accionistas en las sociedades de capitales cesa frente a dichos terceros con el cumplimiento de la obligación de hacer el aporte al fondo social.⁷²⁵

⁷²³ López. Op. cit., pág. 45.

⁷²⁴ Arbelaez, Mejia. Op. cit., pág. 30.

⁷²⁵ Ibid., pág. 31.

1.6.3. TIPOS DE SOCIEDAD

1.6.3.1. SOCIEDAD COLECTIVA: Todos los socios de la sociedad en nombre colectivo responderán solidaria e ilimitadamente por las operaciones sociales. Esta responsabilidad solo podrá deducirse contra los socios cuando se demuestre, aun extrajudicialmente que la sociedad ha requerido vanamente para el pago.⁷²⁶

Se ha reputado éste tipo de sociedad como la sociedad de personas por excelencia. En la formación y ejecución del contrato se otorgan una confianza reciproca ilimitada. Predomina en ella el intuitu personae, es decir, la consideración y las cualidades de las personas que la integran. Sus socios responden ilimitada y solidariamente.⁷²⁷

1.6.3.1.1. RAZON SOCIAL: La razón social se formara con el nombre completo o el solo apellido de alguno o algunos de socios seguido de las expresiones “y compañía”; “hermanos”; “e hijos” u otras análogas, si no se incluyen los nombres completos o los apellidos de todos los socios.⁷²⁸

1.6.3.1.2. ADMINISTRACIÓN: La administración de la sociedad colectiva corresponderá a todos y cada uno de los socios, quienes podrán delegarla en sus consorcios o en extraños, caso en el cual los delegantes quedaran inhibidos para la gestión de los negocios sociales.

1.6.3.1.3. REPRESENTACIÓN: La representación de la sociedad llevara implícita la facultad de usar la firma social y de cerebrar todas las operaciones comprendidas dentro del giro ordinario de los negocios sociales.⁷²⁹

⁷²⁶ López. Op. cit., pág. 93.

⁷²⁷ Arbelaez, Mejia. Op. cit., pág. 36.

⁷²⁸ Ibid., pág. 94.

⁷²⁹ Ibid., pág. 96.

1.6.3.2. SOCIEDADES EN COMANDITA: La sociedad en comandita se formara siempre entre uno o más socios, que comprometen solidaria o ilimitadamente su responsabilidad por las operaciones sociales y otro o varios socios que limitan la responsabilidad a sus respectivos aportes. Los primeros se denominan socios gestores y los segundos, socios comanditarios.⁷³⁰

Éste tipo de sociedad tiene dos clases de socios: los colectivos o gestores, que responden solidaria e ilimitadamente por los resultados de los negocios sociales, circunstancia por la cual son los administradores y representantes de la sociedad; y los comanditarios, quienes tienen la obligación de hacer un aporte de capital siendo está su más importante vinculación con la sociedad a la que no puede administrar, ni representar aunque si ejercen la inspección y vigilancia interna de la misma.⁷³¹

1.6.3.2.1. RAZON SOCIAL: La razón social de las comanditarias se formará con el nombre completo o el solo apellido de uno o más socios colectivos y se agrega la expresión “y compañía” o la abreviatura “Cia”, seguida en todo caso de la inacción abreviada “S. En C.” o de las palabras “sociedad Comanditaria por acciones” o su abreviatura “S. C. A”, si es por acciones, so pena de que para todos los efectos legales, se presuma de derecho que la sociedad es colectiva.⁷³²

1.6.3.2.2. ADMINISTRACIÓN: La administración de la sociedad estará a cargo de los socios colectivos, quienes podrán ejercerla directamente o por sus delegados, con sujeción a lo previsto para la sociedad colectiva.

1.6.3.2.3. REPRESENTACIÓN: Los comanditarios no podrán ejercer funciones de representación de la sociedad sino como delegados de los socios colectivos y para negocios determinados.⁷³³

⁷³⁰ Ibid., pág. 99.

⁷³¹ Arbelaez, Mejia. Op. cit., pág. 38.

⁷³² López. Op. cit., pág. 99.

⁷³³ Ibid., pág. 100.

1.6.3.2.4. MODALIDADES DE LA SOCIEDAD EN COMANDITA

1.6.3.2.4.1. SOCIEDAD EN COMANDITA SIMPLE: La escritura constitutiva de la sociedad en comandita simple será otorgada por todos los socios colectivos, con o sin intervención de los comanditarios, pero se expresara siempre el nombre, domicilio y nacionalidad de estos, así como las aportaciones que haga cada uno de los asociados.⁷³⁴

El socio gestor responde ilimitada y solidariamente, el comanditario con su aporte.⁷³⁵

1.6.3.2.4.2. SOCIEDAD EN COMANDITA POR ACCIONES: En el acto constitutivo de la sociedad no será necesario que intervengan los socios comanditarios, pero en la escritura siempre se expresará el nombre, domicilio y nacionalidad de los suscriptores, la comandita por acciones no podrá constituirse ni funcionar con menos de cinco accionistas.⁷³⁶

El socio gestor, responden ilimitada y solidariamente. El accionista comanditario, con el valor de su acción.⁷³⁷

1.6.3.3. SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA: En las compañías de responsabilidad limitada los socios responderán hasta por el monto de sus aportes.⁷³⁸

Para su constitución se requieren dos o más personas, pero en ningún caso los socios podrán exceder de veinticinco ya que está situación constituye causal de disolución que puede evitarse si

⁷³⁴ Ibid., pág. 102.

⁷³⁵ Arbelaez, Mejia. Op. cit., pág. 37.

⁷³⁶ López. Op. cit., pág. 103.

⁷³⁷ Arbelaez, Mejia. Op. cit., pág. 37.

⁷³⁸ López. Op. cit., pág. 105.

dentro de los dos meses siguientes al acaecimiento del hecho se reduce el exceso mediante una reforma estatutaria o mediante la transformación en otro tipo legal de sociedad. Los socios limitan su responsabilidad hasta el monto de sus aportes, sin perjuicio de que en los estatutos pueda estipularse para todos una mayor responsabilidad con indicación de su naturaleza, cuantía, duración y demás modalidades que se requieran.⁷³⁹

1.6.3.3.1. RAZON SOCIAL: La sociedad girara bajo una denominación razón social, en ambos casos seguida de la palabra "limitada" o de su abreviatura Ltda., que de no aparecer en los estatutos, hará responsables a los asociados solidaria e ilimitadamente frente a terceros.⁷⁴⁰

Sociedad de responsabilidad limitada, tipo de sociedad mercantil en la que el capital, que está dividido en participaciones sociales indivisibles y acumulables, se integra por las aportaciones de todos los socios, quienes no responden de modo personal de las deudas sociales. En la denominación debe figurar la indicación 'Sociedad Limitada'. La sociedad no puede acordar ni garantizar la emisión de obligaciones y su constitución se hará mediante escritura pública inscrita en el Registro Mercantil, con lo cual adquiere su personalidad jurídica.⁷⁴¹

1.6.3.4. SOCIEDAD ANÓNIMA: Se formara por la reunión de un fondo social suministrado por accionistas responsables hasta el monto de sus respectivos aportes: será administrado por gestores temporales y revocables y tendrá una

⁷³⁹ Arbelaez, Mejia. Op. cit., pág. 39.

⁷⁴⁰ López. Op. cit., pág. 106.

⁷⁴¹ Enciclopedia Microsoft® Encarta® 98. Op., cit., Edición Básica © 1993-1997

denominación seguida de las palabras "sociedad anónima" o de las letras "S.A.". ⁷⁴²

Sociedad anónima, expresión jurídica por la que se encauza una actividad de índole económica o empresarial y que se define por algunas singularidades en el área de las sociedades mercantiles. Como tal es un instrumento destinado a reunir el capital, que estará dividido en acciones y se integrará por los pagos o tributos de los socios, quienes no responderán de un modo personal de las deudas de la sociedad. En su denominación deberá figurar la indicación 'Sociedad Anónima' o su abreviatura SA. Contará con un capital mínimo y carácter mercantil en todo caso y sea cual sea su objeto. La sociedad se constituirá mediante escritura pública, que deberá ser inscrita en el Registro Mercantil, con lo cual adquirirá su personalidad jurídica. No podrá constituirse sociedad alguna que no tenga su capital suscrito por completo y desembolsado en una cuarta parte, por lo menos, respecto al valor nominal de cada una de sus acciones. Las sociedades anónimas se rigen por una Junta general, que puede ser ordinaria o extraordinaria; por los administradores, que los elige la Junta; y por un Consejo de Administración.⁷⁴³

Tiene como característica muy importante esta sociedad, la que la persona del socio o accionista no cuenta para la exigibilidad de responsabilidades frente a terceros como en las sociedades de personas, ya que con el aporte cesan para

⁷⁴² López. Op. cit., pág. 109.

⁷⁴³ Enciclopedia Microsoft® Encarta® 98. Op., cit., Edición Básica © 1993-1997

ellos dichas responsabilidades. La persona jurídica es la única que responde hasta la concurrencia del fondo social formado con los aportes mas los incrementos que se logren a través de la empresa social. Los accionistas responden con el valor de sus acciones.⁷⁴⁴

1.6.3.5. SOCIEDAD DE ECONOMIA MIXTA: Son de economía mixta las sociedades comerciales que se constituyen con aportes estatales y de capital privado. Las sociedades de economía mixta se sujetan a las reglas del derecho privado y a la jurisdicción ordinaria, salvo disposición legal en contrato.⁷⁴⁵

1.6.3.6. SOCIEDADES EXTRANJERAS: Son extranjeras las sociedades constituidas conforme a la ley de otro país y con domicilio principal en el exterior.⁷⁴⁶

1.6.3.7. SOCIEDAD MERCANTIL DE HECHO: La sociedad comercial será de hecho cuando no se constituya por escritura publica. Su existencia podrá demostrarse por cualquiera de los medios probatorios reconocidos en la ley.⁷⁴⁷

⁷⁴⁴ Arbelaez, Mejia. Op. cit., pág. 41.

⁷⁴⁵ López. Op. cit., pág. 132.

⁷⁴⁶ Ibid., pág. 133.

⁷⁴⁷ Ibid., pág. 139.

1.6.4. ADMINISTRACIÓN DE LAS SOCIEDADES COMERCIALES

1.6.4.1. JUNTA DE SOCIOS O ASAMBLEA GENERAL: Se conoce con estos nombres la reunión de los asociados bajo las condiciones de convocatoria y quórum que exija la ley y las estipulaciones estatutarias. Cuando se habla de junta de socios se hace referencia a las sociedades colectivas, de responsabilidad limitada y en comandita simple; cuando se habla de asamblea general de accionistas se trata de sociedades anónimas y en comandita por acciones. La junta o asamblea es el órgano máximo de dirección del ente colectivo que funciona o actúa mediante deliberaciones y decisiones que puede adoptar durante la existencia de la sociedad en ejercicio de los poderes que le otorga la ley y las cláusulas estatutarias.⁷⁴⁸

1.6.4.2. JUNTA DIRECTIVA: la junta directiva es un órgano de administración interna que se compone de no menos de tres miembros principales con sus suplentes personales o numéricos designados por la junta o asamblea general mediante la aplicación del sistema del cociente electoral. Estos miembros pueden ser reelegidos sucesivamente o removidos en cualquier tiempo.⁷⁴⁹

1.6.4.3. GERENCIA: es un órgano de administración directa de la sociedad que, además, lleva la representación legal de la misma con poder de vincularla con terceros en todas las operaciones que celebre. Como órgano de ejecución cumple con las órdenes o decisiones que imparta o tome la junta o asamblea de socios y la junta directa, y con las atribuciones que se indiquen en los estatutos sociales.⁷⁵⁰

1.6.5. TRANSFORMACIÓN Y FUSION DE SOCIEDADES

⁷⁴⁸ Arbelaez, Mejia. Op. cit., pág. 45.

⁷⁴⁹ Ibid., pág. 46.

⁷⁵⁰ Ibid., pág. 47.

1.6.5.1. TRANSFORMACIÓN DE SOCIEDADES: Una sociedad podrá, antes de su disolución, adoptar cualquiera otra de las formas de la sociedad comercial reguladas en éste Código, mediante una reforma del contrato social. La transformación no producirá solución de continuidad en la existencia de la sociedad como persona jurídica, ni en sus actividades ni en su patrimonio.⁷⁵¹

1.6.5.2. FUSION: Habrá fusión cuando una o más sociedades se disuelvan sin liquidarse, para ser absorbidas por otra o para crear una nueva. La absorbente o la nueva compañía adquirirá los derechos y obligaciones de la sociedad o sociedades disueltas al formalizarse el acuerdo de fusión.⁷⁵²

Fusión o Concentración, la unión de dos o más empresas en una única corporación. En el mundo de los negocios, se llevan a cabo cuando se prefiere suprimir las empresas existentes y crear una nueva entidad jurídica para evitar la quiebra de una compañía, reducir la competencia (aumentando la concentración del mercado) o facilitar la diversificación de la producción.⁷⁵³

1.6.6. CONSORCIOS: son una forma de asociación mediante la cual dos o más personas conservando su independencia y personalidad jurídica, se unen bajo una misma dirección administrativa con el ánimo de alcanzar y ejecutar un objetivo común.⁷⁵⁴

1.6.7. SUBORDINADAS Y SUCURSALES

⁷⁵¹ Ibid., pág. 63.

⁷⁵² Ibid., pág. 64.

⁷⁵³ Enciclopedia Microsoft® Encarta® 98. Op., cit., Edición Básica © 1993-1997

⁷⁵⁴ Arbelaez, Mejia. Op. cit., pág. 59.

1.6.7.1. SUBORDINACIÓN: Una sociedad será subordinada o controlada cuando su poder de decisión se encuentre sometido a la voluntad de otra u otras personas que serán su matriz o controlante, bien sea directamente, en caso en el cual aquella se denominara filial o con el concurso o por intermedio de las subordinadas de la matriz, en cuyo caso se llamara subsidiaria.

1.6.7.2. SUCURSALES: Son los establecimientos de comercio abiertos por una sociedad, dentro o fuera de su domicilio, para el desarrollo de los negocios sociales o de parte de ellos, administrados por mandatarios con facultades para representar a la sociedad.⁷⁵⁵

1.7. BIENES MERCANTILES

1.7.1. ESTABLECIMIENTOS DE COMERCIO: Se entiende por establecimiento de comercio un conjunto de bienes organizados por el empresario para realizar los fines de la empresa. Una misma persona podrá tener varios establecimientos de comercio y, a su vez, un solo establecimiento de comercio podrá pertenecer a varias personas, y destinarse al desarrollo de diversas actividades comerciales.⁷⁵⁶

1.7.2. PROPIEDAD INDUSTRIAL

1.7.2.1. PATENTE: Conjunto de derechos que la ley concede al inventor, entendiéndose por tal al autor o creador de un objeto o producto que tiene

⁷⁵⁵ López. Op. cit., pág. 90.

⁷⁵⁶ Ibid., pág. 143.

como principal característica la de su novedad, en el sentido de que no ha sido conocido ni puesto en práctica o a prueba en el Estado que expide la patente ni en el extranjero. También se entiende como el documento donde se hace constar por parte del Estado el reconocimiento de tales derechos para su titular.⁷⁵⁷

Salvo estipulación de lo contrario, la invención realizada por el trabajador o mandatario contratado para investigar pertenece al patrono o mandante.⁷⁵⁸

1.7.2.2. SIGNOS DISTINTIVOS: Se entiende por nombre comercial al que designa el empresario como tal. Se entiende por enseña el signo que utiliza una empresa para identificar su establecimiento.⁷⁵⁹

1.7.2.3. DISEÑOS INDUSTRIALES: Se considera como diseño industrial, cualquier reunión de líneas o combinaciones de colores o cualquier forma externa bidimensional o tridimensional, que se incorpore a un producto industrial o de artesanía para darle una apariencia especial, sin cambiarle el destino o finalidad de dicho producto y sirva de tipo o patrón para su fabricación.⁷⁶⁰

1.7.2.4. MARCA: Podrán registrarse como marcas los signos que sean perceptibles, suficientemente distintivos y susceptibles de representación gráfica. Se entenderá por marca todo signo perceptible capaz de distinguir en el mercado, los

⁷⁵⁷ Enciclopedia Microsoft® Encarta® 98. Op., cit., Edición Básica © 1993-1997

⁷⁵⁸ López. Op., cit., pág. 148.

⁷⁵⁹ Ibid. pág. 153.

⁷⁶⁰ Ibid. ,pág. 471.

productos o servicios producidos o comercializados por una persona de los productos o servicios idénticos o similares de otra persona.⁷⁶¹

1.7.2.4.1 LEMA COMERCIAL: Se entiende por lema comercial la palabra, frase o leyenda utilizada como complemento de una marca.⁷⁶²

1.7.2.4.2. MARCAS COLECTIVAS: Se entenderá por marca colectiva toda marca que sirve para distinguir el origen o cualquier otra característica común de productos o de servicios de empresas diferentes que utilizan la marca bajo el control del titular.⁷⁶³

1.7.2.5. DENOMINACIONES DE ORIGEN: Se entenderá por denominación de origen, una indicación geográfica constituida por la denominación de un país, de una región o de un lugar determinado, o constituida por una denominación que sin ser la de un país, una región o un lugar determinado se refiere a un área geográfica determinada, utilizada para designar un producto originario de ellos y cuyas cualidades o características se deben exclusiva o esencialmente al medio geográfico en el cual se produce, incluidos los factores naturales y humanos.⁷⁶⁴

1.7.3. TITULOS VALORES: Son documentos necesarios para legitimar el ejercicio del derecho literal y autónomo que en ellos se incorpora. Pueden ser de contenido

⁷⁶¹ Ibid. ,pág. 476.

⁷⁶² Ibid. ,pág. 488.

⁷⁶³ Ibid. ,pág. 489.

⁷⁶⁴ Ibid. ,pág. 490.

crediticio, corporativos o de participación, y de tradición o representativos de mercancías.⁷⁶⁵

1.7.3.1. TIPOS DE TITULOS VALORES

1.7.3.1.1. TITULOS NOMINATIVOS: El título valor será nominativo cuando en él o en la norma que rige su creación se exija la inscripción del tenedor en el registro que llevará el creador del título. Solo será reconocido como tenedor legítimo quien figure, a la vez, en el texto del documento y en el registro de éste.⁷⁶⁶

1.7.3.1.2. TITULOS A LA ORDEN: Los títulos valores expedidos a favor de determinada persona, en los cuales se agregue la cláusula “a la orden” o se exprese que son transferibles por endoso, o se diga que no son negociables, o que se indique su denominación específica del título valor, serán a la orden y se transmitirán por endoso y entrega del título.⁷⁶⁷

1.7.3.1.3. TITULOS AL PORTADOR: Son títulos al portador los que no se expidan a favor de persona determinada, aunque no incluyan la cláusula “al portador”, y los que contengan dicha cláusula. La simple exhibición del título legitimará al portador y su tradición se producirá por la sola entrega.⁷⁶⁸

⁷⁶⁵ Ibid. ,pág. 157.

⁷⁶⁶ Ibid. ,pág. 162.

⁷⁶⁷ Ibid. ,pág. 163.

⁷⁶⁸ Ibid. ,pág. 166.

1.7.3.1.3.1. ENDOSO: Tiene la virtud de sustituir un acreedor cambiario por otro, transmitiendo al nuevo acreedor no solamente el derecho incorporado sino también la legitimidad para exigir ese derecho.

1.7.3.1.3.1.1. CLASES DE ENDOSOS

1.7.3.1.3.1.1.1. ENDOSO EN BLANCO: Es el que requiere la sola firma del endosante, pero el tenedor del título debe llenarlo con su nombre o el de un tercero para ejercer el derecho incorporado.

1.7.3.1.3.1.1.2. ENDOSO NOMINATIVO: Es el que expresa el nombre del endosatario quien para transferir legítimamente el título debe a su vez, endosarlo.⁷⁶⁹

1.7.3.1.3.1.1.3. ENDOSO AL PORTADOR: Produce los mismos efectos del endoso en blanco. En cuando a la transmisión del título con sus derechos principales y accesorios, está puede ser: en propiedad o pleno, en procuración, en garantía y cualificado.

1.7.3.1.3.1.1.4. ENDOSO EN PROPIEDAD: Éste es el que transmite el título con la totalidad de sus derechos principales y accesorios, sin ninguna limitación y en forma autónoma, por lo que al tenedor no se le pueden oponer excepciones relativas al negocio que dio origen al título valor y en las que dicho tenedor no fue parte.

⁷⁶⁹ Arbelaez, Mejia. Op. cit., pág. 88.

1.7.3.1.3.1.1.5. ENDOSO EN PROCURACIÓN: Se trata de un endoso para el cobro que no transfiere la propiedad del título, sino que le confiere al endosatario facultades de mandatario que actúa en representación del endosante y puede presentar el documento para su aceptación, para cobrarlo judicial o extrajudicialmente, para endosarlo en procuración y para protestarlo.

1.7.3.1.3.1.1.6. ENDOSO EN GARANTIA: Éste endoso tampoco transmite la propiedad del título, sino que constituye un derecho prendario sobre él y se otorga con las cláusulas "en garantía" o "en prenda" u otra equivalente.⁷⁷⁰

1.7.3.1.3.1.1.7. ENDOSO CUALIFICADO: El endosante podrá liberarse de su obligación cambiaria, mediante la cláusula "sin mi responsabilidad" u otra equivalente, agregada al endoso.

1.7.3.1.4. TÍTULO DE CRÉDITO: También denominado título valor, es un escrito que recoge un derecho de contenido patrimonial que puede ser ejercitado por el poseedor del documento. El derecho se incorpora al documento, de forma que la cesión de éste implica la transmisión del derecho, facilitándose con ello su circulación. Son títulos valores las acciones de una sociedad anónima, la letra de cambio y los cheques al portador. Pueden ser títulos al portador o anónimos, que son aquellos que permiten que cualquier poseedor del título (que debe exhibirse) pueda exigir el derecho a él incorporado, aunque no sea titular del

⁷⁷⁰ Ibid. ,pág. 89.

mismo; o títulos a la orden, que son los que designan una persona determinada a la cual hay que pagar a la orden de quien lo suscriba.⁷⁷¹

1.7.3.1.5. TÍTULOS CORPORATIVOS O DE PARTICIPACIÓN: También llamados societarios, estos confieren a su titular la calidad de miembro o socio de una corporación o sociedad, con el conjunto de derechos que está calidad imprime.

1.7.3.1.6. TÍTULOS DE TRADICIÓN O REPRESENTATIVOS DE MERCANCÍAS: Estos no representan moneda sino mercancías, para documentar la circulación y el transporte de las mismas. El derecho que incorporan son las mismas mercancías, por lo que también se llaman títulos valores reales y permiten la negociación de las mercancías y su circulación sin que sea necesario el desplazamiento material de ellas, pues la posesión del título equivale a la posición de las mercancías.⁷⁷²

1.7.3.2. CARACTERÍSTICAS CAMBIARIAS

1.7.3.2.1. LITERALIDAD: Tiene por objeto éste principio de darle certeza al derecho contenido en el título valor, que no puede ir mas allá ni más acá de lo que expresa textualmente los documentos.

⁷⁷¹ Enciclopedia Microsoft® Encarta® 98. Op., cit., Edición Básica © 1993-1997

⁷⁷² Arbelaez, Mejia. Op. cit., pág. 86.

1.7.3.2.2. AUTONOMIA: Éste principio está consagrado en el artículo 627 del Código de Comercio, que dice: "todo suscriptor de un título valor se obliga autónomamente. Las circunstancias que invaliden la obligación de alguno o algunos de los signatarios, no afectaran las obligaciones de los demás."⁷⁷³

1.7.3.2.3. NECESIDAD: Consiste éste principio en la absoluta necesidad para quien pretende ejercer el derecho cambiario, de exhibir, presentar y entregar el título valor a la parte obligada.

1.7.3.2.4. LEGITIMACIÓN: Está vinculado éste principio con la calidad pregonada por el poseedor del título valor, que debe ser de tal naturaleza que lo acredite, cierta y seguramente, como al verdadero acreedor, vale decir, como la persona que tiene derecho de exigir el cumplimiento de la obligación.⁷⁷⁴

1.7.3.2. ESPECIES DE TITULOS VALORES

1.7.3.2.1. LETRA DE CAMBIO: Documento mercantil mediante el cual una persona (el librador) concede un crédito a otra (el librado) comprometiéndose

⁷⁷³ Ibid., pág. 83.

⁷⁷⁴ Ibid., pág. 84.

está última a pagar el importe señalado a la fecha de vencimiento acordada; es un instrumento negociable cuya propiedad puede transferirse.⁷⁷⁵

1.7.3.2.1.1. FORMAS DE VENCIMIENTO DE LA LETRA DE CAMBIO

1.7.3.2.1.1.1. A LA VISTA: Está forma de vencimiento implica que una vez presentada al girado por su tenedor legitimado, debe ser pagada. La letra a la vista no se presenta al girado para su aceptación para su aceptación, sino para su pago, pues está sería la mayor evidencia de la aceptación.

1.7.3.2.1.1.2. LETRA DE CAMBIO A DIA CIERTO DETERMINADO: En la letra de cambio con vencimiento a día cierto determinado, se determina en el mismo texto del título el día, el mes y el año en que debe ser pagada.

1.7.3.2.1.1.3. LETRA DE CAMBIO A DIA CIERTO INDETERMINADO: Está modalidad de letra de cambio es poco frecuente. Un día es cierto e indeterminado cuando necesariamente habrá de cumplirse, mediante la ocurrencia de un hecho futuro como la muerte de una persona que sabemos cierta pero no cuándo ocurrirá.⁷⁷⁶

⁷⁷⁵ Enciclopedia Microsoft® Encarta® 98. Op., cit., Edición Básica © 1993-1997

⁷⁷⁶ Arbelaez, Mejia. Op. cit., pág. 95.

1.7.3.2.1.1.4. LETRA DE CAMBIO CON VENCIMIENTOS CIERTOS SUCESIVOS: También llamada por cuotas o por instalamentos, esta forma de letra de cambio se caracteriza por tener días ciertos y determinados para hacer pagos periódicos.

1.7.3.2.1.1.5. LETRA DE CAMBIO A UN DIA CIERTO DESPUÉS DE LA FECHA O DE LA VISTA: El vencimiento a cierto día después de la fecha se calcula desde la fecha de la creación de la letra de cambio, como por ejemplo, "a dos meses después de la fecha, se servirá Ud. Pagar.." De ahí la importancia de la fecha de la creación de la letra de cambio.⁷⁷⁷

1.7.3.2.2. PAGARÉ: Promesa incondicional de quien lo emite (prometiente u otorgante), de pagar una suma determinada de dinero, en un tiempo futuro determinado, a favor de una persona (tomador o beneficiario), o del legítimo tenedor del título.⁷⁷⁸

1.7.3.2.3. CHEQUE: Orden o mandato de pago incorporado a un título de crédito que permite al librador disponer, en favor de una determinada persona o del simple portador del título, de fondos que tenga disponibles en un banco.⁷⁷⁹

⁷⁷⁷ Ibid., pág. 96.

⁷⁷⁸ Ibid., pág. 101, 102.

⁷⁷⁹ Enciclopedia Microsoft® Encarta® 98. Op., cit., Edición Básica © 1993-1997

Orden de pago que sirve a una persona (librador) para retirar, en su provecho o en provecho de un tercero (tomador, tenedor o beneficiario), todos o parte de los fondos disponibles de su cuenta.

1.7.3.2.3.1. CHEQUES ESPECIALES

1.7.3.2.3.1.1. CHEQUE A LA ORDEN: Cheque que lleva el nombre del tomador, precedido por la cláusula a la orden, y que puede ser endosado.⁷⁸⁰

1.7.3.2.3.1.2. PARA ABONO EN CUENTA: Está clase de cheque consiste en insertar en el cuerpo del cheque la expresión “ para abono en cuenta” lo cual significa que el librador ha prohibido que sea pagado en dinero efectivo, de tal manera que el banco girado solo podrá pagar el cheque abonado su valor en la cuenta corriente bancaria que tenga o abra el tenedor.⁷⁸¹

1.7.3.2.3.1.3. CERTIFICADO: también conocido como “cheque visado”. Por virtud de la certificación el banco asume la obligación cambiaria, quedando el girador y todos los endosantes libres de responsabilidad. La certificación consiste en el “visto bueno” u otra expresión similar seguida de la firma del gerente del Banco. La finalidad del certificado es la seguridad absoluta del pago y puede ser solicitada al banco por el librador como por el tenedor legítimo del cheque,

⁷⁸⁰ Ibid., Larouse Multimedia

⁷⁸¹ Arbelaez, Mejia. Op. cit., pág. 109.

y solo es procedente para cheques a la orden excluyendo de esta modalidad los cheques al portador.

1.7.3.2.3.1.4. CON PROVISIÓN GARANTIZADA: Esta clase de cheques no se ha generalizado en Colombia. Consiste en que el banco podrá entregar a sus cuentacorrentistas, formularios de cheques con provisión garantizada en los cuales conste la fecha de la entrega y, en caracteres impresos, la cuantía máxima por la cual cada cheque puede ser girado.

1.7.3.2.3.1.5. DE GERENCIA: Conocido como "cheque turístico", en esta clase de cheques, también el librador y el librado son la misma persona que necesariamente debe ser un banco. Los cheques viajero serán expedidos por el librador a su cargo y serán pagaderos por su establecimiento principal o por las sucursales o los corresponsales que tenga el librador en su país o en exterior.⁷⁸²

1.7.3.2.3.1.6. FISCAL: Se trata del cheque girado a favor de las entidades públicas. Con el fin de prevenir el fraude contra tales entidades, se ha restringido la negociabilidad del cheque fiscal, prohibiéndose que se pague en efectivo o que se abone en cuenta diferente a la de la entidad pública beneficiaria e igualmente, prohibido que se modifiquen al reverso las anotaciones en la cara o anverso del título.

⁷⁸² Ibid., pág. 110.

1.7.3.2.3.1.7. POSDATADO: La posdata consiste en anotar como día de creación del cheque, uno posterior al de su entrega real al tomador o beneficiario y tiene como finalidad práctica para el girador, solventar una temporal escasez de fondos con miras a que, al vencimiento del plazo, exista la provisión en poder del banco librado.⁷⁸³

1.7.3.2.3.1.8. CHEQUE AL PORTADOR: Cheque que no lleva el nombre del tomador y que puede ser cobrado por cualquier persona.

1.7.3.2.3.1.9. CHEQUE CRUZADO O BARRADO: Cheque sobre el que se han trazado dos líneas paralelas transversales, en las que se indica el banco o la sociedad mediante los cuales ha de hacerse efectivo.

1.7.3.2.3.1.10. CHEQUE DE VIAJE, O DE VIAJERO (TRAVELLERS CHEQUE): Cheque para uso de turistas, emitido por un banco y que puede pagar cualquiera de sus agencias.

1.7.3.2.3.1.11. CHEQUE DOCUMENTARIO: Cheque que sólo puede abonarse si va acompañado por un determinado documento, como factura, póliza del seguro, etc.

⁷⁸³ Ibid., pág. 111.

1.7.3.2.3.1.12. CHEQUE EN BLANCO: Cheque firmado sin indicación de la suma.

1.7.3.2.3.1.13. CHEQUE NOMINATIVO: Cheque que lleva el nombre del tomador y que no puede ser endosado.

1.7.3.2.3.1.14. CHEQUE SIN FONDOS: Cheque que no puede abonarse por falta de fondos suficientes.

1.7.3.2.4. BONOS: Instrumento de crédito legal mediante el cual se adquiere el compromiso de pagar una cantidad prefijada en una fecha concreta, cuando se cumplan determinados requisitos.⁷⁸⁴

Los bonos empleados en las finanzas son instrumentos financieros reflejados en un documento escrito y suelen ser emitidos por grandes empresas y por los gobiernos. Éste instrumento se utiliza para emisiones de deuda a corto plazo.⁷⁸⁵ Son títulos valores que incorporan una parte alícuota de un crédito colectivo constituido a cargo de una sociedad o entidad sujetas a la inspección y vigilancia del gobierno.

⁷⁸⁴ Ibid., Larouse Multimedia

⁷⁸⁵ Enciclopedia Microsoft® Encarta® 98. Op., cit., Edición Básica © 1993-1997

1.7.3.2.5. CERTIFICADO DE DEPOSITO: Los almacenes de deposito podrán expedir, como consecuencia del deposito de mercancías, certificados de deposito y bonos de prenda. Los certificados de deposito incorporan los derechos del depositante sobre las mercaderías depositadas y están destinadas a servir como instrumento de enajenación, transfiriendo a su adquirente los mencionados derechos.

1.7.3.2.6. BONO DE PRENDA: Incorpora un crédito prendario sobre las mercaderías amparadas por el certificado de depósito y confiere por sí mismo los derechos y privilegios de la prenda.⁷⁸⁶

1.7.3.2.7. CARTA DE PORTE Y CONOCIMIENTO DE EMBARQUE: La carta de porte y el conocimiento de embarque tendrán el carácter de títulos representativos de las mercancías objeto del transporte.⁷⁸⁷

1.7.3.2.8. FACTURAS CAMBIARIAS: Título valor que el vendedor podrá librar y entregar real y materialmente al comprador.

1.7.3.2.8.1. FACTURA CAMBIARIA DE TRANSPORTE: Es un título valor que el transportador podrá librar y entregar o enviar al remitente o cargador. No podrá

⁷⁸⁶ Ibid. ,pág. 181.

⁷⁸⁷ Ibid. ,pág. 183.

librarse está factura si no corresponde a un contrato de transporte efectivamente ejecutado.⁷⁸⁸

1.7.3.2.8.2. FACTURA CAMBIARIA DE COMPRAVENTA: Es un título valor que el vendedor podrá librar y entregar remitir al comprador. No podrá librarse factura cambiaria que no corresponda a una venta efectiva de mercaderías entregadas real y materialmente al comprador.⁷⁸⁹

1.7.3.2.9. ACCIONES: En economía y en finanzas son participaciones que otorgan el derecho de propiedad sobre una empresa. Representan cada una de las partes en que se puede dividir el capital social de una empresa. Las acciones pueden ser nominales (aparece el nombre del propietario de la acción) o al portador. Su compraventa se negocia, cuando cumplen ciertos requisitos, en los mercados de valores. También se pueden distinguir según sean ordinarias (percibirán dividendos sólo cuando así lo considere conveniente la junta directiva) o preferentes (confieren a sus titulares determinados privilegios).⁷⁹⁰

Las acciones son los títulos típicos de representación o corporativos por excelencia. Como título valor la acción es un documento necesario, literal y

⁷⁸⁸ Arbelaez, Mejia. Op. cit., pág. 122.

⁷⁸⁹ López.. Op. cit., pág. 185.

⁷⁹⁰ Enciclopedia Microsoft® Encarta® 98. Op., cit., Edición Básica © 1993-1997

autónomo que legitima a su tenedor para ejercer el derecho en él incorporado.⁷⁹¹

1.8. CONTRATOS Y OBLIGACIONES MERCANTILES

1.8.1. CONTRATO MERCANTIL: El contrato es un acuerdo de dos o más partes para constituir, regular o extinguir entre ellas una relación jurídica patrimonial, y, salvo estipulación en contrario, se entenderá celebrado en el lugar de residencia del proponente y en el momento en que éste reciba la aceptación de la propuesta.⁷⁹²

1.8.1.1. COMPRAVENTA Y PERMUTA: Es un contrato en que una de las partes se obliga a transmitir la propiedad de una cosa y la otra a pagarla en dinero. El dinero que el comprador da por la cosa vendida se llama precio. Cuando el precio consista parte en dinero y parte en otra cosa, se entenderá por permuta si la cosa vale mas que el dinero, y venta en el caso contrario.⁷⁹³

1.8.1.2. CONTRATO DE SUMINISTRO: El suministro es el contrato por el cual una parte se obliga a cambio de una contraprestación, a cumplir en favor de otra,

⁷⁹¹ Arbelaez, Mejia. Op. cit., pág. 125,126.

⁷⁹² López.. Op. cit., pág. 202.

⁷⁹³ Ibid. ,pág. 211.

en forma independiente, prestaciones periódicas o continuadas de cosas o servicios.⁷⁹⁴

1.8.1.3. CONTRATO DE TRANSPORTE: El transporte es un contrato por medio del cual una de las partes se obliga para con la otra, a cambio de un precio, a conducir de un lugar a otro, por determinado medio y en plazo fijado, personas o cosas y a entregar éstas al destinatario.⁷⁹⁵

1.8.1.3.1. LAS PARTES EN EL TRANSPORTE

1.8.1.3.1.1. REMITENTE, CARGADOR O FLETADOR: La persona que requiere de la movilización de personas o cosas.⁷⁹⁶

1.8.1.3.1.2. TRANSPORTADOR O DESTINATARIO: Persona que presta el servicio.⁷⁹⁷

1.8.1.4. CONTRATO DE SEGURO: El seguro es un contrato consensual, bilateral, oneroso, aleatorio y de ejecución sucesiva. El contrato de seguro se perfecciona desde el momento en que el asegurador suscribe la póliza.⁷⁹⁸

⁷⁹⁴ Ibid. ,pág. 225.

⁷⁹⁵ Ibid. ,pág. 228.

⁷⁹⁶ Arbelaez, Mejia. Op. cit., pág. 167.

⁷⁹⁷ Ibid. ,pág. 167.

1.8.1.4.1. LAS PARTES EN EL SEGURO

1.8.1.4.1.1. ASEGURADOR: Esté debe ser una persona jurídica, organizada como sociedad anónima, debidamente autorizada por la superintendencia Bancaria y sometida a la vigilancia de ésta.⁷⁹⁹

1.8.1.4.1.2. EL TOMADOR: Es la persona natural o jurídica que, obrando por cuenta propia ajena, traslada los riesgos. Cuando el tomador actúa por cuenta propia, por ser además el titular del interés asegurable, asume simultáneamente las calidades de asegurado y beneficiario pero puede suceder que el tomador actúe cuenta ajena y que tanto éste como el asegurado y el beneficiario sean personas diferentes.⁸⁰⁰

1.8.1.5. CONTRATO DE MUTUO: Salvo pacto expreso en contrario, el mutuario deberá pagar al mutuante los intereses legales comerciales de las sumas de dinero o del valor de las cosas recibidas en mutuo.⁸⁰¹

⁷⁹⁸ López.. Op. cit., pág. 246.

⁷⁹⁹ Arbelaez, Mejia. Op. cit., pág. 181.

⁸⁰⁰ Ibid. ,pág. 181, 182.

⁸⁰¹ López.. Op. cit., pág. 275.

1.81.6. CONTRATO DE DEPÓSITO: El depósito mercantil es por naturaleza remunerado. La remuneración del depositario se fijará en el contrato o, en su defecto, conforme a la costumbre y, a falta de ésta, por meritos.⁸⁰²

1.81.7. CONTRATO DE HOSPEDAJE: El contrato de hospedaje será mercantil cuando el alojamiento y servicios accesorios se presten por empresas dedicadas a esa actividad.⁸⁰³

1.8.1.8. CONTRATO DE PRENDA: Podrá gravarse con prenda toda clase de bienes muebles. La prenda podrá constituirse con o sin tenencia de la cosa.⁸⁰⁴

1.8.1.8.1. PRENDA CON TENENCIA: El contrato de prenda con tenencia se perfecciona por el acuerdo de las partes; pero el acreedor no tendrá el privilegio que nace del gravamen, sino a partir de la entrega que de la cosa dada en prenda se haga a él o a un tercer designado por las partes.⁸⁰⁵

1.8.1.8.2. PRENDA SIN TENENCIA DEL ACREEDOR: Salvo las excepciones legales, podrá gravarse con prenda, conservando el deudor la tenencia de la cosa, toda clase de muebles necesarios para una explotación económica y destinados a ella o que sean resultado de la misma explotación.⁸⁰⁶

⁸⁰² Ibid. ,pág. 276.

⁸⁰³ Ibid. ,pág. 281.

⁸⁰⁴ Ibid. ,pág. 282.

⁸⁰⁵ Ibid. ,pág. 283.

⁸⁰⁶ Ibid. ,pág. 284.

1.81.9. CONTRATO DE ANTICRESIS: La anticresis puede recaer sobre toda clase de bienes. El contrato se perfecciona con la entrega de la cosa. El usufructuario puede dar en anticresis su derecho de usufructo.⁸⁰⁷

1.8.1.10. CONTRATO DE FIDUCIA: La fiducia mercantil es un negocio jurídico o en virtud del cual una persona, llamada fiduciante o fideicomitente, transfiere uno o más bienes especificados a otra, llamada fiduciario, quien se obliga a administrarlos o enajenarlos para cumplir una finalidad determinada por el constituyente, en provecho de éste o de un tercero llamado beneficiario o fideicomisario.⁸⁰⁸

1.8.1.11. CONTRATO DE CUENTA CORRIENTE: En virtud del contrato de cuenta corriente, los créditos y débitos derivados de las remesas mutuas de las partes se consideraran como partidas indivisibles de abono o de cargo en la cuenta de cada cuentacorrentista, de modo que solo el saldo que resulte a la clausura de la cuenta constituirá un crédito exigible.⁸⁰⁹

⁸⁰⁷ Ibid. ,pág. 287.

⁸⁰⁸ Ibid. ,pág. 288.

⁸⁰⁹ Ibid. ,pág. 293.

1.8.1.12. CONTRATO DE MANDATO: El mandato comercial es un contrato por el cual una parte se obliga a celebrar o ejecutar uno o más actos de comercio por cuenta de otra.⁸¹⁰

1.8.1.12.1. COMISION: La comisión es una especie de mandato por el cual se encomienda a una persona que se dedica profesionalmente a ello, la enajenación de uno o varios negocios, en nombre propio, pero por cuenta ajena.⁸¹¹

1.8.1.12.2. PREPOSICIÓN: La preposición es una forma de mandato que tiene por objeto la administración de un establecimiento de comercio o de una parte o ramo de la actividad del mismo. En éste caso, al mandatario se le llamará factor.⁸¹²

1.8.1.12.3. AGENCIA COMERCIAL: Por medio de un contrato de agencia un comerciante asume en forma independiente y de manera estable el encargo de promover o explotar negocios en un determinado ramo y dentro de una zona prefijada en el territorio nacional, como representante o agente de un empresario nacional o extranjero o como fabricante o distribuidor de uno o varios productos del mismo.⁸¹³

⁸¹⁰ Ibid. ,pág. 296.

⁸¹¹ Ibid. ,pág. 301.

⁸¹² Ibid. ,pág. 309.

⁸¹³ Arbelaez, Mejia. Op. cit., pág. 196.

1.8.1.13. CONTRATO DE CORRETAJE

1.8.1.13.1. CORREDOR: Se llama corredor a la persona que, por su especial conocimiento de los mercados, se ocupa como agente intermediario en la tarea de poner en relación a dos o más personas, con el fin de que celebren un negocio comercial, sin estar vinculado a las partes por relaciones de colaboración, dependencia, mandato o representación.⁸¹⁴

1.8.1.14. CONTRATO DE EDICIÓN: Por éste contrato el titular del derecho de autor de una obra literaria, artística o científica, se obliga a entregarla a un editor que se compromete a publicarla mediante su impresión gráfica o propagarla y distribuirla por su cuenta y riesgo.⁸¹⁵

1.8.1.15. CONTRATO DE CONSIGNACIÓN: Por el contrato de consignación o estimatorio una persona, denominada consignatario, contrae la obligación de vender mercancías de otra, llamada consignante, previa fijación de un precio que aquél debe entregar a éste.⁸¹⁶

1.8.1.16. CONTRATOS BANCARIOS

⁸¹⁴ López.. Op. cit., pág. 311.

⁸¹⁵ Ibid. ,pág. 314.

⁸¹⁶ Ibid. ,pág. 322.

1.8.1.16.1. CUENTA CORRIENTE BANCARIA: Por el contrato de depósito en cuenta corriente bancaria el cuentacorrentista adquiere la facultad de consignar sumas de dinero y cheques en un establecimiento bancario y de disponer total o parcialmente, de sus saldos mediante el giro de cheques o en otra forma previamente convenida con el banco.⁸¹⁷

1.8.1.16.2. DEPÓSITOS A TERMINO: Se denominan depósitos a termino aquellas en que se haya estipulado, a favor del banco, un preaviso o un termino para exigir restitución. Cuando se haya constituido el depósito a término o con preaviso, pero se halla omitido indicar el plazo de vencimiento o del preaviso, se entenderá que no será exigible antes de treinta días.⁸¹⁸

Los certificados de depósito a término (CDT) son aquellos en los que se ha estipulado, en favor del banco o corporación, un preaviso o un término para exigir su restitución. Cuando se omita el plazo o el preaviso, se entenderá que no será exigible antes de treinta días. El depósito a término es, por naturaleza remunerado.⁸¹⁹

⁸¹⁷ Ibid. ,pág. 323.

⁸¹⁸ Ibid. ,pág. 325.

⁸¹⁹ Arbelaez, Mejia. Op. cit., pág. 128.

1.8.1.16.3. DEPOSITOS DE AHORROS: Los depósitos recibidos en cuenta de ahorros estarán representados en un documento idóneo para reflejar fielmente el movimiento de la cuenta.⁸²⁰

1.8.1.16.4 APERTURA DE CREDITO Y DESCUENTO: Se entiende por apertura de crédito, el acuerdo en virtud del cual un establecimiento bancario se obliga a tener a disposición de una persona sumas dentro, del limite pactado y por un tiempo fijo indeterminado. Si no se expresa la duración del contrato, se tendrá por cerebrado a termino indefinido.⁸²¹

1.8.1.16.5. CARTAS DE CREDITO: Se entiende por crédito documentario el acuerdo mediante el cual, a petición y de conformidad con las instrucciones del cliente, el banco se compromete directamente o por intermedio de un banco corresponsal a pagar a un beneficiario basta una suma determinada de dinero, o a pagar, aceptar o negociar letras de cambio giradas por el beneficiario, contra la presentación de los documentos estimulados y de conformidad con los términos y condiciones establecidos.⁸²²

1.8.1.16.6. CAJILLAS DE SEGURIDAD: Los establecimientos bancarios podrán celebrar el contrato de cajillas de seguridad para la guarda de bienes. Los establecimientos bancarios responderán de la integridad e idoneidad de las

⁸²⁰ López.. Op. cit., pág. 325.

⁸²¹ Ibid. ,pág. 326.

⁸²² Ibid. ,pág. 328.

cajillas y se obligan a mantener el libre acceso a ellas de los usuarios, en los días y horas señalados en el contrato, o en los acostumbrados.⁸²³

⁸²³ Ibid. ,pág. 329, 330.

DERECHO TRIBUTARIO

1. DERECHO TRIBUTARIO: Es aquella parte del Derecho administrativo que expone los principios y las normas relativas a la imposición y a la recaudación de los tributos y analiza las consiguientes relaciones entre los entes públicos y los ciudadanos.⁸²⁴

1.1 FUENTES DEL DERECHO TRIBUTARIO: Aquellas formas a través de las cuales se ponen de manifiesto las normas vigentes que regulan las relaciones tributaras. Se hace referencia a las que la doctrina califica como formales, por oposición a las fuentes materiales que son los principios que informan el sentido de la vida humana en la sociedad.⁸²⁵

1.2. OBLIGACIÓN TRIBUTARIA: La obligación tributaria sustancial se origina al realizarse el presupuesto o los presupuestos previstos en la ley como generadores del impuesto y ella tiene por objeto el pago del tributo.⁸²⁶

⁸²⁴ Rafael Bravo, Juan. Nociones fundamentales de Derecho tributario. pág. 41.

⁸²⁵ Ibid., pág. 121.

⁸²⁶ Fuentes Bernal, Juan José. Gálvez Niño, Martha lucia. Estatuto tributario. pág. 6.

Es una exacción a favor del estado, pagadera por quienes están sometidos a su imperio y destinada por su beneficiario a la satisfacción de necesidades generales de los asociados.⁸²⁷

La obligación tributaria, entendida como una relación jurídica, nacida de la ley y que consiste en una prestación de dar, a favor del Estado y a cargo de un particular, con el fin de atender a las cargas públicas generalmente no se encuentra aislada, sino que se presenta acompañada de un conjunto de deberes, generalmente de hacer o de no hacer, que tienen por objeto asegurar el cumplimiento de la obligación tributaria principal.⁸²⁸

1.2.1. FUNCION DE LA OBLIGACIÓN TRIBUTARIA: Satisfacer las necesidades propias del funcionamiento del Estado y la prestación de servicios públicos.⁸²⁹

1.2.2. CARACTERIZACIÓN DE LAS DIFERENTES OBLIGACIONES

1.2.2.1. OBLIGACIÓN MATERIAL O DEUDA TRIBUTARIA: Consiste en una obligación de dar generalmente dinero, a favor del Fisco, para beneficio de la comunidad. Que tiene el carácter de principal y que subordina al resto de las obligaciones que componen la relación jurídico – tributaria.

⁸²⁷ Arbelaez, Joaquín. Mejía, Jaime. Fundamentos de Derecho Comercial y tributario. pág. 208.

⁸²⁸ Bravo. Op. cit., pág. 188.

⁸²⁹ Arbelaez, Mejía Op. cit., pág. 208.

1.2.2.2. DEBERES TRIBUTARIOS: Consisten en obligaciones de hacer o no hacer, en beneficio del Fisco, con el objeto de establecer si existe o no la deuda tributaria y para asegurar su cumplimiento, en caso positivo. Pueden existir sin que necesariamente exista la obligación principal, por lo cual se puede decir que tienen una existencia jurídica autónoma, aunque naturalmente la razón de su establecimiento en la ley no es otra que la de determinar si la obligación tributaria existe o no y la de buscar su cumplimiento en caso de que se configure.⁸³⁰

1.2.3. ELEMENTOS DE LA OBLIGACIÓN O DEUDA TRIBUTARIA

1.2.3.1. LA FUENTE: Que es la ley, esto es una norma general, emanada normalmente del Congreso, en representación de todos los ciudadanos.

1.2.3.2. SUJETO ACTIVO: Es el acreedor de la deuda y el que tiene el encargo constitucional de percibir los recursos tributarios para atender a las necesidades de la comunidad.⁸³¹

1.2.3.2.1. ENTIDADES QUE PUEDEN SER SUJETOS ACTIVOS

1.2.3.2.1.1. LA NACIÓN: La función de ser sujeto activo de la obligación tributaria se ejerce por la nación a través de la dependencia del Ministerio de Hacienda y Crédito Público, llamada Unidad Administrativa Especial- Dirección de impuestos y Aduanas Nacionales – DIAN-. Esta dependencia tiene la facultad de vigilar el

⁸³⁰ Bravo. Op. cit., pág. 191.

⁸³¹ Ibid., pág. 192.

cumplimiento de los deberes tributarios de los particulares; establecer mediante actos administrativos individuales, la cuantía de los tributos y las personas obligadas a su pago; resolver los recursos administrativos que se presenten por los particulares contra las liquidaciones de los tributos; cobrar persuasiva o coactivamente los tributos, y representar a la nación como parte demandada ante los Tribunales Administrativos y el Concejo de estado en las controversias jurisdiccionales de carácter tributario nacional.⁸³²

1.2.3.2.1.2. ENTIDADES TERRITORIALES: Son entidades territoriales los departamentos, los municipios, los distritos y los territorios indígenas. También pueden recibir esta categoría las regiones y las provincias, conforme a la ley orgánica de ordenamiento territorial.⁸³³

La estructura tributaria de las entidades territoriales que queda descrita , tiene el efecto de que los tributos existentes en cada una de tales entidades son análogos a los existentes en las demás que pertenezcan al mismo nivel, con las únicas diferencias de tarifas y exenciones establecidas por cada una de ellas.⁸³⁴

1.2.3.2.1.3. ENTIDADES DESCENTRALIZADAS: Las entidades descentralizadas están constituidas por los establecimientos públicos, las empresas industriales y comerciales del Estado y las sociedades de economía mixta. Las primeras son entidades con personería jurídica, cuyo patrimonio pertenece totalmente al

⁸³² Ibid., pág. 214.

⁸³³ Ibid., pág. 215.

⁸³⁴ Ibid., pág. 216,217.

Estado y cuyo objeto consiste en realizar actividades propias de una entidad pública, las empresas industriales y comerciales del Estado se diferencian de los establecimientos públicos, en que aquéllas tienen por objeto realizar actividades propias de los particulares. Las sociedades de economía mixta realizan también actividades propias de los particulares, con la diferencia de que están constituidas bajo la forma de una sociedad, con aportes públicos y privados.⁸³⁵

1.2.3.2.1.4. ENTIDADES PRIVADAS COMO SUJETOS ACTIVOS: En algunas oportunidades, la ley establece fondos patrimoniales, que deben formarse con tributos a cargo de contribuyentes dedicados a una determinada actividad económica o pertenecientes a un determinado gremio, con el objeto de que los respectivos recursos se destinen a un precisa finalidad que beneficia el interés común de los aportes. Como tales fondos carecen de personería jurídica, se requiere para su debido funcionamiento la existencia de un ente administrador. En ocasiones esa función debe ser ejercida por una entidad privada, siempre que así sea ordenado por medio de la ley, en razón de una conveniencia pública.⁸³⁶

1.2.3.3. SUJETO PASIVO: Es el deudor de la obligación y que ha sido señalado por la ley como titular de una capacidad económica, que lo hace racionalmente idóneo para soportar una carga económica, que afecta su patrimonio en beneficio de toda la comunidad, incluso él mismo, como parte de ella.⁸³⁷

⁸³⁵ Ibid., pág. 218.

⁸³⁶ Ibid., pág. 219.

⁸³⁷ Ibid., pág. 192.

1.2.3.3.1. CLASIFICACIÓN DE LOS SUJETOS PASIVOS

1.2.3.3.1.1. CONTRIBUYENTES: Son contribuyentes o responsables directos del pago del tributo los sujetos respecto de quienes se realiza el hecho generador de la obligación sustancial.⁸³⁸

El contribuyente es el realizador de hecho gravado, el sujeto titular del mismo.⁸³⁹

Son contribuyentes o responsables directos del pago del tributo los sujetos respecto de quienes se realiza el hecho generador de la obligación.

1.2.3.3.1.2. RESPONSABLES: Son responsables para efectos del impuesto de timbre , las personas que, sin tener el carácter de contribuyentes, deben cumplir obligaciones de estos por disposición expresa de la ley.⁸⁴⁰

Son responsables las personas que, sin tener el carácter de contribuyentes, deben cumplir obligaciones de éstos por disposición expresa de la ley.⁸⁴¹

El responsable es la persona que, sin ser el titular de la capacidad económica que la ley quiere gravar, es sin embargo designada por ella para cumplir como sujeto

⁸³⁸ Ibid., pág. 221.

⁸³⁹ Ibid., pág. 223.

⁸⁴⁰ Fuentes , Gálvez. Op., cit., pág. 6.

⁸⁴¹ Bravo. Op. cit., pág. 222.

pasivo la obligación tributaria, en sustitución completa del titular del hecho económico que, según el criterio del legislador, debe ser gravado.⁸⁴²

1.2.3.4. HECHO GRAVADO: Es un hecho jurídico, vinculado a la manifestación de capacidad económica, seleccionado por la ley como causa inmediata de la deuda tributaria y cuyo acontecimiento da origen a la existencia del tributo.⁸⁴³

El hecho gravado se puede definir como el tipo de conducta social, revelador de una capacidad económica y previsto en la ley, cuya realización produce el nacimiento de la obligación tributaria.⁸⁴⁴

1.2.3.5. BASE GRAVABLE: Es una expresión del hecho gravable en cantidades mesurables, generalmente en la forma de la unidad monetaria nacional, con el objeto de poder establecer el valor de la obligación tributaria en cada caso.⁸⁴⁵

La base gravable es el aspecto cuantitativo del hecho gravado. La cantidad está unida muy estrechamente al hecho gravado, de manera que se puede decir que en la realidad de los acontecimientos el hecho y su cuantía aparecen siempre unidos y solo es posible separarlos por una operación mental de abstracción.⁸⁴⁶

⁸⁴² Ibid., pág. 225.

⁸⁴³ Ibid., pág. 192.

⁸⁴⁴ Ibid., pág. 239.

⁸⁴⁵ Ibid., pág. 192.

⁸⁴⁶ Ibid., pág. 198.

1.2.3.6. TARIFA: Es un factor matemático constante, que aplicado a la base gravable arroja la cuantía de la obligación tributaria.⁸⁴⁷

1.3. DECLARACIONES TRIBUTARIAS

1.3.1. OBJETIVO: El objetivo de las declaraciones tributarias se centra en dos puntos primordiales: uno tiende a la verificación del cumplimiento de estas obligaciones por parte de los asociados; el otro, en la obtención del recaudo de los impuestos con los cuales el Estado adquiere los recursos para su funcionamiento y para la prestación de los servicios a que esta obligado.

1.3.2. CLASIFICACION DE LAS DECLARACIONES TRIBUTARIAS

1.3.2.1. DECLARACIÓN DE RENTA Y COMPLEMENTARIOS: La declaración de renta es la relación detallada de los ingresos realizados durante el año gravable en dinero o en especie, de los costos y gastos realizados durante el mismo periodo, de los pagos necesarios o no para la obtención de los ingresos, de los bienes poseídos el último día del año gravable, de las deudas pendientes de pago al final del año.⁸⁴⁸

1.3.2.2. DECLARACIÓN DE VENTAS: Todos los responsables del impuesto de ventas, incluidos los exportadores, deberán inscribirse en el registro nacional de vendedores,

⁸⁴⁷ Ibid., pág. 192.

⁸⁴⁸ Arbelaez, Mejía Op. cit., pág. 220.

dentro de los dos meses siguientes a la fecha de iniciación de sus operaciones. Al hacer la declaración tributaria del impuesto de ventas debe tenerse una noción muy clara sobre la base para la determinación del tributo, las disminuciones del mismo por deducciones de operaciones anuladas, rescindidas o resueltas, los impuestos descontables, sus ajustes y las operaciones exentas.⁸⁴⁹

1.3.2.3. DECLARACIÓN DE RETENCIÓN EN LA FUENTE: Están obligados a efectuar la retención de este tributo los agentes de retención que por razón de sus actividades intervengan en operaciones o actos en los cuales por expresa disposición legal, deban llevar a cabo dicha retención.⁸⁵⁰

1.2.3.4. DECLARACIÓN DEL IMPUESTO DE TIMBRE: A raíz de su vigencia son contribuyentes las personas naturales o jurídicas, sus asimiladas y las entidades públicas no exceptuadas expresamente, que intervengan como otorgantes, giradores, aceptantes o suscriptores en los documentos. Del mismo modo lo son aquellos a cuyo favor se expida, otorgue o extienda el documento y son responsables por el impuesto y las sanciones todos los agentes de retención, incluidos aquellos que aun sin tener el carácter de contribuyentes, deben cumplir las obligaciones de éstos por expresa disposición de la ley.⁸⁵¹

⁸⁴⁹ Ibid., pág. 214.

⁸⁵⁰ Ibid., pág. 215.

⁸⁵¹ Ibid., pág. 216.

1.4. IMPUESTOS

1.4.1. TRIBUTO: Son prestaciones debidas, por mandato de la ley, a un ente público. Encuentran su fundamento jurídico en el poder del imperio del Estado. Son ingresos de Derecho publico. Se imponen con el fin de proporcionar medios con que cubrir necesidades públicas.⁸⁵²

1.4.1.1. ESPECIES

1.4.1.1.1. IMPUESTO: Prestación pecuniaria que debe erogar el contribuyente sin ninguna contraprestación y que se cubre por el solo hecho de pertenecer a una comunidad. El impuesto tiene como justificación la necesidad de cubrir el valor del funcionamiento de la actividad estatal, que beneficia a la comunidad en general y no específicamente al contribuyente.

1.4.1.1. 2. LA CONTRIBUCIÓN: La que se satisface con motivo o para la ejecución o mantenimiento de instituciones de interés comercial, por quienes con ellos han de resultar beneficiados. La contribución tiene como justificación exigir el tributo a quien se beneficia de una determinada actividad estatal.

1.4.1.1.3. TASA: Son las exacciones, para la realización de ciertas actuaciones, la administración somete a las personas que en casos determinados promueven su

⁸⁵² Bravo. Op. cit., pág. 45.

actividad. La tasa tiene su justificación en demandar su costo a quien utiliza un determinado servicio público del Estado.⁸⁵³

1.4.2. PRINCIPALES IMPUESTOS

1.4.2.1. IMPUESTO SOBRE LA RENTA: Es un gravamen al enriquecimiento de las personas durante un periodo determinado, generalmente de una año. Los sujetos pasivos de este impuesto son las personas naturales y jurídicas, con algunas excepciones. Las bases para liquidar y pagar este impuesto las fija la Dirección de Impuestos Nacionales cada año mediante formularios que debe llenar el contribuyente y tablas de valores para liquidar la cantidad a pagar.⁸⁵⁴

1.4.2.2. IMPUESTO SOBRE LAS VENTAS (IVA): Fue establecido por primera vez en Colombia a partir del 1 ° de abril de 1984 y es de los impuestos que más incidencia económica tienen en la actualidad. Se causa sobre el mayor valor agregado a los productos y servicios y consiste en la aplicación de un porcentaje sobre el precio de venta de tales productos o servicios. Están obligados al recaudo de este impuesto el productor, el intermediario que transforma o agrega algo a un producto y los importadores y exportadores.⁸⁵⁵

⁸⁵³ Ibid., pág. 46.

⁸⁵⁴ Arbelaez , Mejia Op. cit., pág. 205.

⁸⁵⁵ Ibid., pág. 206.

1.4.2.2.1. VALOR AGREGADO: Es el resultante de aplicar un porcentaje al precio de venta de un producto o servicio.⁸⁵⁶

1.4.2.3. IMPUESTO DE TIMBRE: Este es un impuesto a las transacciones y grava la circulación de las riquezas, o sea, las mutaciones de propiedad entre unas personas y otras. Son contribuyentes de este impuesto las personas naturales y jurídicas, sus asimiladas, y las entidades públicas no exceptuadas expresamente, que intervengan como otorgantes, giradores, aceptantes, emisores o suscriptores en los documentos y aquel a cuyo favor se expida, otorgue o extienda el documento.⁸⁵⁷

El impuesto de timbre nacional se causa principalmente sobre los documentos públicos y documentos privados, incluidos los títulos valores, otorgados en el país, o que habiéndose otorgado fuera, surtan efectos dentro del territorio o generen obligaciones en el mismo, siempre y cuando en ellos se haga constar la constitución, existencia, modificación o extinción de obligaciones, o su prórroga o cesión.

1.4.2.4. REGISTRO Y ANOTACIÓN DE LA PROPIEDAD INMOBILIARIA: Este es otro gravamen a las transacciones, pero a diferencia del anterior sólo se refiere a la propiedad inmobiliaria. Es un impuesto del orden departamental. La justificación

⁸⁵⁶ Ibid., pág. 208.

⁸⁵⁷ Ibid., pág. 205.

de este impuesto radica en la compensación al Estado por los gastos que éste hace por el registro de instrumentos y públicos.⁸⁵⁸

1.4.2.5. IMPUESTO PREDIAL: Es una de las fuentes de financiación de los municipios y del Distrito de Bogotá y que tiene por objeto el pago de las obras y servicios públicos. Cada municipio, a través del concejo elabora las tarifas de este impuesto, establece los plazos para el pago, los incentivos fiscales y las sanciones correspondientes por mora.⁸⁵⁹

1.4.2.6. IMPUESTO DE INDUSTRIA Y COMERCIO Y COMPLEMENTARIO DE AVISOS: Otra obligación impositiva del empresario es hacer la declaración de industria y comercio y pagar el impuesto correspondiente según las tarifas establecidas en cada municipio. Esta obligación corresponde a toda persona natural, jurídica o sociedad de hecho que realice actividades industriales, comerciales o de servicios. La base para la liquidación del impuesto es el monto de las ventas brutas del año respectivo al cual se le aplica la tarifa que establezca cada municipio.⁸⁶⁰

1.4.2.6.1. HECHOS GENERADORES DEL IMPUESTO DE INDUSTRIA Y COMERCIO: El hecho gravado es la actividad de enajenación de los bienes producidos por el mismo contribuyente (industrial) o adquiridos de terceros (comercial).⁸⁶¹

⁸⁵⁸ Ibid., pág. 206.

⁸⁵⁹ Ibid., pág. 207.

⁸⁶⁰ Ibid., pág. 206,207.

⁸⁶¹ Ibid., pág. 218.

GESTIÓN DEL MEDIO AMBIENTE

1. CONCEPTO DE SISTEMA: Definimos un sistema, como un conjunto de elementos interrelacionados entre sí, que existen dentro de un entorno.⁸⁶²

1.1 TIPOS DE SISTEMAS

1.1.1. SISTEMA ABSTRACTO: Es una disposición ordenada de ideas independientes.

1.1.2. SISTEMA CONCRETO O FISICO: Es un conjunto de elementos que actúan unidos para lograr un objetivo.

1.1.3. SISTEMA MIXTO: La empresa la podemos considerar como un sistema mixto, ya que esta formada, por una parte de elementos físicos (edificaciones, maquinaria, oficinas, empleados..), y por otra parte de elementos abstractos o inmateriales (políticas, estrategias, relaciones internas y externas..).

1.1.4. SISTEMAS ABIERTOS: Cuando existen relaciones entre los elementos del sistema y los elementos de su entorno.

⁸⁶² Fernández, Vitora. Conesa, Vicente. Instrumentos de la Gestión Ambiental en la Empresa. pág. 23.

1.1.5. SISTEMAS CERRADOS: Tienden a desaparecer a medida que van disminuyendo sus relaciones con el entorno.⁸⁶³

1.2. FLUJOS: Los sistemas abiertos mantienen relaciones con el entorno, recibiendo diferentes entradas o inputs y dando lugar a diferentes salidas o outputs.⁸⁶⁴

1.3. EL CONCEPTO DE ECOSISTEMA: Ciencia que estudia las relaciones entre los seres vivos y su medio, y las interacciones de estos seres vivos entre ellos.⁸⁶⁵

1.4. CONCEPTO DE MEDIO AMBIENTE: Es el entorno vital, o sea el conjunto de factores abióticos (físico-naturales, estéticos, culturales, sociales y económicos) y de factores bióticos o tróficos (parasitismo, predación, competencia, etc.), que interactúan entre sí, con el individuo o con la comunidad en que vive, determinando su forma, carácter, comportamiento y supervivencia.⁸⁶⁶

2. LA EMPRESA COMO SISTEMA

2.1. CONCEPTO DE EMPRESA: Sistema técnico – social abierto, cuya función básica es la de crear bienes y/o prestar servicios que contribuyan a elevar el nivel de vida de la humanidad, compatibilizando este hecho con un marcado respeto al medio ambiente, que posibilite la idea del desarrollo sostenible.⁸⁶⁷

⁸⁶³ Ibid., pág. 24.

⁸⁶⁴ Ibid., pág. 25.

⁸⁶⁵ Seoáñez Calvo, Mariano. Auditorías Medioambientales y Gestión Medioambiental de la Empresa. pág. 30.

⁸⁶⁶ Ibid., pág. 32.

⁸⁶⁷ Ibid., pág. 26.

Organización que es capaz de controlar en todos sus aspectos las actividades que son desarrolladas en un centro de producción.⁸⁶⁸

2.2. ADMINISTRACIÓN Y GESTION: Se entiende por administrar el prever, organizar, regir, aplicar, coordinar y controlar un sistema a través de todo el capital humano a él adscrito, mientras que la Gestión se refiere al hecho de efectuar determinadas actividades conducentes al logro de los objetivos funcionales.

2.2.1. ADMINISTRAR EL MEDIO AMBIENTE: Es sinónimo de prever posibles impactos, organizar y aplicar métodos y tareas conducentes a minimizar estos impactos, coordinar y controlar las actividades del hombre, en aras a la anulación de impactos ambientales o en su caso, a la corrección de los mismos.

2.2.2. GESTIÓN DEL MEDIO AMBIENTE: Comprende, en cambio, la estructura organizativa, las responsabilidades, las practicas, los procedimientos, los procesos y los recursos para determinar y llevar a cabo la política medioambiental de la empresa. La gestión ambiental, es pues, la parte de la gestión empresarial que se ocupa de los temas relacionados con el medio ambiente, contribuyendo a su conservación.⁸⁶⁹

Es el conjunto de disposiciones y actuaciones necesarias para lograr el mantenimiento de un capital ambiental suficiente para que la calidad de vida de las personas y el patrimonio natural sean lo mas elevados posible, todo ello dentro de un completo sistema de relaciones económicas y sociales que condiciona este objetivo.⁸⁷⁰

⁸⁶⁸ Ibid., pág. 65.

⁸⁶⁹ Ibid., pág. 28.

⁸⁷⁰ Ortega Domínguez, Ramón. Muñoz Rodríguez, Ignacio. Manual de Gestión del Medio Ambiente. pág. XVI

3. RELACION EMPRESA Y MEDIO AMBIENTE

3.1. EL IMPACTO AMBIENTAL: Las actividades empresariales, y en general cualquier actividad humana, actúan sobre el medio ambiente modificando el equilibrio de los ecosistemas. Las actividades ejercidas por el hombre, sea cual sea su naturaleza, ejercen un conjunto de alteraciones medioambientales que denominamos impacto ambiental.⁸⁷¹

Alteración del medio ambiente provocada por una actividad determinada expresada por la diferencia entre la evolución del medio con y sin proyecto. Puede ser positivo o negativo.⁸⁷²

3.1.1. CONTAMINACIÓN: La contaminación es considerada como un impacto ambiental negativo. Alteración desfavorable de nuestros medios, enteramente o en gran parte debida a acciones humanas, mediante efectos directos o indirectos de cambios en las vías de circulación, niveles de radiación, constitución física y química y abundancia de los organismos.⁸⁷³

3.1.1.1. EFECTOS NEGATIVOS QUE PROVOCA LA CONTAMINACIÓN

3.1.1.1.1 EFECTOS SOBRE LA SALUD: La incidencia, desde el punto de vista sanitario, de la contaminación, es históricamente hablando, una de las primeras cuestiones ambientales que se ha planteado el hombre.⁸⁷⁴

⁸⁷¹ Ibid., pág. 45.

⁸⁷² Ibid., pág. 115.

⁸⁷³ Ibid., pág. 156.

⁸⁷⁴ Ibid., pág. 157.

3.1.1.1.2. EFECTOS SOBRE LOS RECURSOS NATURALES: La entrada de formas de energías y materiales cualitativa o cuantitativamente no habituales en los ecosistemas puede repercutir sobre los seres vivos alterando las relaciones ínter específicas, modificando las abundancias relativas de las especies o simplemente provocando la desaparición y sustitución de las originales.⁸⁷⁵

3.1.1.1.3. EFECTOS SOBRE EL PATRIMONIO HISTORICO – ARTÍSTICO: En el caso de los monumentos de interés histórico- artístico que son atacados por las atmósferas contaminadas de las ciudades, al problema económico que originan las elevadas inversiones en restauración necesarias, hay que sumarle el incalculable valor que poseen por su condición de obras de arte o por su representatividad histórica.

3.1.1.1.4. EFECTOS SOBRE EL CLIMA: Este es un tema relacionado fundamentalmente con la contaminación atmosférica.⁸⁷⁶

3.1.1.1.5. EFECTOS ESTÉTICOS: Los residuos afectan el entorno. Reducen la visibilidad en las zonas de atmósfera contaminada por los fenómenos de absorción y dispersión de la luz solar, originan patina de color oscuro en los edificios de los cascos urbanos y los centros industriales relacionadas también con la contaminación atmosférica, provocan cambios en las condiciones de turbidez y color de las aguas, que a veces ofrecen un aspecto pútrido y, por último, reducen la calidad y el grado de acogida del paisaje al ser depositadas basuras en los bordes de las carreteras y los caminos, en las calles de nuestros pueblos y ciudades y en cualquier lugar urbano, rural o de escenario natural que sufra el uso público.⁸⁷⁷

⁸⁷⁵ Ibid., pág. 158.

⁸⁷⁶ Ibid., pág. 159.

⁸⁷⁷ Ibid., pág. 160.

3.1.1.1.6. EFECTOS ECONÓMICOS: Si se desglosasen los costes sanitarios, alimenticios, patrimoniales, turísticos, de riesgo e incertidumbre sobre nuestro futuro y los de cuantos otros sectores puedan verse afectados, la contaminación no sería objeto de estudio como fenómeno aislado, sino que estaría plenamente asumida en el sistema global y , por lo tanto, mejor controlada desde el punto de vista humano.⁸⁷⁸

3.1.1.2. AGENTES CAUSANTES DE LA CONTAMINACIÓN

3.1.1.2.1. RESIDUOS: Cualquier material desechado por carecer de un valor inmediato o el sobrante de un proceso, operación o actividad. Constituyen el principal factor de contaminación cuando son liberados de forma incontrolada al medio ambiente.⁸⁷⁹

3.1.1.2.1.1. CONTROL DE LOS RESIDUOS SÓLIDOS URBANOS

3.1.1.2.1.1.1. VERTEDEROS: Se trata de depositar la basura en lugares acondicionados para tal fin de tal forma que bien por vía anaerobia, bien por vía predominante aerobia se consiga la mineralización de los residuos.⁸⁸⁰

3.1.1.2.1.1.2. INCINERACIÓN: Consiste en tratar térmicamente los residuos en hornos auto incineradores, con o sin recuperación de calor.⁸⁸¹

⁸⁷⁸ Ibid., pág. 161.

⁸⁷⁹ Ibid., pág. 162.

⁸⁸⁰ Ibid., pág. 121.

⁸⁸¹ Ibid., pág. 212.

3.1.1.2.1.1.3. RECICLADO: Se trata de un proceso de recuperación parcial de los componentes de los residuos, de tal forma que puedan ser reutilizados directamente o sirviendo de materia prima en los proceso de fabricación.

3.1.1.2.1.1.4. COMPOSTAJE: Se trata de un sistema de tratamiento biológico de los residuos sólidos urbanos que se basa en el alto contenido de materia orgánica y sustancias biodegradables de las basuras.⁸⁸²

3.1.1.2.2. LAS ENERGÍAS

3.1.1.2.2.1. ENERGIA RADIANTE: Se trata de una radiación electromagnética liberada por unas sustancias que se denominan radionucleídos y que se conoce comúnmente como radiactividad.⁸⁸³

3.1.1.2.2.2. ENERGIA ACÚSTICA: Su manifestación es lo que comúnmente denominamos ruido y constituye un gravísimo problema de bienestar y sosiego público.

3.1.1.2.2.3. ENERGIA TERMICA: La liberación de calor al medio provoca un incremento de la temperatura media en el entorno de las grandes ciudades y de las áreas industriales conocido como efecto de “Isla de Calor”, en el que se combinan incrementos de temperatura debidos a la liberación de energía térmica y el efecto de contaminantes atmosféricos que obstaculizan la radiación de ese exceso de calor.⁸⁸⁴

⁸⁸² Ibid., pág. 213.

⁸⁸³ Ibid., pág. 183.

⁸⁸⁴ Ibid., pág. 184.

3.1.1.2.2.4. ENERGIA ELECTRICA: Parece ser que las líneas eléctricas de transporte de alta tensión inducen la formación de campos electromagnéticos en los alrededores de la línea que pueden afectar, de forma aun no muy estudiada, a los seres vivos y al hombre.

3.1.1.2.2.5. ENERGIA LUMINOSA: El incremento de la iluminación en las ciudades ha dado lugar a un fenómeno que afecta a la estética y, fundamentalmente, a las posibilidades de observación nocturna del cielo, según han denunciado numerosos astrónomos profesionales y aficionados.

3.1.1.2.3. LOS MICROORGANISMOS: Existen algunos que por su carácter patogénico deben ser especialmente controlados y tenidos en consideración.⁸⁸⁵

3.1.1.3. TIPOS DE CONTAMINACIÓN AMBIENTAL

3.1.1.3.1. CONTAMINACIÓN DEL SUELO: La contaminación del suelo se produce como consecuencia de tres contaminantes: Utilización de fertilizantes y productos fitosanitarios, la deposición por vía seca o húmeda de los contaminantes atmosféricos, la sedimentación de contaminantes hídricos procedentes de las presas de residuos, de las inundaciones y de los embalses.⁸⁸⁶

3.1.1.3.2. CONTAMINACIÓN DEL AGUA: El agua en la naturaleza, por ser el disolvente universal y por tener una gran capacidad de transporte de sustancias en suspensión o en solución coloidal, no aparece nunca en estado puro, de hay que resulte difícil definir la contaminación

⁸⁸⁵ Ibid., pág. 185.

⁸⁸⁶ Ibid., pág. 187,188.

hídrica y determinar su grado si no se conocen las características físicas, químicas y biológicas de una determinada agua con carácter previo que se produzca una contaminación.⁸⁸⁷

3.1.1.3.3. CONTAMINACIÓN DEL AIRE: Constituye el caso mas alarmante de contaminación ambiental, el que mas preocupa actualmente.⁸⁸⁸

Contaminación atmosférica, contaminación de la atmósfera por residuos o productos secundarios gaseosos, sólidos o líquidos, que pueden poner en peligro la salud del hombre y la salud y bienestar de las plantas y animales, atacar a distintos materiales, reducir la visibilidad o producir olores desagradables. Entre los contaminantes atmosféricos emitidos por fuentes naturales, sólo el radón, un gas radiactivo, es considerado un riesgo importante para la salud.⁸⁸⁹

3.1.1.3.3.1. FENÓMENOS DE CONTAMINACIÓN ATMÓSFERICA

3.1.1.3.3.1.1. SMOG: Es un fenómeno ingles derivado de los vocablos también ingleses (humo) y fog (bruma, esto es, suspensión de gotitas liquidas), que se utiliza cuando se combinan ambos. Los tamaños de las partículas oscilan entre 0.01 y 2 micras.⁸⁹⁰

Mezcla de niebla con partículas de humo, formada cuando el grado de humedad en la atmósfera es alto y el aire está tan quieto que el humo se acumula cerca de su fuente.⁸⁹¹

⁸⁸⁷ Ibid., pág. 188.

⁸⁸⁸ Ibid., pág. 192.

⁸⁸⁹ Enciclopedia Microsoft® Encarta® 98 Edición Básica © 1993-1997 Microsoft Corporation

⁸⁹⁰ Ortega, Muñoz. Op. cit., pág. 194.

⁸⁹¹ Enciclopedia Microsoft® Encarta® . Op. cit., 98 Edición Básica ©

3.1.1.3.3.1.1.1. SMOG FOTOQUÍMICO: Se produce en urbes con gran tráfico rodado y alta insolación.⁸⁹²

3.1.1.3.3.1.1.2. SMOG ACIDO: Se forma en zonas industriales o urbanas en las que se emiten altas concentraciones de dióxido o trióxido de azufre.

3.1.1.3.3.1.2. LLUVIAS ACIDAS: Se producen hasta en las selvas tropicales por la quema de biomasa que libera gran cantidad de óxidos de nitrógeno, lo que contraviene la idea de un origen exclusivamente industrial.⁸⁹³

Forma de contaminación atmosférica, actualmente objeto de gran controversia debido a los extensos daños medioambientales que se le han atribuido. Se forma cuando los óxidos de azufre y nitrógeno se combinan con la humedad atmosférica para formar ácidos sulfúrico y nítrico, que pueden ser arrastrados a grandes distancias de su lugar de origen antes de depositarse en forma de lluvia. Adopta también a veces la forma de nieve o niebla, o de precipitaciones en forma sólida.

La gran capacidad destructiva de la lluvia ácida sólo se ha hecho evidente en las últimas décadas. Una extensa área que ha sido objeto de múltiples estudios es el norte de Europa, donde la lluvia ácida ha erosionado estructuras, ha

⁸⁹² Ortega, Muñoz. Op. cit., pág. 194.

⁸⁹³ Ibid., pág. 195.

dañado los bosques y las cosechas, y ha puesto en peligro o diezmado la vida en los lagos de agua dulce.⁸⁹⁴

3.1.1.3.3.1.3. LLUVIAS RADIATIVAS: Fenómeno de disposición húmeda o seca. Se produce debido a algunos accidentes en el funcionamiento de las centrales nucleares de forma esporádica e impredecible, pero con consecuencias catastróficas directamente para el hombre.⁸⁹⁵

*Deposición de partículas radiactivas, liberadas en la atmósfera por explosiones nucleares o escapes de instalaciones y centrales nucleares, sobre la superficie de la Tierra. El interés de la opinión pública se ha centrado sobre todo en los efectos de la lluvia radiactiva desde el periodo de las pruebas nucleares atmosféricas a gran escala realizadas en las décadas de 1950 y comienzos de la de 1960.*⁸⁹⁶

3.1.1.3.3.1.4. EFECTO INVERNADERO: Se trata de un aprisionamiento de calor procedente del sol gracias a la existencia en nuestra baja atmósfera de gases como el dióxido de carbono y el metano, de tal forma que la temperatura media del planeta se mantiene en torno a un valor medio de unos 17 grados centígrados, muy por encima del punto de congelación.⁸⁹⁷

Término que se aplica al papel que desempeñan ciertos gases como el dióxido de carbono, el metano, el óxido nitroso, los clorofluorocarbonos y el ozono, presentes en la atmósfera, en el calentamiento de la superficie terrestre. Véase Calentamiento global.

⁸⁹⁴ Enciclopedia Microsoft® Encarta® . Op. cit., 98 Edición Básica ©

⁸⁹⁵ Ortega, Muñoz. Op. cit., pág. 197.

⁸⁹⁶ Enciclopedia Microsoft® Encarta® . Op. cit., 98 Edición Básica ©

⁸⁹⁷ Ortega, Muñoz. Op. cit., pág. 197,198.

El contenido de dióxido de carbono y de otros gases que contribuyen al efecto invernadero está aumentando como consecuencia de la acción de los seres humanos. El efecto neto de estos incrementos podría ser un aumento global de la temperatura, estimado en 2 a 6 °C en los próximos 100 años.⁸⁹⁸

3.1.1.3.3.1.5. DISMINUCIÓN DE LA CAPA DE OZONO: Los clorofluorocarbonos, compuestos sencillos que se difunden muy bien por la baja atmósfera y alcanzan la estratosfera donde su moléculas son rotas por la radiación ultravioleta, liberando el cloro que se comporta como catalizador de la reacción de disociación del ozono en oxígeno atómico y molecular.⁸⁹⁹

Zona de la atmósfera de 19 a 48 km por encima de la superficie de la Tierra. En ella se producen concentraciones de ozono de hasta 10 partes por millón. El ozono se forma por acción de la luz solar sobre el oxígeno. A nivel del suelo, unas concentraciones tan elevadas son peligrosas para la salud, pero, dado que la capa de ozono protege a la vida del planeta de la radiación ultravioleta cancerígena, su importancia es inestimable. Por ello, los científicos se preocuparon al descubrir, en la década de 1970, que ciertos productos químicos llamados clorofluorocarbonos, o CFC (compuestos del flúor), usados durante largo tiempo como refrigerantes y como propelentes en los aerosoles, representaban una posible amenaza para la capa de ozono. Esto ha llevado al desarrollo de varias medidas encaminadas a eliminar gradualmente los CFC.⁹⁰⁰

⁸⁹⁸ Enciclopedia Microsoft® Encarta® . Op. cit., 98 Edición Básica ©

⁸⁹⁹ Ortega, Muñoz. Op. cit., pág. 198,199.

⁹⁰⁰ Enciclopedia Microsoft® Encarta® . Op. cit., 98 Edición Básica ©

4. POLÍTICA AMBIENTAL

4.1. CONCEPTO: Conjunto de actividades y procedimientos con los que diferentes niveles competenciales y organizativos, supranacionales, del estado, o de las empresas y organizaciones no gubernamentales, pretenden alcanzar unos determinados fines de protecciones del medio ambiente y conservación de la naturaleza.⁹⁰¹

Objetivos generales y principios de actuación de una empresa con respecto al medio ambiente, incluido el cumplimiento de todos los requisitos normativos correspondientes al medio ambiente.⁹⁰²

Conjunto de actividades y procedimientos gubernativos con los que los diferentes niveles competenciales y organizativos , pretenden alcanzar unos determinados fines de protección del medio ambiente y conservación de la naturaleza.⁹⁰³

4.2. POLÍTICAS EMPRESARIALES: La política empresarial es la expresión de os objetivos generales y principios de acción de una empresa para la protección del medio ambiente.⁹⁰⁴

5. LA GESTIÓN DEL MEDIO AMBIENTE: La gestión y la administración del medio ambiente, en sentido más amplio, del medio ambiente comprende el conjunto de actuaciones y disposiciones necesarias para lograr el mantenimiento de un capital ambiental suficiente para que la calidad de vida de las personas y el patrimonio natural sean lo mas elevados posible, todo ello dentro del complejo sistema de relaciones económicas y sociales que condiciona esos objetivos.

⁹⁰¹ Seoáñez Calvo. Op. Cit., pág. 51.

⁹⁰² Ibid., pág. 173.

⁹⁰³ Ortega, Muñoz. Op. cit., pág. 1.

⁹⁰⁴ Fernández Vitora. Op. cit., pág. 57

La gestión del medio ambiente se traduce en un conjunto de actividades, medios y técnicas tendentes a conservar los elementos de los ecosistemas y las relaciones ecológicas entre ellos en especial cuando se producen alteraciones debidas a la acción del hombre.⁹⁰⁵

5.1. SISTEMAS DE GESTIÓN AMBIENTAL EN LA EMPRESA (SGMA): Es el marco o el método de trabajo que sigue una organización con el objetivo de conseguir, en una primera fase, y de mantener posteriormente, un determinado comportamiento de acuerdo con las metas que se hubiere fijado y como respuesta a unas normas, unos riesgos ambientales, y unas presiones tanto sociales, como financieras, económicas y competitivas, en permanente cambio.⁹⁰⁶

Aquella parte del sistema general del gestión que comprende la estructura organizativa, responsabilidades, las practicas, los procedimientos, los procesos y los recursos para determinar y llevar a cabo la política medioambiental.⁹⁰⁷

5.1.1. CARACTERÍSTICAS DE LOS SISTEMAS GENERALES DE GESTION

5.1.1.1. COMPLETO: Debe cubrir las actividades que se realizan en la empresa.

5.1.1.2. COMPRENSIVO: Todos los implicados deben conocer y comprender claramente su papel, sus responsabilidades.

5.1.1.3. ABIERTO: El proceso de mejora es continuo, con lo que el sistema debe permitir cambios sobre la marcha siempre que se detecten irregularidades, lagunas o disfunciones.⁹⁰⁸

⁹⁰⁵ Ibid., pág. 44.

⁹⁰⁶ Ibid., pág. 61.

⁹⁰⁷ Seoáñez Calvo. Op. cit., pág. 173,174.

5.1.2. PROCEDIMIENTOS DE LOS SISTEMAS GENERALES DE GESTIÓN DEL MEDIO AMBIENTE

5.1.2.1. PLANIFICACIÓN: Establecimiento de metas y objetivos, y a la fijación de estrategias para alcanzarlos. La planificación marca el rumbo a seguir por los programas de protección del medio ambiente de la organización empresarial.

5.1.2.2. ORGANIZACIÓN: Persigue el establecimiento de una estructura organizativa, la definición de funciones, responsabilidades y autoridad.

5.1.2.3. APLICACIÓN: Determina los resultados que obtendrá la organización en base a su comportamiento medioambiental, o sea el sistema de gestión ambiental establecido.⁹⁰⁹

5.1.2.4. CONTROL: Constituye un marco necesario para evaluar los resultados obtenidos, identificar las acciones realizadas, diagnosticar problemas, iniciar medidas correctoras y mejorar el sistema de gestión establecido merced al estudio de errores cometidos.⁹¹⁰

5.1.3. INSTRUMENTOS DE LOS SISTEMAS DE GESTIÓN AMBIENTAL: Instrumentos técnicos que se han instituido para abordar los problemas medioambientales, o sea para gestionar el medio ambiente.

5.1.3.1. PREVENTIVOS

⁹⁰⁸ Fernández, Conesa. Op. cit., pág. 62.

⁹⁰⁹ Ibid., pág. 65.

⁹¹⁰ Ibid., pág. 66.

5.1.3.1.1. EVALUACIÓN DEL IMPACTO AMBIENTAL: Es un instrumento al servicio de la gestión medioambiental de la empresa, de carácter preventivo y función gestora consistente en procedimiento jurídico- administrativo que tiene por objeto la identificación , predicción e interpretación de los impactos ambientales que un proyecto o actividad produciría en caso de ser ejecutado.⁹¹¹

Es un proceso de análisis de toda la documentación aportada que lleva a cabo la administración competente y que culmina con la emisión de un dictamen.⁹¹²

5.1.3.1.2. EDUCACIÓN AMBIENTAL: Se concibe como un proceso permanente en el que los individuos y la colectividad cobran conciencia de su medio y adquieren los conocimientos, los valores, las competencias, la experiencia y también, la voluntad capaces de hacerlos actuar, individual y colectivamente, para resolver los problemas actuales y futuros del medio ambiente.⁹¹³

5.1.3.1.3. INVESTIGACIÓN: En el sentido de descubrir productos, procesos industriales y medidas correctoras, que aplicados correctamente reducen e incluso anulan los impactos ambientales producidos por las actividades en funcionamiento.⁹¹⁴

5.1.3.1.4. INNOVACIÓN TECNOLÓGICA: Es un instrumento de primera magnitud a incorporar en todo el sistema de gestión ambiental de la empresa. Las tecnologías de punta son sinónimo de tecnologías cada vez mas limpias.⁹¹⁵

⁹¹¹ Ibid., pág. 239.

⁹¹² Ortega, Muñoz. Op. cit., pág. 116.

⁹¹³ Fernández, Conesa. Op. cit., pág. 258.

⁹¹⁴ Ibid., pág. 288.

⁹¹⁵ Ibid., pág. 289.

5.1.3.1.5. GESTIÓN DE LA CALIDAD: Supone un proceso de cambio de cultura empresarial a largo plazo para todo el personal y acciones de una compañía, cuanto mas cambio y transformación de los modos empresariales va a significar la implantación de los sistemas integrales de gestión medioambiental en las empresas.⁹¹⁶

5.1.3.1.6. PREVENCIÓN Y CONTROL DE IMPACTOS: También llamados medidas protectoras, son aquellos que mediante su aplicación evitan la aparición del efecto.

5.1.3.1.7. EVALUACIÓN ESTRATEGIA AMBIENTAL: Es un procedimiento que tiene por objeto la evaluación de las consecuencias ambientales que determinadas políticas, planes y programas, pueden producir en el territorio, en la utilización de recursos naturales y, en definitiva, en el logro de un desarrollo sostenible y equilibrado.⁹¹⁷

5.1.3.1.8. INSTRUMENTOS ECONÓMICOS: Están relacionados con la intervención del gobierno en el mercado mediante ayudas y beneficios económicos y/o mecanismos como impuestos y cargas a la contaminación, permisos de contaminación comercializables, sistemas de deposito para devolución, bonos de rendimientos, créditos para el ahorro de recursos, precios diferenciales, provisiones especiales para amortizaciones y eliminación de subvenciones y barreras distorsionadoras de las actividades económicas.⁹¹⁸

5.1.3.2. CORRECTIVOS

5.1.3.2.1. AUDITORIA MEDIO AMBIENTAL: Es un instrumentos al servicio de la gestión empresarial del medio ambiente, de carácter correctivo y función fedataria , comprende una

⁹¹⁶ Ibid., pág. 390.

⁹¹⁷ Ibid., pág. 308.

⁹¹⁸ Ibid., pág. 309.

ordenación sistemática, documentada, periódica y objetiva de la eficacia de la organización, del sistema de gestión y de procedimientos destinados a la protección del medio ambiente.⁹¹⁹

La auditoria es una gestión que toda empresa debe realizar en determinado momento para conocer y analizar su estado respecto al medio ambiente, englobando, por tanto, una amplia gama de situaciones.⁹²⁰

5.1.3.2.1.1. OBJETIVO: Facilitar el control, por parte de la dirección, de las practicas que pueden tener efectos sobre el medio ambiente. Evaluar su adecuación alas políticas medioambientales de la empresa.⁹²¹

5.1.3.2.1.2. TIPOS DE AUDITORIA MEDIOAMBIENTAL

5.1.3.2.1.2.1. POR LA PROCEDENCIA DEL EQUIPO AUDITOR

5.1.3.2.1.2.1.1. AUDITORIA MEDIOAMBIENTAL INTERNA: Cuando el equipo auditor forma parte del personal fino de la empresa, y esta encuadrado en un órgano competente dentro el organigrama de aquella.⁹²²

5.1.3.2.1.2.1.2. AUDITORIA MEDIOAMBIENTAL EXTERNA: Cuando el equipo es independiente de la empresa, no formando parte de ella, ni teniendo relación funcional alguna con la misma.⁹²³

⁹¹⁹ Ibid., pág. 317.

⁹²⁰ Seoáñez Calvo. Op. cit., pág. 21.

⁹²¹ Fernández, Conesa. Op. cit., pág. 317.

⁹²² Ibid., pág. 318.

⁹²³ Ibid., pág. 319.

5.1.3.2.1.2.2. POR SU OBJETO

5.1.3.2.1.2.2.1. AUDITORIA DEL SISTEMA DE GESTIÓN AMBIENTAL: Se trata de una auditoria ambiental de carácter general, que conlleva un análisis global de todo el sistema de gestión ambiental de la empresa.

5.1.3.2.1.2.2.2. AUDITORIA GENERALIZADA: Estudia el impacto general que causa una empresa sobre el medio ambiente, tanto al interior(seguridad, higiene, condiciones de trabajo, ambiente interior, etc.), como exterior(entorno sobre el que se manifiestan los efectos de la actividad).⁹²⁴

Análisis global de la situación medioambiental de una empresa y de su funcionamiento.⁹²⁵

5.1.3.2.1.2.2.3. REVISIÓN AMBIENTAL: Se trata de una análisis global de los problemas, efectos y resultados de la actividad sobre el medio ambiente.⁹²⁶

5.1.3.2.1.2.2.4. AUDITORIA PUNTUAL: Examina los efectos que sobre el medio ambiente produce un producto determinado, una operación concreta de la actividad, se circunscribe a un tema específico o determinado.

5.1.3.2.1.2.2.5. AUDITORIA DE CONFORMIDAD: Trata de verificar que la empresa funciona cumpliendo toda la normativa vigente en materia de medio ambiente.

⁹²⁴ Ibid., pág. 321.

⁹²⁵ Seoáñez Calvo. Op. cit., pág. 21.

⁹²⁶ Fernández, Conesa. Op. cit., pág. 321.

5.1.3.2.1.2.2.6. AUDITORIA DE SINIESTROS: Suele tener lugar cuando ha habido un accidente, y se precisan evidencias para ser aportadas a un proceso judicial.⁹²⁷

Su objetivo es puntual; buscar las causas del accidente, determinar responsabilidades y decidir la forma de remediarlo.⁹²⁸

5.1.3.2.1.2.2.7. AUDITORIA DE RIESGOS: Esta auditoria trata de investigar y limitar los riesgos medioambientales que esta corriendo la empresa.

5.1.3.2.1.2.2.8. AUDITORIA DE ADQUISICIÓN: Es de uso frecuente que cuando una empresa va a ser adquirida, absorbida, o se va a fusionar con otra, a requerimiento de esta ultima se realice una auditoria con el fin de determinar los efectos medioambientales que la primera produce o puede producir.

5.1.3.2.1.2.2.9. AUDITORIAS DE SEGURIDAD E HIGIENE : Este tipo de auditorias tienen como objeto, la evaluación y minimización de los daños y riesgos que todo proceso empresarial puede plantear a los trabajadores; la verificación del nivel de salud e higiene de los empleados, y el análisis del cumplimiento de la normativa vigente en los temas de seguridad e higiene.

5.1.3.2.1.2.2.10. AUDITORIAS DE RECURSOS: Tienen como finalidad el análisis de los consumos específicos de la empresa(materias primas, energía..).

5.1.3.2.1.2.3. POR EL ENTORNO AUDITADO

⁹²⁷ Ibid., pág. 322

⁹²⁸ Seoáñez Calvo. Op. cit., pág. 22

5.1.3.2.1.2.3.1. AUDITORIA AMBIENTAL DEL ENTORNO INTERIOR: En caso en que el espacio, o fracción del medio ambiente objeto de la auditoria, se reduzca al espacio vital interior donde se desarrolla una actividad.⁹²⁹

5.1.3.2.1.2.3.2. AUDITORIA MEDIOAMBIENTAL DEL ENTORNO EXTERIOR: Pretende estudiar, revisar y verificar los impactos que la actividad auditada esta produciendo en el entorno afectado.

5.1.3.2.1.2.4. POR SU PERIODICIDAD

5.1.3.2.1.2.4.1. AUDITORIA PERMANENTE: Cuando la gestión y proceso de la actividad están siendo evaluados de una manera continua.⁹³⁰

5.1.3.2.1.2.4.2. AUDITORIA CÍCLICA: Se lleva a cabo a intervalos determinados de tiempo.

5.1.3.2.1.2.4.3. AUDITORIA DISCONTINUA: Cuando se lleva a cabo en el tiempo de manera intermitente no presentando una cadencia determinada.

5.1.3.2.1.2.5. POR TEMPORALIDAD DEL EFECTO

5.1.3.2.1.2.5.1. AUDITORIAS DE RESPONSABILIDADES PASADAS: Estudian el momento actual, efectos causados en tiempos pasados. Se suelen realizar tras una circunstancia específica y también como instrumento verificador, para comprobar la eficacia de medidas correctoras de impactos, puestas en práctica en un tiempo pasado.

⁹²⁹ Fernández, Conesa. Op. cit., pág. 323.

⁹³⁰ Ibid., pág. 324.

5.1.3.2.1.2.5.2. AUDITORIAS DE RESPONSABILIDADES PRESENTES: Estudia en el momento actual, efectos causados en tiempo presente.⁹³¹

5.1.3.2.1.2.5.3. AUDITORIAS DE RESPONSABILIDADES FUTURAS: Estudian en el momento actual, efectos en un tiempo futuro.

5.1.3.2.1.2.6. POR SU ALCANCE

5.1.3.2.1.2.6.1. AUDITORIA INTEGRADA: Cuando considera todas las variables del sistema de gestión ambiental en su conjunto. Estudia todas las acciones que como consecuencia de la actividad causan impactos sobre los distintos factores ambientales.

5.1.3.2.1.2.6.2. AUDITORIA SECTORIAL: Solo se interesa por alguna variable ambiental o por un sector determinado de la actividad.⁹³²

5.1.3.2.1.3. ETAPAS DE LA AUDITORIA MEDIOAMBIENTAL

5.1.3.2.1.3.1. DEFINICIÓN DE OBJETIVOS: Esta fase consiste en definir la misión, y en determinar de forma concreta los objetivos de la auditoria. Va acompañada de una selección de criterios y prioridades.

5.1.3.2.1.3.2. PREAUDITORIA: Diagnostico previo. Es una fase de preparación para la verdadera auditoria, con el fin de minimizar tiempo y gastos y maximizar la productividad del equipo auditor.

⁹³¹ Ibid., pág. 326.

⁹³² Ibid., pág. 327.

5.1.3.2.1.3.3. AUDITORIA: Engloba distintas actividades todas ellas dirigidas a la búsqueda y recopilación de información.⁹³³

5.1.3.2.1.3.4. POSTAUDITORIA: Es la fase de elaboración del informe final, presentando los resultados, comparándolos, verificando el cumplimiento de la legislación vigente y concluyendo con las recomendaciones y medidas correctoras adecuadas.⁹³⁴

5.1.3.2.1.4. INSTRUMENTOS DE LAS AUDITORIAS

5.1.3.2.1.4.1 ENTREVISTAS: Es un método prioritario para obtener la información necesaria a través del dialogo y la comunicación con los trabajadores, técnicos y directivos.

5.1.3.2.1.4.2. CUESTIONARIOS: Son instrumentos necesarios e indispensables para la realización práctica de la auditoria, son documentos que van a reflejar la situación de la empresa auditada respecto a la reglamentación y normativa vigente.⁹³⁵

5.1.3.2.1.4.3. ANÁLISIS DE PROCESOS: Este análisis hará conocer en detalle al auditor la actividad auditada, y en consecuencia le facilitara a su equipo toda una serie de sugerencias para la empresa que no tienen por que limitarse al tema medioambiental de forma directa.

⁹³³ Seoáñez Calvo. Op. cit., pág. 45.

⁹³⁴ Ibid., pág. 46.

⁹³⁵ Ibid., pág. 57.

5.1.3.2.1.4.4. **GUIONES DE AUDITORIA:** Conjunto de reglas generales que aportan la metodología a seguir a base de listas, cuestionarios o formularios estandarizados, proporcionado una visión rápida de la misión del equipo auditor.

5.1.3.2.1.4.5. **MUESTREOS:** Es un instrumento útil para conocer la situación técnico- ambiental de una empresa.⁹³⁶

5.1.3.2.1.4.6. **DOCUMENTOS DE TRABAJO:** Recopilación de datos, observaciones y resultados de entrevistas y cuestionarios, así como una base de las reflexiones y conclusiones particulares del auditor.⁹³⁷

5.1.3.2.2. **ETIQUETADO ECOLÓGICO:** Es un instrumento de la gestión empresarial medioambiental de carácter correctivo y función distintiva o informativa.⁹³⁸

5.1.3.2.3. **ECOBALANCES:** Las técnicas de análisis del ciclo de vida de un producto llamadas también Eco-balance o análisis, son inventarios que permiten a un fabricante cuantificar que cantidad de energía, de agua y de materias primas se utiliza y cuales son los residuos sólidos, líquidos y gaseosos generados en cada una de las fases del proceso de fabricación, en el uso o consumo y su eliminación final, es decir, en su ciclo de vida completo.

5.1.3.2.4. **PROGRAMA DE VIGILANCIA AMBIENTAL:** Es un programa de seguimiento con el fin de verificar, la respuesta positiva prevista como consecuencia de la aplicación de los instrumentos correctivos de carácter ejecutivo.⁹³⁹

⁹³⁶ Ibid., pág. 58.

⁹³⁷ Ibid., pág. 59.

⁹³⁸ Fernández, Conesa. Op. cit., pág. 358.

⁹³⁹ Ibid., pág. 374.

5.1.3.2.5. TRATAMIENTOS MEDIOAMBIENTALES: Se emplean para combatir y/o mejorar los efectos que sobre el medio ambiente causan los distintos proyectos y actividades.⁹⁴⁰

5.1.3.2.6. TÉCNICAS DE RECUPERACIÓN

5.1.3.2.6.1. RESTAURACIÓN: Tiene por objeto recuperar, recobrar o reponer las características y méritos de un factor del medio, impactado por una actividad, o lo que es lo mismo, devolverlo a su estado de conservación anterior, después de haber sido destruido en mayor o menor grado.⁹⁴¹

5.1.3.2.6.2. REHABILITACIÓN: Instrumentos o métodos que tienen como objeto el interrumpir el proceso de destrucción y/o deterioro, o sea de pérdida de calidad ambiental de un factor del medio, restituyéndolos en lo posible hasta su estado anterior, o sea hasta su puesta en valor original.⁹⁴²

5.1.3.2.7. TÉCNICAS DE COMPENSACIÓN

5.1.3.2.7.1. SUSTITUCIÓN: Se basan en actuaciones de carácter impactante y signo positivo, que ayudan a mejorar el medio deteriorado como consecuencia de las acciones de la actividad.

5.1.3.2.7.2. CONTRAPRESTACIÓN: Ni corrigen ni sustituyen el impacto existente, sino que su efecto se reduce al trueque de un impacto negativo en un lugar determinado, por un impacto positivo, de carácter normalmente distinto, en un lugar distinto.⁹⁴³

⁹⁴⁰ Ibid., pág. 376.

⁹⁴¹ Ibid., pág. 379.

⁹⁴² Ibid., pág. 380.

⁹⁴³ Ibid., pág. 381.

5.1.3.2.8. INSTRUMENTOS EJECUTIVOS

5.1.3.2.8.1. MEDIDAS PROTECTORAS: Aquellas técnicas de carácter correctivo que evitan la manifestación del impacto modificando algunos de los factores definitorios del proyecto.⁹⁴⁴

5.1.3.2.8.2. MEDIDAS CURATIVAS: Las medidas correctoras propiamente dichas tienen carácter curativo, encaminándose a la eliminación, reducción o modificación del efecto.

5.1.3.2.8.3. MEDIDAS COMPENSATORIAS: Se aplican cuando existen impactos inevitables o incorregibles y que pueden ser compensados por efectos positivos, tanto con carácter sustitutorio como contraprestatorio.⁹⁴⁵

5.1.3.2.8.4. MEDIDAS REESTABILIZADORAS: Las medidas que restablecen el valor de un factor ambiental, se aplican cuando este factor ha perdido su calidad ambiental, o no la ha tenido nunca.⁹⁴⁶

5.1.3.3. INSTRUMENTOS AUXILIARES DE CARÁCTER TECNICO

5.1.3.3.1. ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL: Es el estudio técnico, de carácter interdisciplinar, que incorporado en los distintos procedimientos de gestión ambiental, esta destinado a identificar, valorar, reducir y corregir las consecuencias o efectos ambientales que determinadas acciones, del proyecto futuro, o de la actividad presente y funcionando, pueden causar sobre la calidad de vida del hombre y su entorno.⁹⁴⁷

⁹⁴⁴ Ibid., pág. 382.

⁹⁴⁵ Ibid., pág. 384.

⁹⁴⁶ Ibid., pág. 385.

⁹⁴⁷ Ibid., pág. 81.

Documento científico- técnico de carácter interdisciplinario en el que se recogen los problemas ambientales, sociales y patrimoniales que una determinada actividad genera junto con una serie de propuestas para corregir o eliminar dichos problemas.⁹⁴⁸

5.1.3.3.2. TÉCNICAS DE GENERACIÓN Y EVALUACIÓN DE ALTERNATIVAS

5.1.3.3.2.1. MÉTODOS DE GENERACIÓN DE ALTERNATIVAS

5.1.3.3.2.1.1. MÉTODO DE PROPUESTAS Y OPCIONES: En base a los problemas diagnosticados, se diseñan una serie de posibles soluciones u opciones. El diseño de soluciones no solo se apoya en las conclusiones del diagnóstico, sino que precisa de técnicas y opciones recabadas a paneles de expertos. Las soluciones estarán basadas en las tecnologías existentes para la minimización, corrección y tratamiento de los impactos ambientales.⁹⁴⁹

5.1.3.3.2.1.2. MÉTODO DE LA MATRIZ DAFO: Sobre cada actividad, actúan agentes externos del entorno, con carácter positivo (oportunidades), o negativo (amenazas), y características intrínsecas o internas que, asimismo, ejercen efectos positivos (fortalezas) o negativos (debilidades), ante las acciones externas.⁹⁵⁰

5.1.3.3.2.1.3. MÉTODO DE LA SUPERPOSICIÓN DE TRANSFERENCIAS: Consiste en superponer mapas monotemáticos, representando cada uno como un indicador ambiental, o un factor de localización en términos de zonas de mayor o menor aptitud para un segmento o sector de la actividad.

⁹⁴⁸ Ortega, Muñoz. Op. cit., pág. 116.

⁹⁴⁹ Fernández, Conesa. Op. cit., pág. 152.

⁹⁵⁰ Ibid., pág. 154.

5.1.3.3.2.1.4. MÉTODO DE JUEGOS: Consiste en simular el comportamiento real de los agentes sociales por un conjunto de jugadores, cada uno de los cuales asume el papel de un agente social.⁹⁵¹

5.1.3.3.2.2. MÉTODOS DE EVALUACIÓN DE ALTERNATIVAS

5.1.3.3.2.2.1. MÉTODOS UNICRITERIO

5.1.3.3.2.2.1.1. ANÁLISIS COSTE- BENEFICIO: Intenta traducir todos los efectos o consecuencias de una determinada inversión en términos monetarios, tanto los positivos (beneficios) como los negativos (coste).

5.1.3.3.2.2.1.2. ANÁLISIS COSTE- EFICIENCIA: Se utiliza este método, cuando se conocen los costos directos de cada alternativa, pero sus efectos, solo se pueden describir en términos cualitativos pero no cuantitativos.⁹⁵²

5.1.3.3.2.2.2. ANÁLISIS MULTICRITERIO: Se desarrollan a partir de las evaluaciones económico financieras, como metodologías de ayuda a la toma final de decisiones. Estos métodos evalúan simultáneamente el conjunto de propuestas que se agrupan en cada alternativa, según diferentes criterios, llegando a valoraciones parciales, que después se agregan a un resultado único.⁹⁵³

5.1.3.3.3. TÉCNICAS DE VALORACIÓN DE IMPACTOS

⁹⁵¹ Ibid., pág. 155.

⁹⁵² Ibid., pág. 159.

⁹⁵³ Ibid., pág. 160.

5.1.3.3.3.1. MATRICES CAUSA – EFECTO: Métodos cualitativos, preliminar y muy útil para valorar diversas alternativas de un mismo proyecto.⁹⁵⁴

5.1.3.3.3.2. MÉTODO CUANTITATIVO DEL INSTITUTO BATTELLE- COLUMBUS: Permite la evaluación sistemática de los impactos ambientales de un proyecto mediante el empleo de indicadores homogéneos.⁹⁵⁵

5.1.3.3.3.3. LISTAS DE CHEQUEO: Son un método de identificación muy simple, por lo que se usa para valoraciones preliminares. Sirven primordialmente para llamar la atención sobre los impactos importantes que puedan tener lugar como consecuencia de la realización del proyecto.⁹⁵⁶

5.1.3.3.4. MÉTODOS DE SIMULACIÓN DE IMPACTOS: Existen métodos que permiten simular rápida, simple y eficazmente la percepción que el técnico medioambiental tiene del sistema bajo análisis y su evolución.

5.1.3.3.4.1. K.SIM: Permite en forma rápida y relativamente fácil estructurar una simulación de la percepción que se tiene del sistema en estudio, tanto en su estructura como en su funcionamiento y en la naturaleza de las interacciones, estando su fiabilidad limitada por las hipótesis utilizadas.

5.1.3.3.4.2. G.SIM: Permite simular el comportamiento de sistemas complejos de los que se dispone escasa información, tal como las variables de mas importante y su variación cualitativa, por causa de otras variables.⁹⁵⁷

⁹⁵⁴ Ibid., pág. 171.

⁹⁵⁵ Ibid., pág. 177.

⁹⁵⁶ Ibid., pág. 182.

⁹⁵⁷ Ibid., pág. 183.

5.1.3.3.5. TÉCNICAS ANALÍTICAS

5.1.3.3.5.1. GRAVIMETRÍAS: Son técnicas de análisis cuantitativo que se basan en la medida final de un peso. Las gravimetrías son muy exactas pero no son rápidas y tampoco sencillas porque el precipitado hay que dejarlo reposa y lavarlo.⁹⁵⁸

5.1.3.3.6. TÉCNICAS CORRECTORAS DE IMPACTOS: Se trata del conjunto de técnicas empleadas para llevar a cabo los procedimientos que existen para anular, atenuar, evitar, corregir o compensar los efectos negativos que las acciones derivadas del proyecto o actividad producen sobre el medio ambiente.⁹⁵⁹

5.1.3.4. INSTRUMENTOS AUXILIARES DE CARACTER SOCIAL

5.1.3.4.1. TÉCNICAS DE ENTREVISTA: La entrevista consiste en una conversación entre, al menos dos personas, en la cual una es el entrevistador y otra u otras los entrevistados.⁹⁶⁰

5.1.3.4.2. DOCUMENTOS DE TRABAJO: Son un instrumento auxiliar esencial para el correcto desarrollo de casi todos los instrumentos de la gestión ambiental, tanto de tipo preventivo, como correctivo. Los cuestionarios, los blocs de chequeo, las actas de reuniones, el soporte técnico-analítico del trabajo de campo, los informes y memorandos corresponden de manera general el conjunto de documentos de trabajo.⁹⁶¹

⁹⁵⁸ Ibid., pág. 184.

⁹⁵⁹ Ibid., pág. 190.

⁹⁶⁰ Ibid., pág. 196.

⁹⁶¹ Ibid., pág. 200.

5.1.3.4.3. TÉCNICAS DE GRUPOS: Un grupo es una unidad social, formada por personas que poseen un conjunto de valores o normas que regulan su comportamiento, tienen frecuentes interacciones y comparten intereses y metas comunes.⁹⁶²

5.1.3.4.4. REUNIONES: Conjunto de personas congregadas con un fin determinado. Este fin puede o no conseguirse, a través de aportaciones y discusiones entre los miembros de la reunión. Las reuniones de tipo medioambiental, como las que nos ocupan, pueden estar compuestas por miembros de uno o varios grupos.⁹⁶³

5.1.3.4.5. ENCUESTAS: Acopio de datos obtenidos mediante consulta o interrogatorio, referentes a estados de opinión o a cualquier aspecto de actividad humana.⁹⁶⁴

5.1.3.4.6. ORDENACIÓN Y VALORACIÓN DE ELEMENTOS: Tanto la generación y evaluación de alternativas, como la relación entre los distintos subsistemas y factores del medio necesitan de una ponderación, de una importancia relativa, o de una escala de valores, que nos conduzcan al logro de los objetivos que en cada estudio se pretendan.⁹⁶⁵

6. INICIATIVA ZERI (Cero emisiones):.

ZERI fue fundada para “ realizar investigación científica, incluyendo centros de excelencia en todo el mundo, con el objetivo de lograr avances tecnológicos que lleven a que la producción se realice

⁹⁶² Ibid., pág. 210.

⁹⁶³ Ibid., pág. 215.

⁹⁶⁴ Ibid., pág. 222.

⁹⁶⁵ Ibid., pág. 230.

sin dejar ninguna forma de desechos. Todas las entradas se deben utilizar, bien sea en el producto final, o deben ser convertidas en ingredientes con valor agregado para otras industrias”.⁹⁶⁶

Es una forma desencadenar la inteligencia ampliamente disponible en una compañía, una región o una comunidad , ofreciendo una herramienta para enfocarse en eliminar la contaminación, generar empleo y hacer actividades económicas mas productivas.⁹⁶⁷

6.1. CERO EMISIONES (zero emissions Rsearch Iniciative, Zeri): Cero desechos líquidos, cero desechos gaseosos, cero desechos sólidos. Todas las entradas serán usadas en la producción, cuando se presenten desechos, serán usados para crear valor por parte de otras industrias.⁹⁶⁸

Reutilizar todos los componentes como valor agregado, de modo que no se descarte ningún desecho.⁹⁶⁹

6.1.1. OBJETIVO CERO EMISIONES: Encontrar maneras de minimizar las entradas necesarias en el proceso principal, y luego alcanzar el máximo nivel de producción, mediante la búsqueda del aprovechamiento total.

6.1.2. UPSIZING: Agrupamiento de actividades industriales en que subproductos sin valor para una, se convierten en entradas con valor agregado para otra, permitiendo así una mayor productividad de la transformación general del capital, la mano de obra y las materias primas, generando nuevos productos y servicios para la venta, a precios competitivos, lo cual conduce a la

⁹⁶⁶ Gunter Pauli. Upsizing. pág. 207.

⁹⁶⁷ Ibid., pág. 123.

⁹⁶⁸ Ibid., pág. 121.

⁹⁶⁹ Ibid., pág. 213.

generación de empleo y el abatimiento, eventualmente la eliminación, de efectos adversos sobre la gente y el ambiente.⁹⁷⁰

6.2. METODOLOGÍA ZERI

6.2.1. MODELOS DE PRODUCCIÓN TOTAL: Se basa en la norma ISO 14.000 y en la aplicación de la tabla de entradas-salidas. En dicha tabla, el eje vertical contiene todas las entradas necesarias para el proceso. En el eje horizontal aparecen todas las salidas que ocurren en el proceso. Se cuantifican las entradas y las salidas, brindando fácil referencia. El primer paso, antes de buscar usos para los materiales de desecho, es verificar que el sistema de producción existente no puede ser mejorado.⁹⁷¹

6.2.2. BÚSQUEDA CREATIVA DE VALOR AGREGADO UTILIZANDO MODELOS DE SALIDAS-ENTRADAS: Se requiere un planteamiento creativo y es la base para la búsqueda de valor agregado en aquellos componentes no utilizados.⁹⁷²

6.2.3. CONFORMACIÓN DE AGRUPACIONES INDUSTRIALES: El ejercicio integral de diferentes actividades llevará al diseño de una agrupación de industrias, con base en las oportunidades de reutilizar cualquier desecho de una de ellas como entrada para otra.⁹⁷³

6.2.4. IDENTIFICACIÓN DE TECNOLOGÍAS DE PUNTA: Cuando quiera que haga falta una tecnología, debe ser identificada claramente y tratada con profesionalismo. Es una forma de

⁹⁷⁰ Ibid., pág. 122.

⁹⁷¹ Ibid., pág. 124.

⁹⁷² Ibid., pág. 127.

⁹⁷³ Ibid., pág. 133.

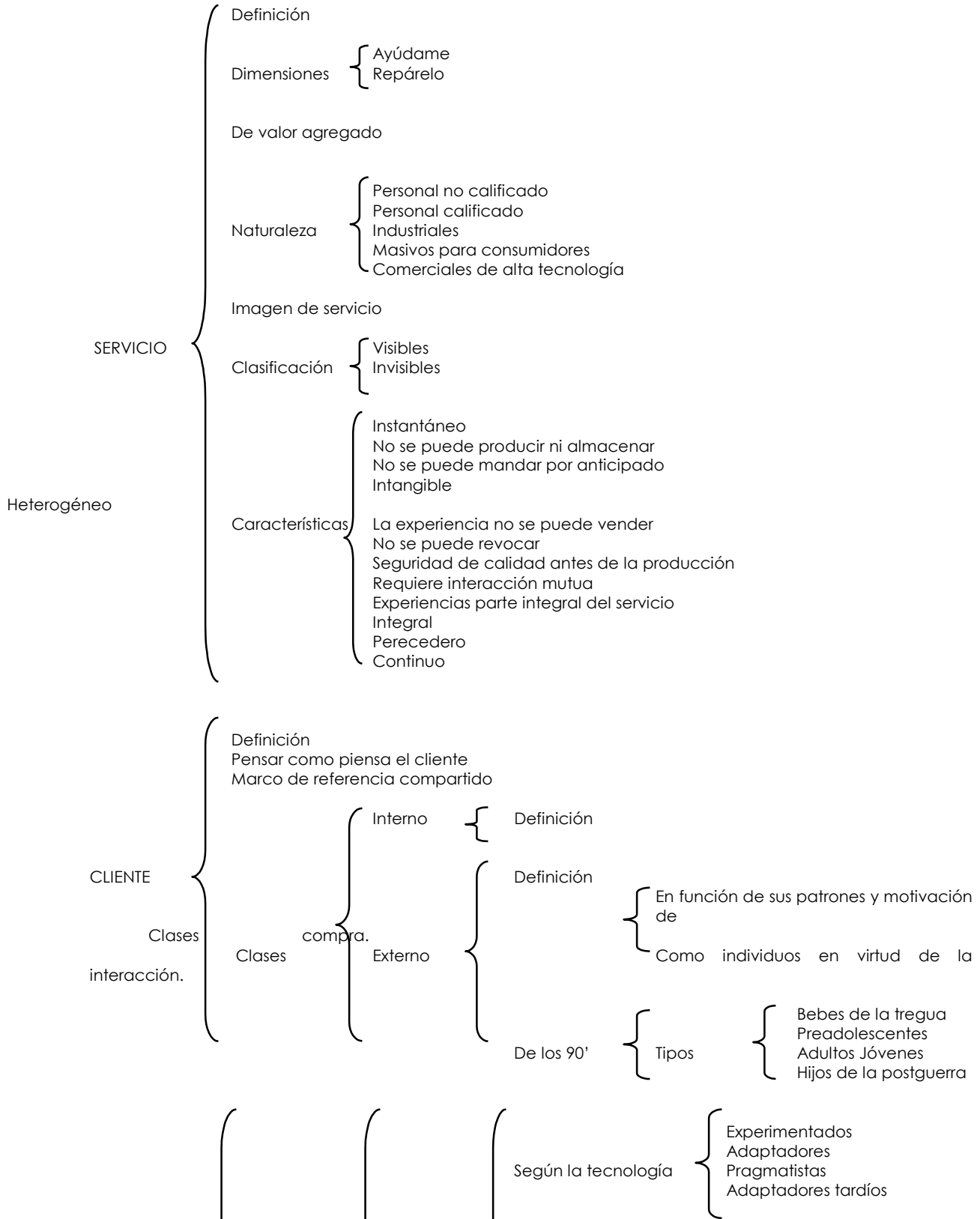
priorizar la realización de investigaciones complementarias y garantizar un proceso continuo de mejoramiento hacia el logro de cero emisiones.

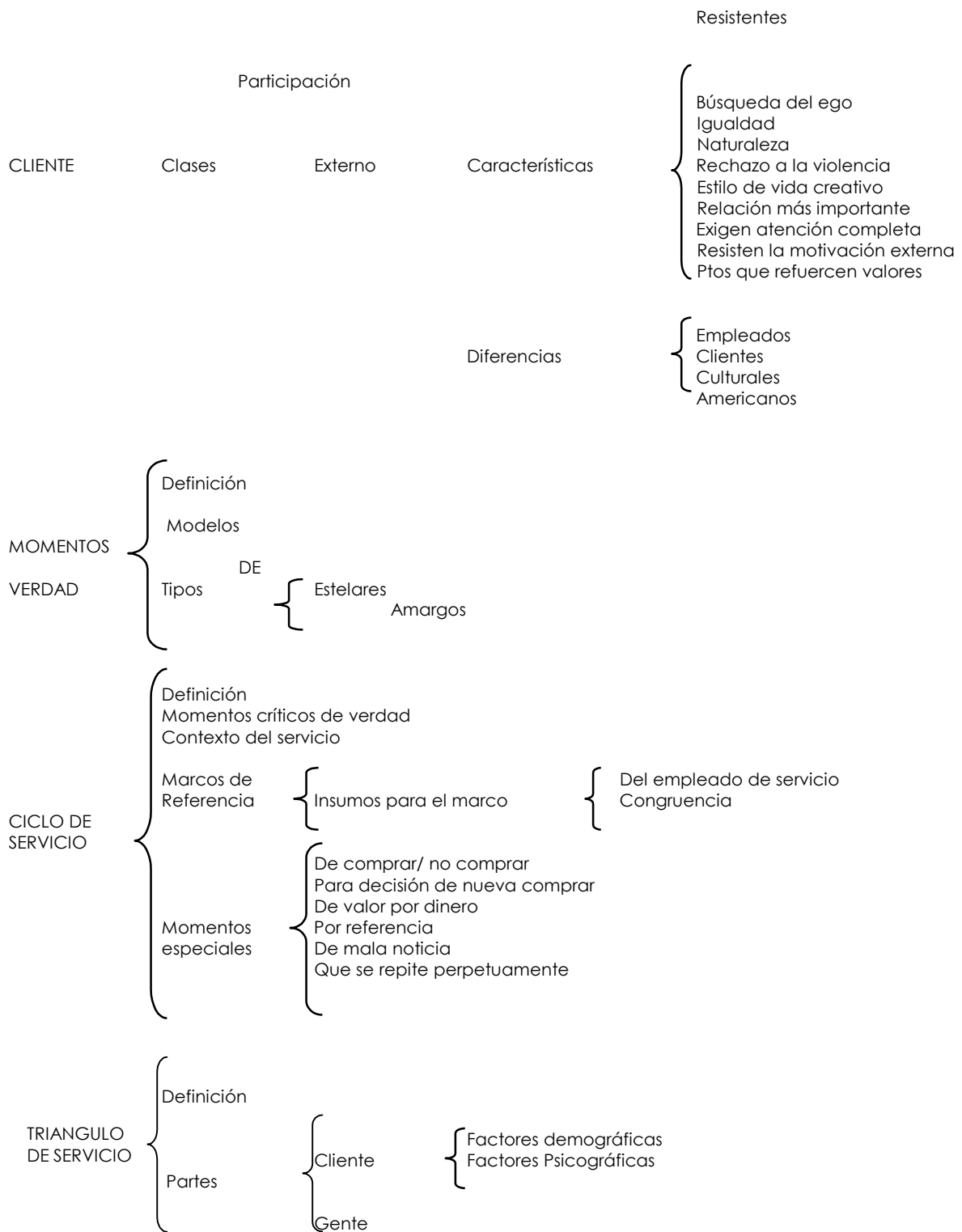
CAPITULO VI

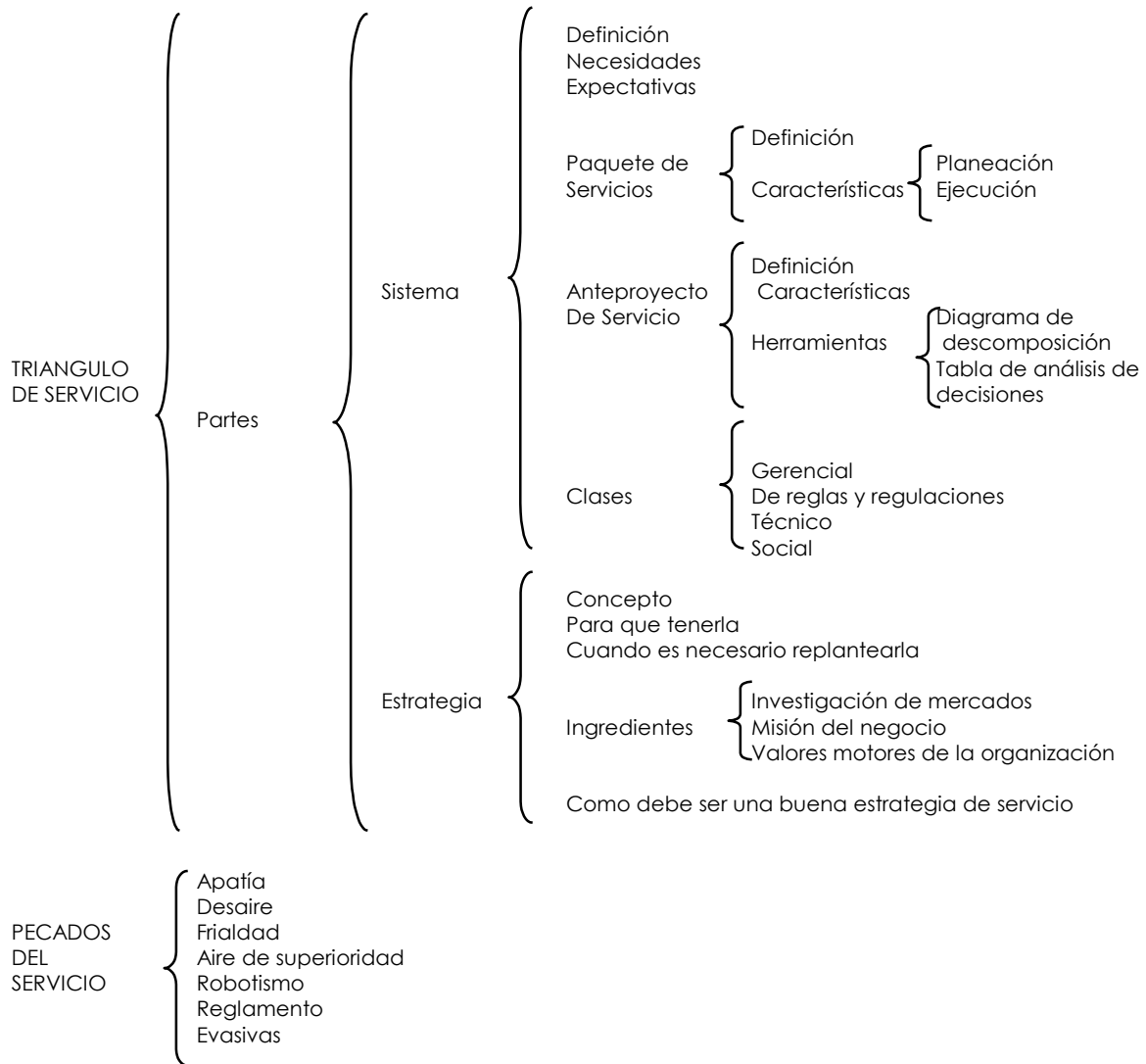
DESCRIPCIÓN DE MATERIAS DE SERVICIO

Para visualizar el contexto general en el que se subdivide las materias correspondientes al área de servicio se requiere de una estructura de árbol, que es la división de un tema en sus partes componentes desde lo más general hasta lo más específico generando una sinopsis de terminología pertinente a dicho tema, que presente los contenidos en términos específicos de cada uno de estos, dicha estructura se presenta a continuación:

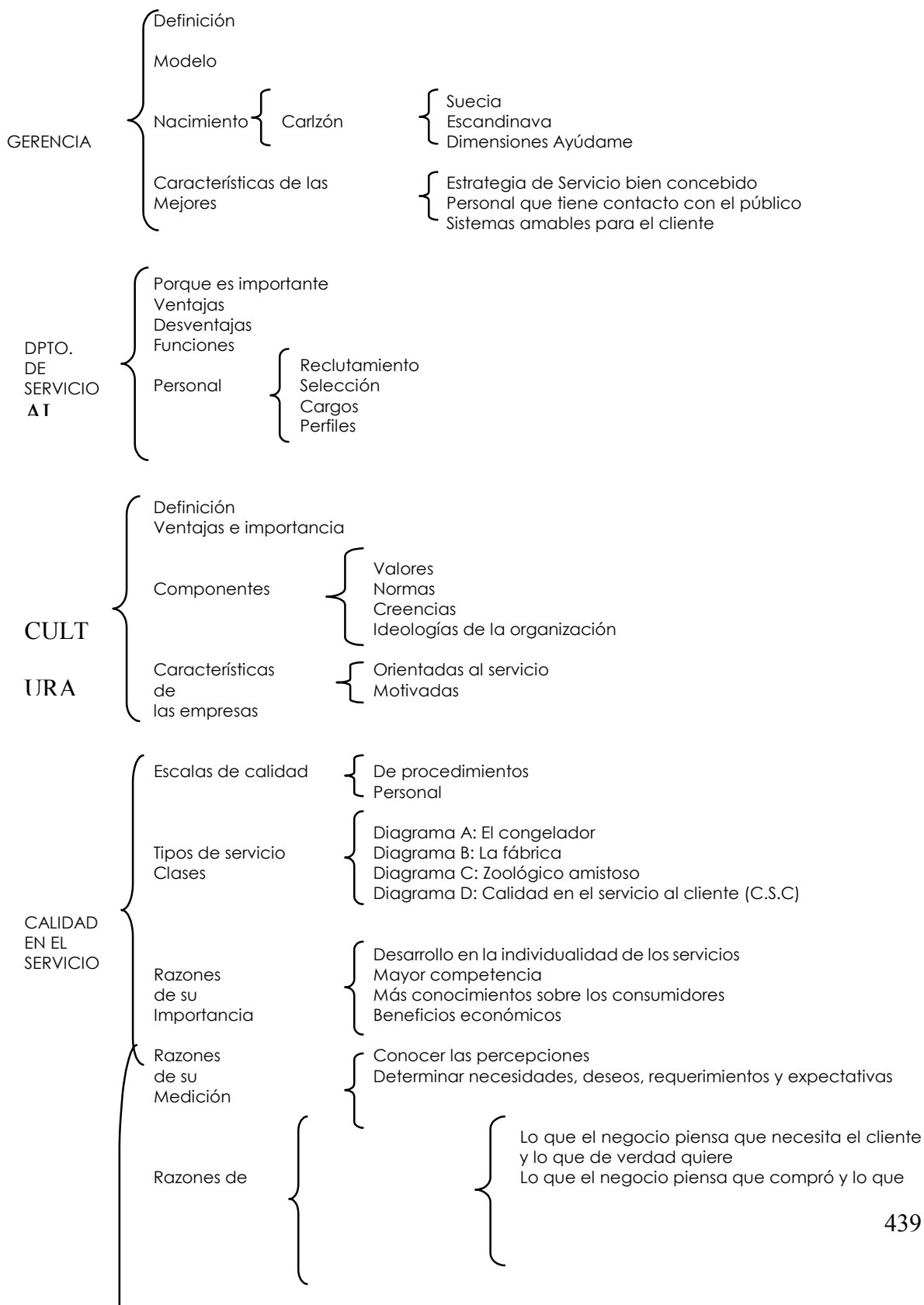
TEORIA DEL SERVICIO

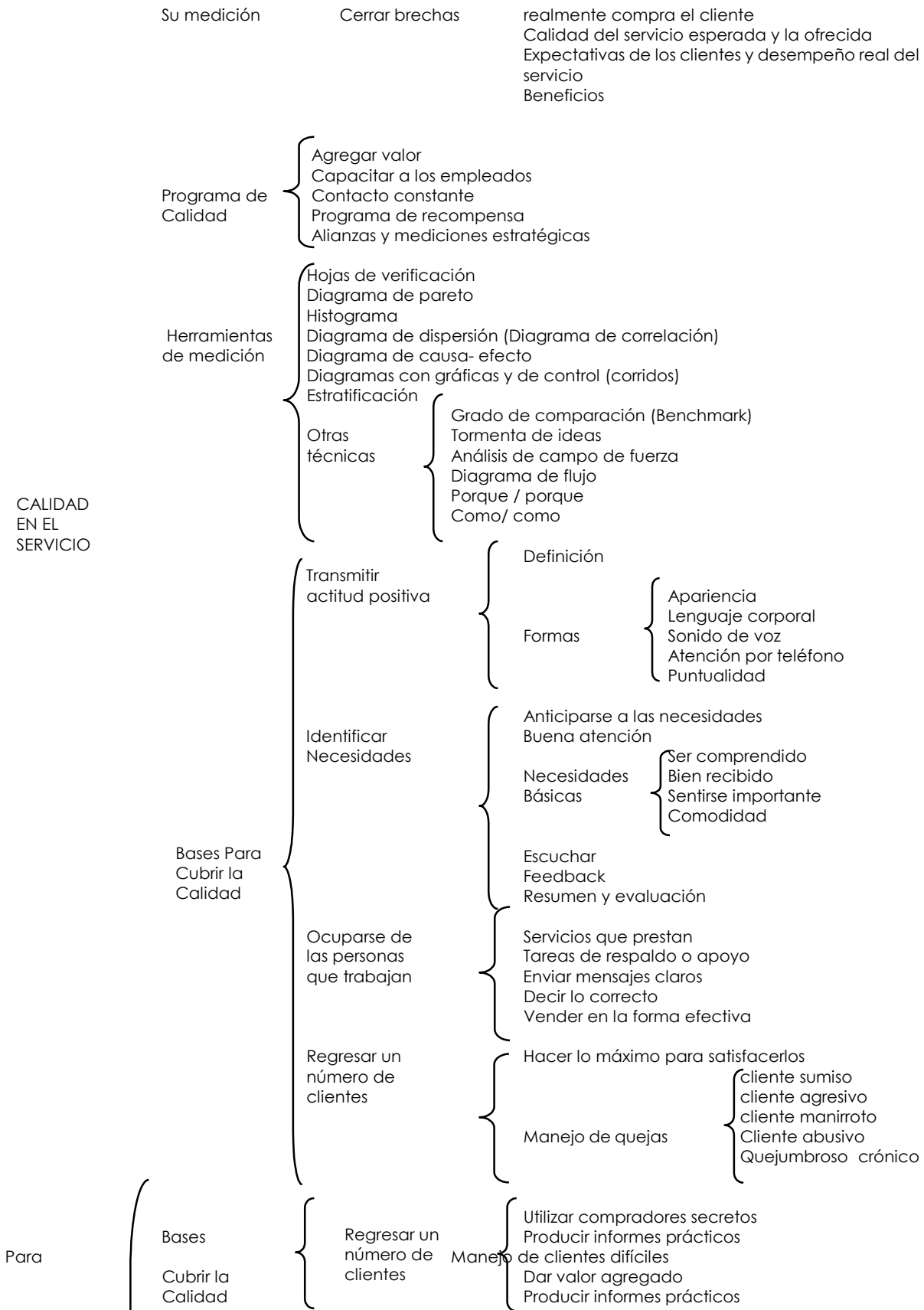


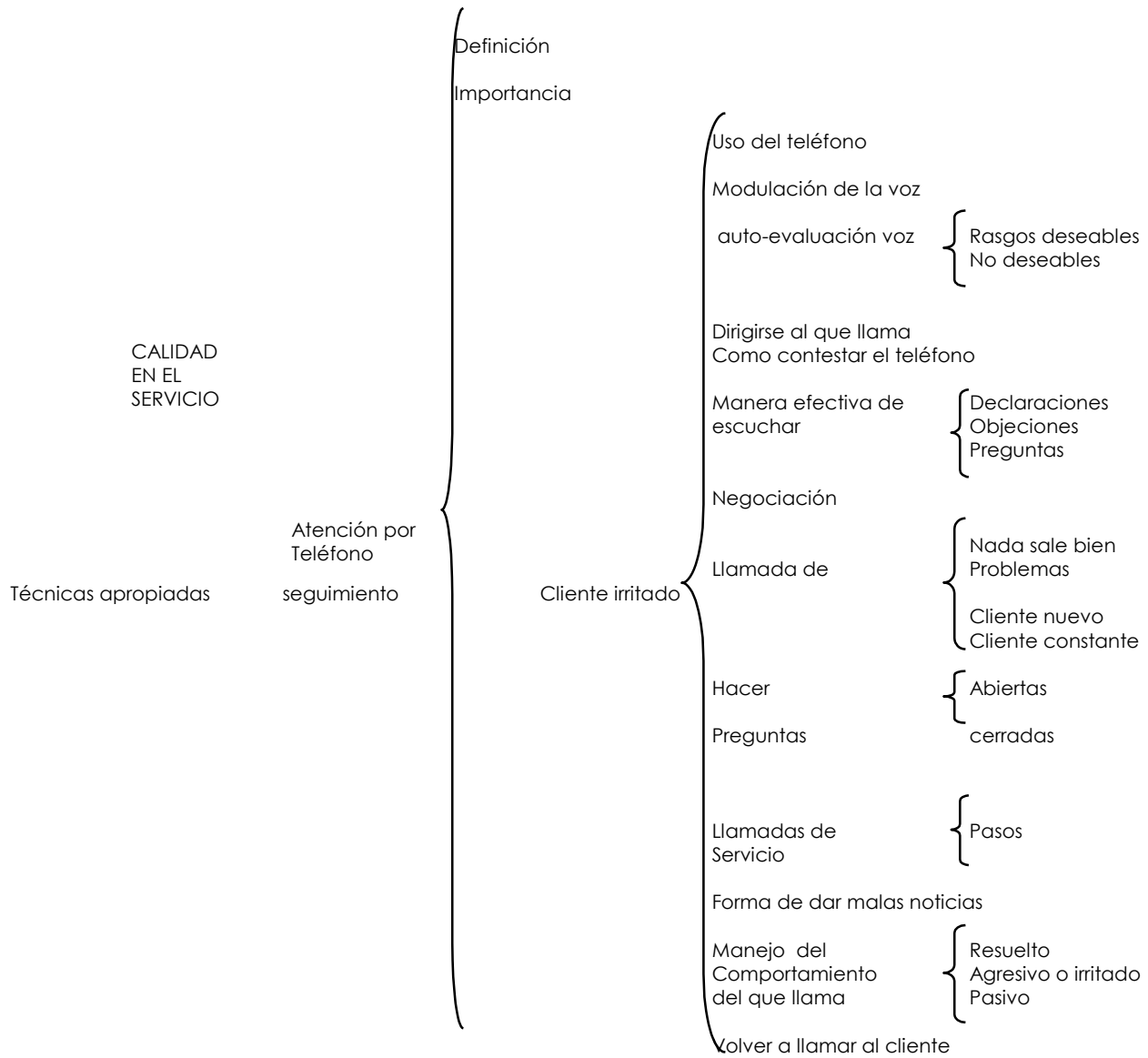


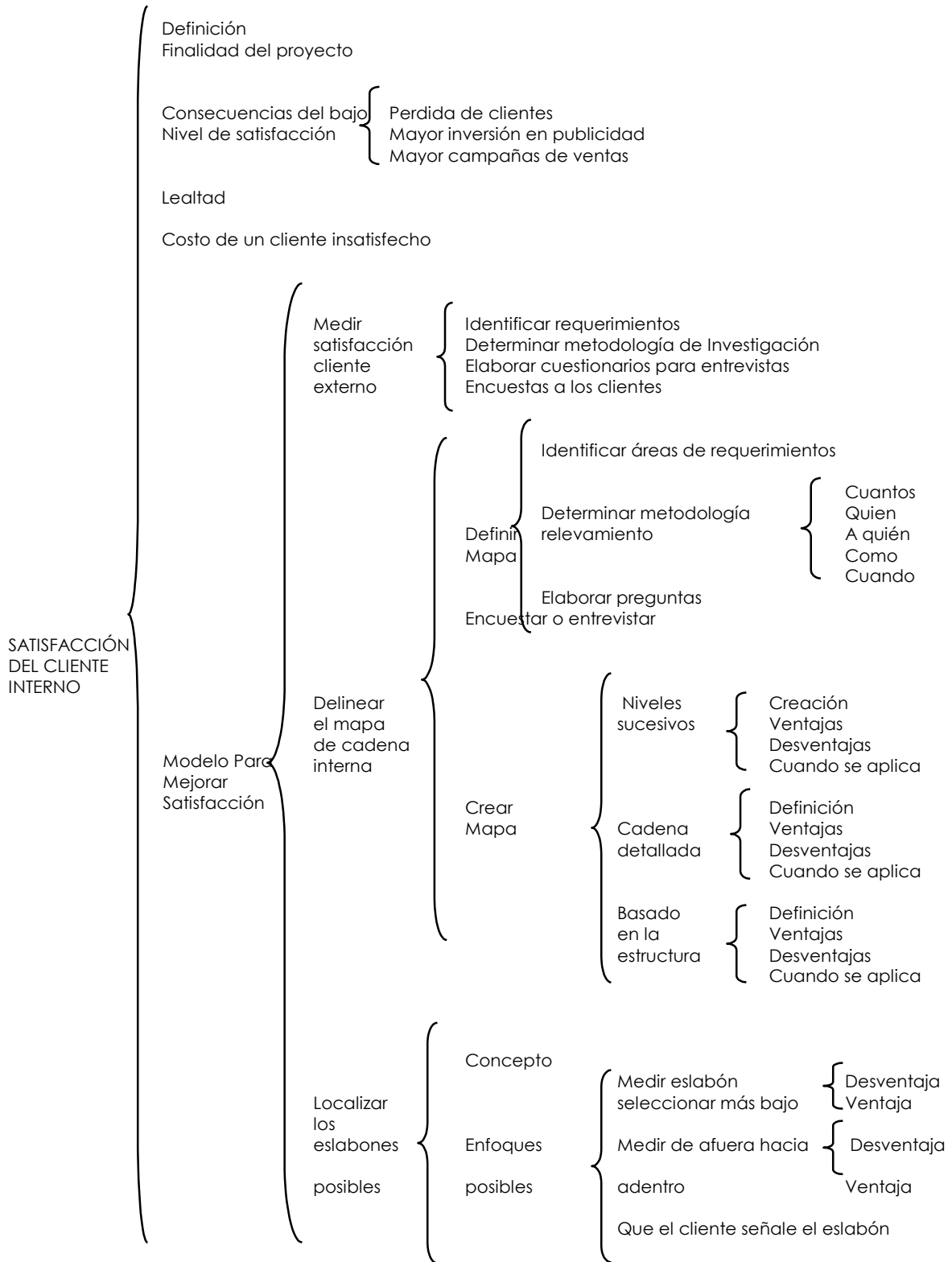


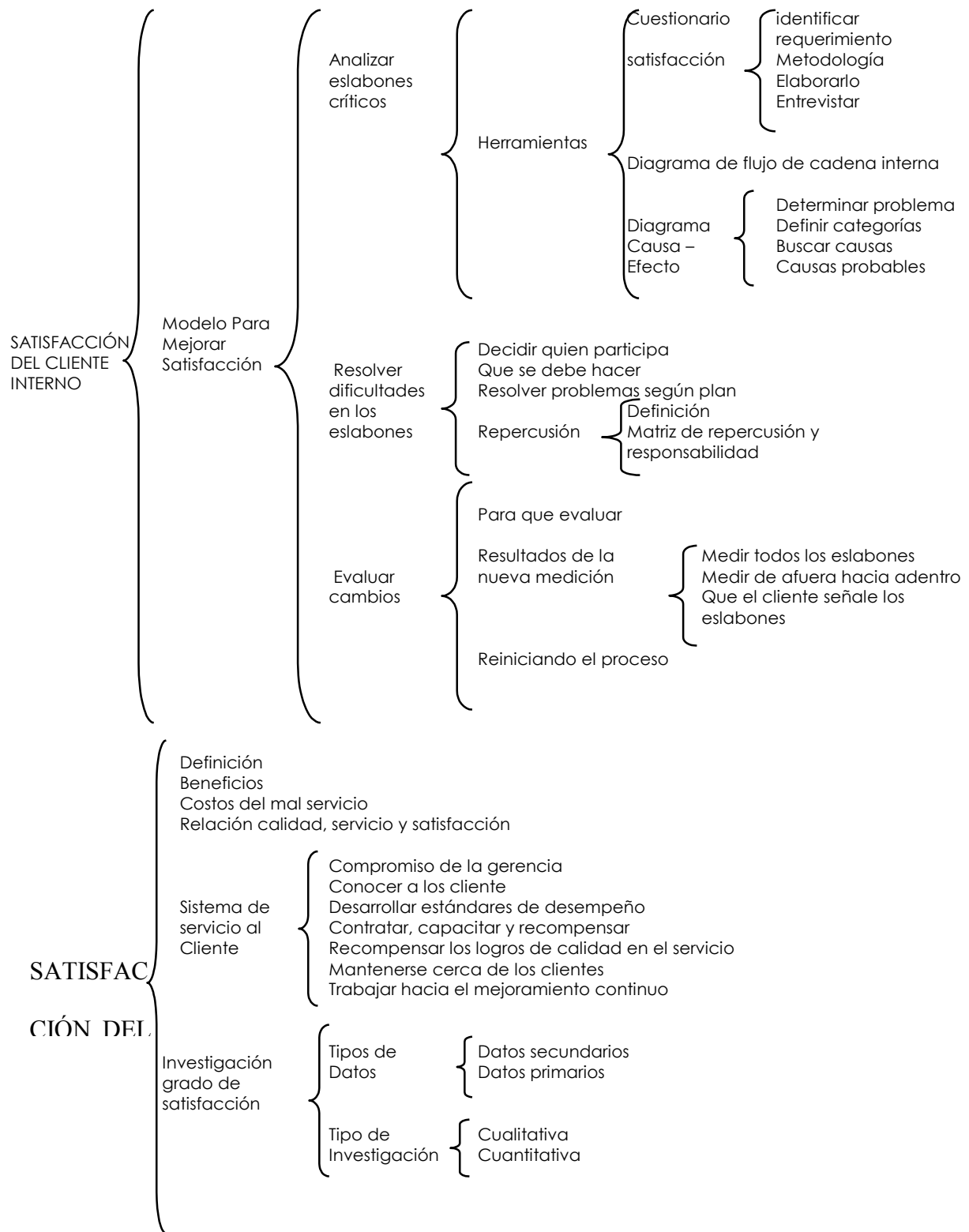
GERENCIA DEL SERVICIO

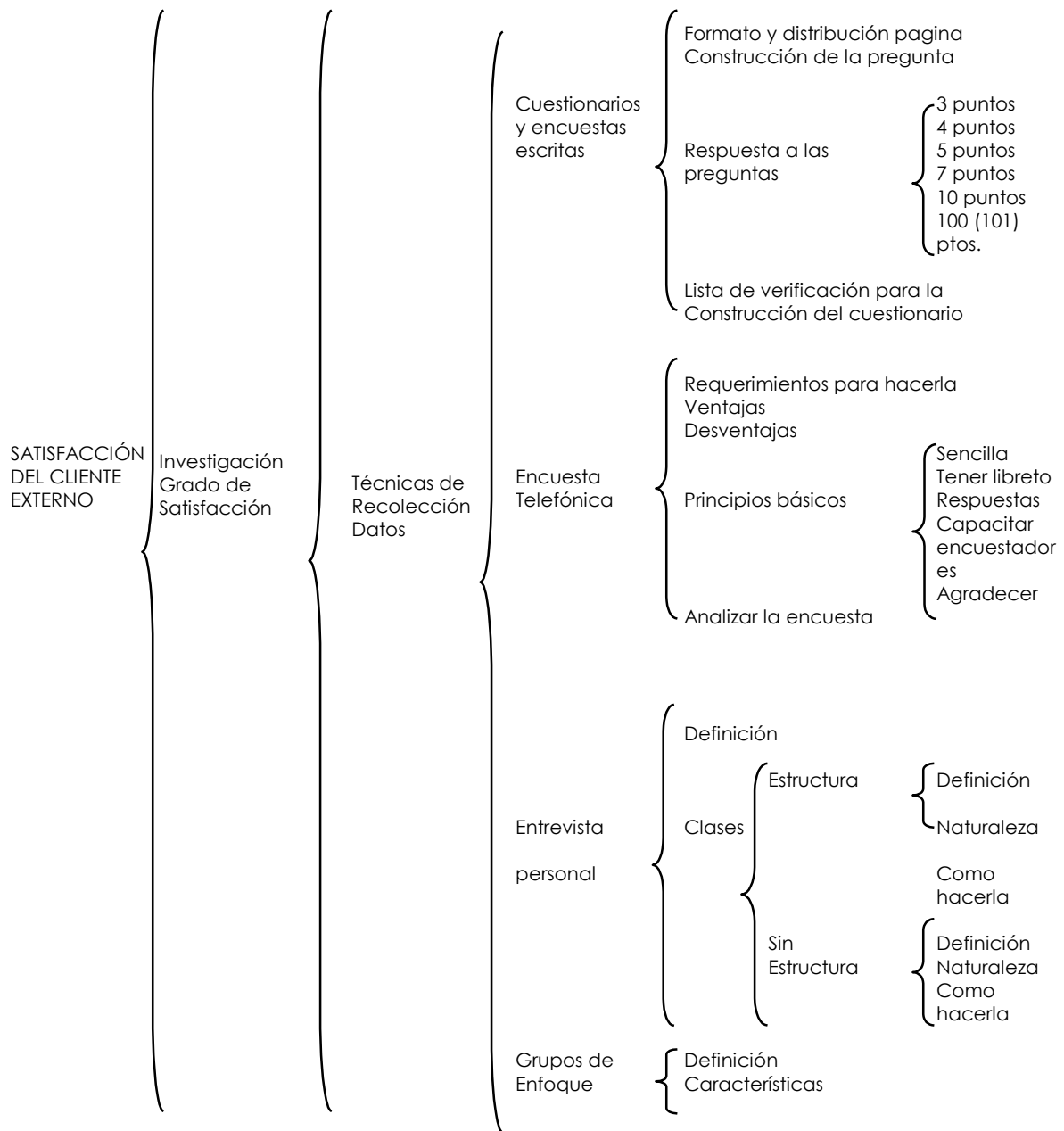




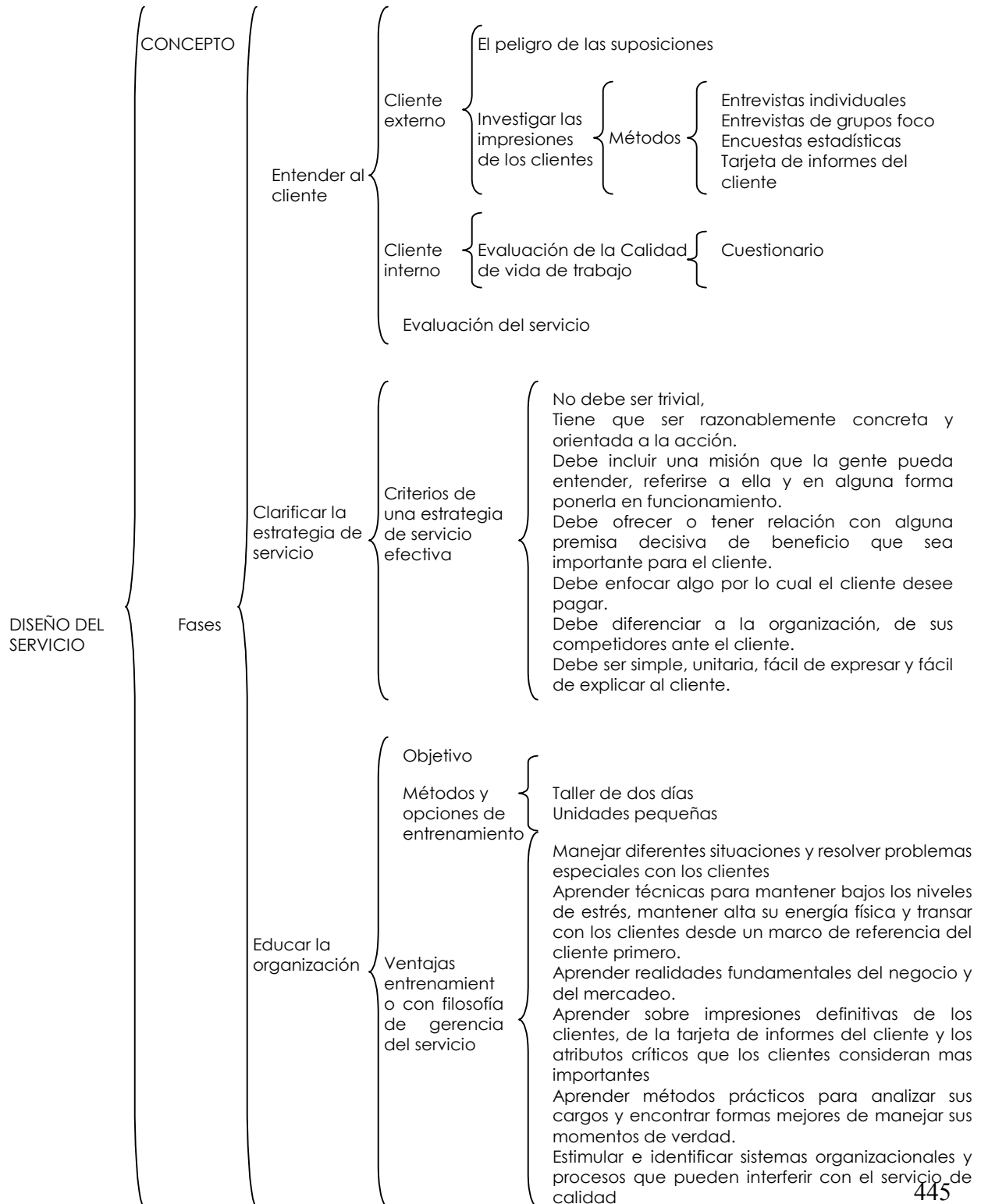


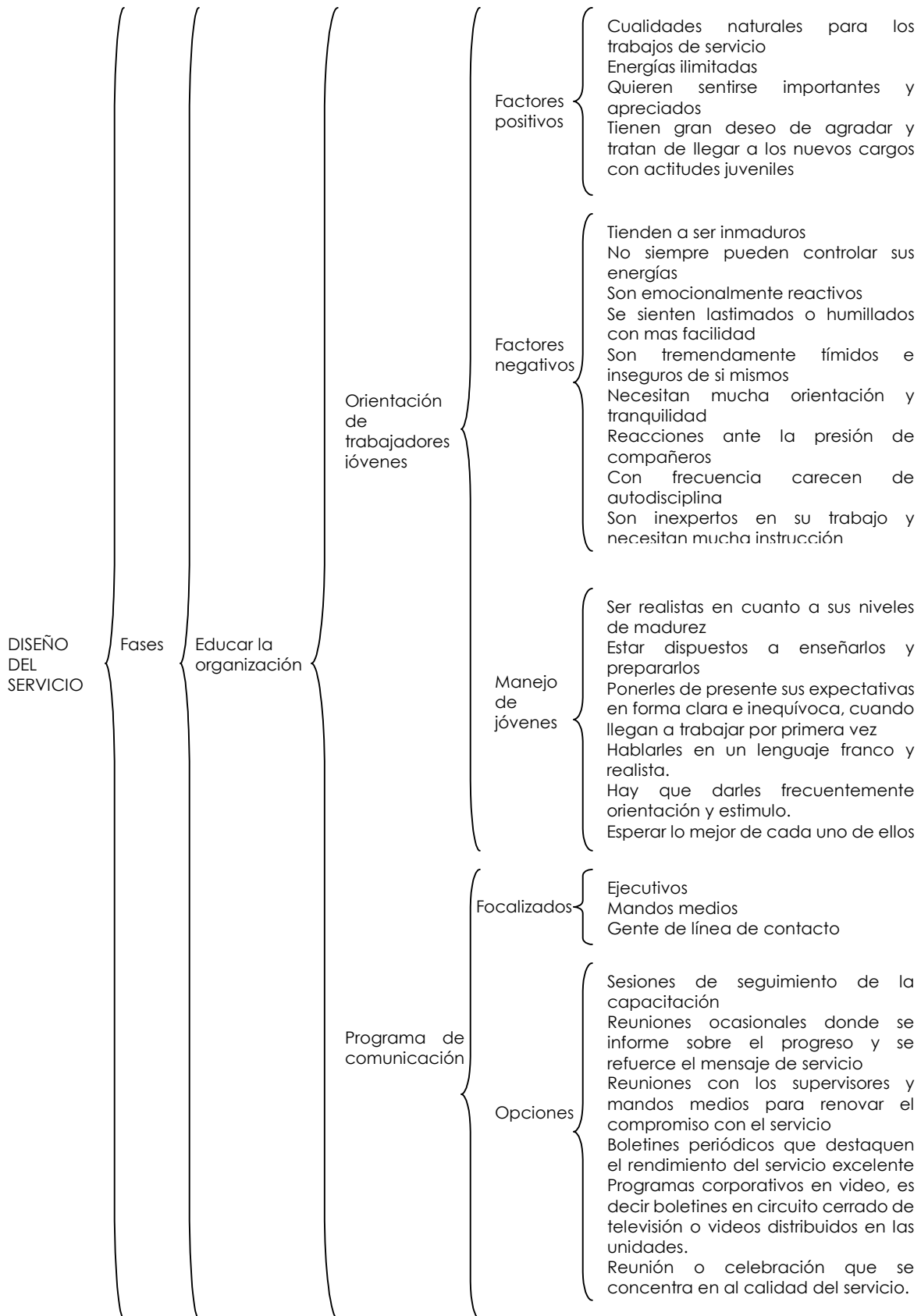


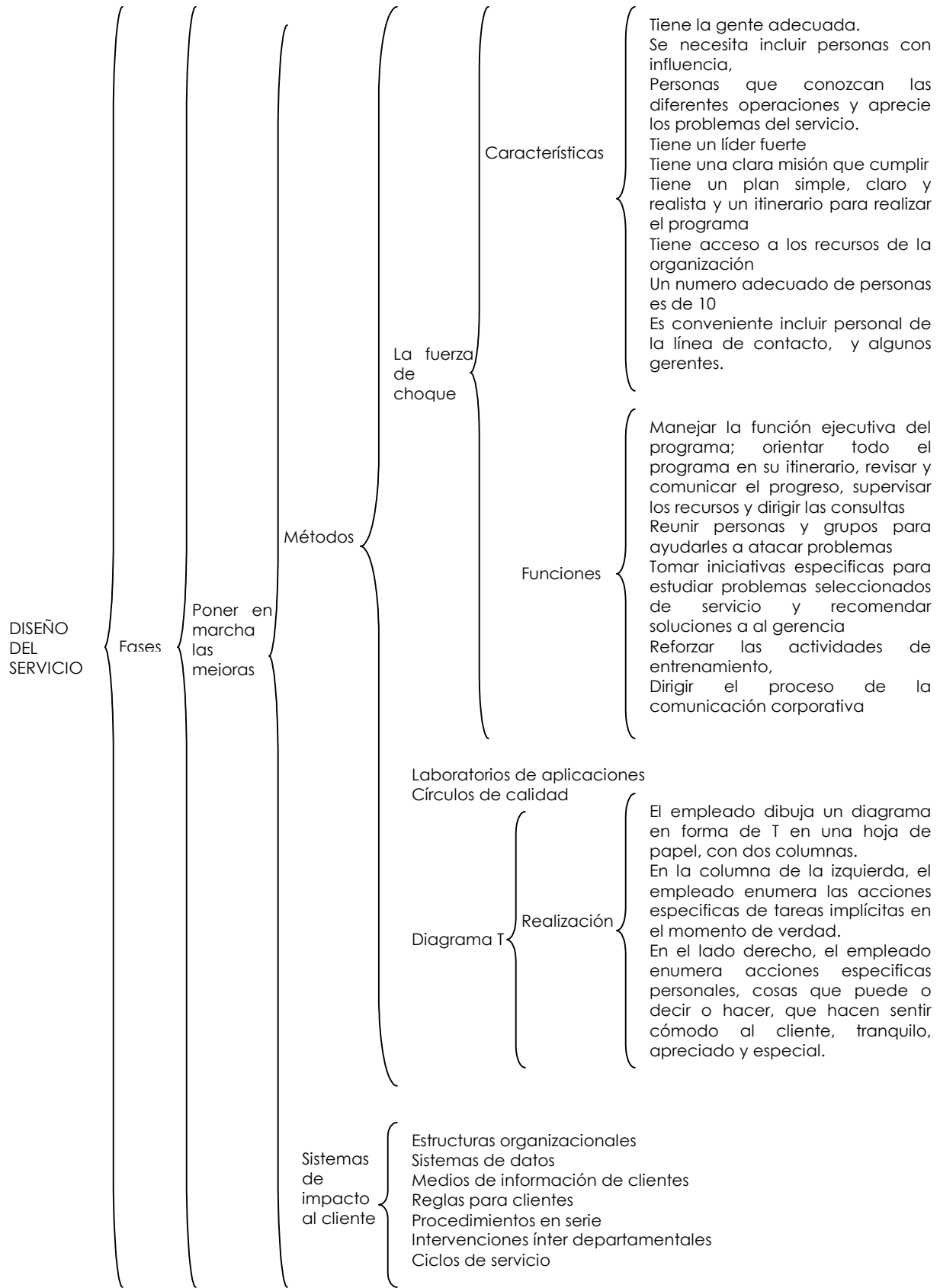


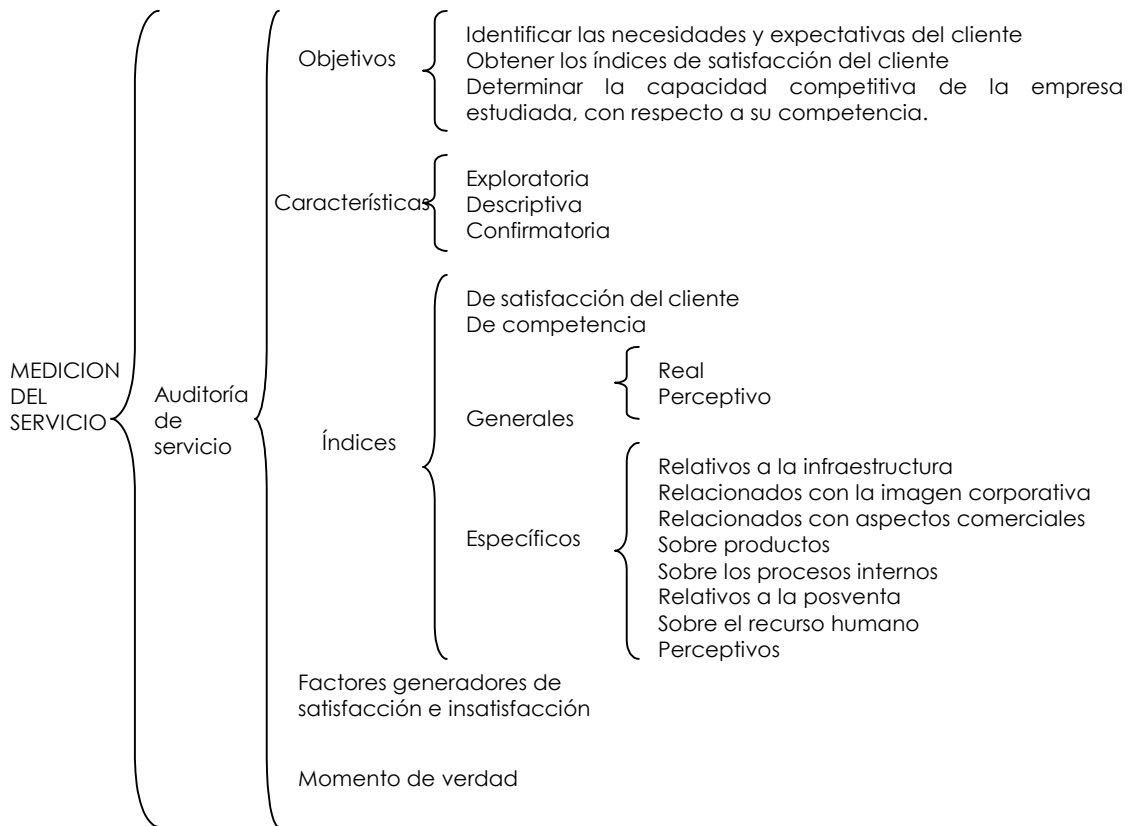
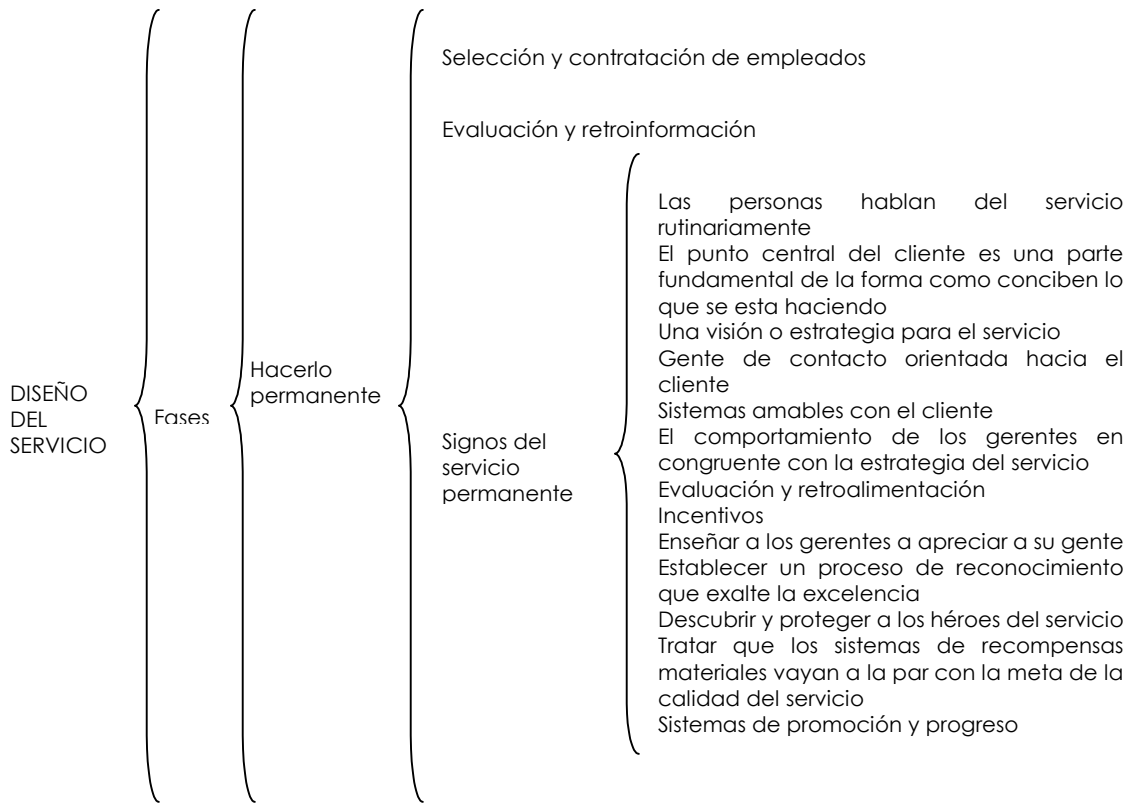


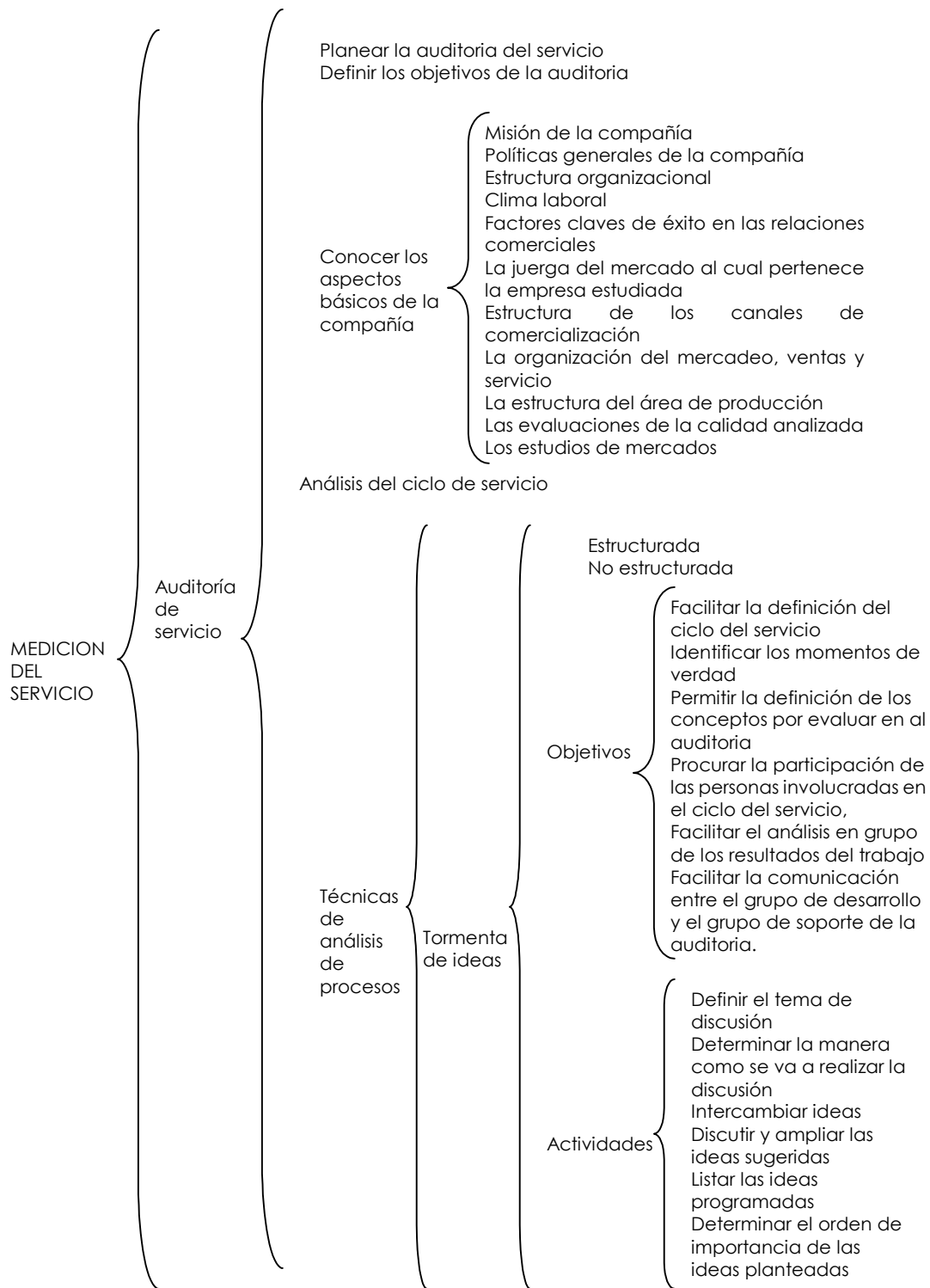
DISEÑO Y MEDICION DEL SERVICIO

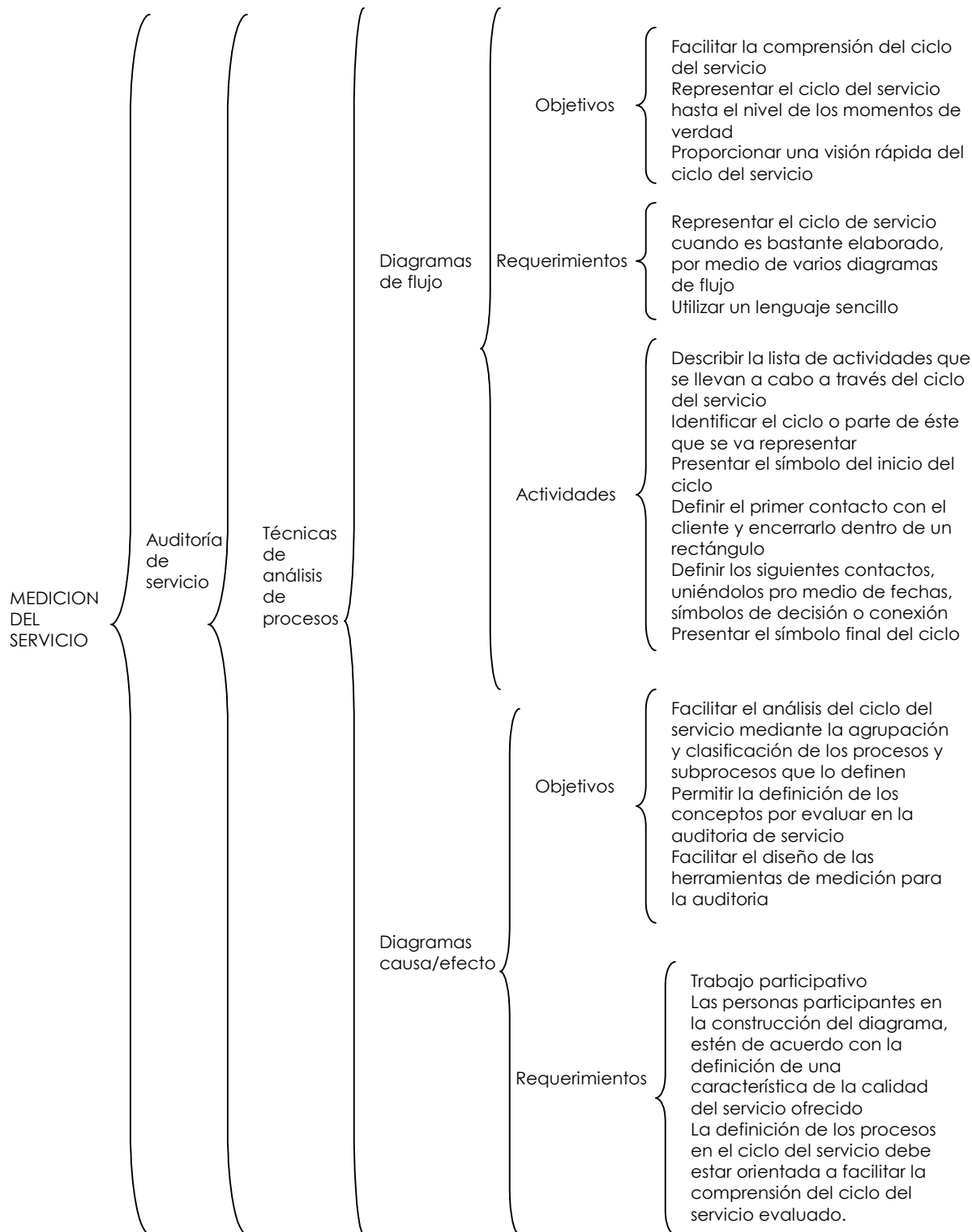


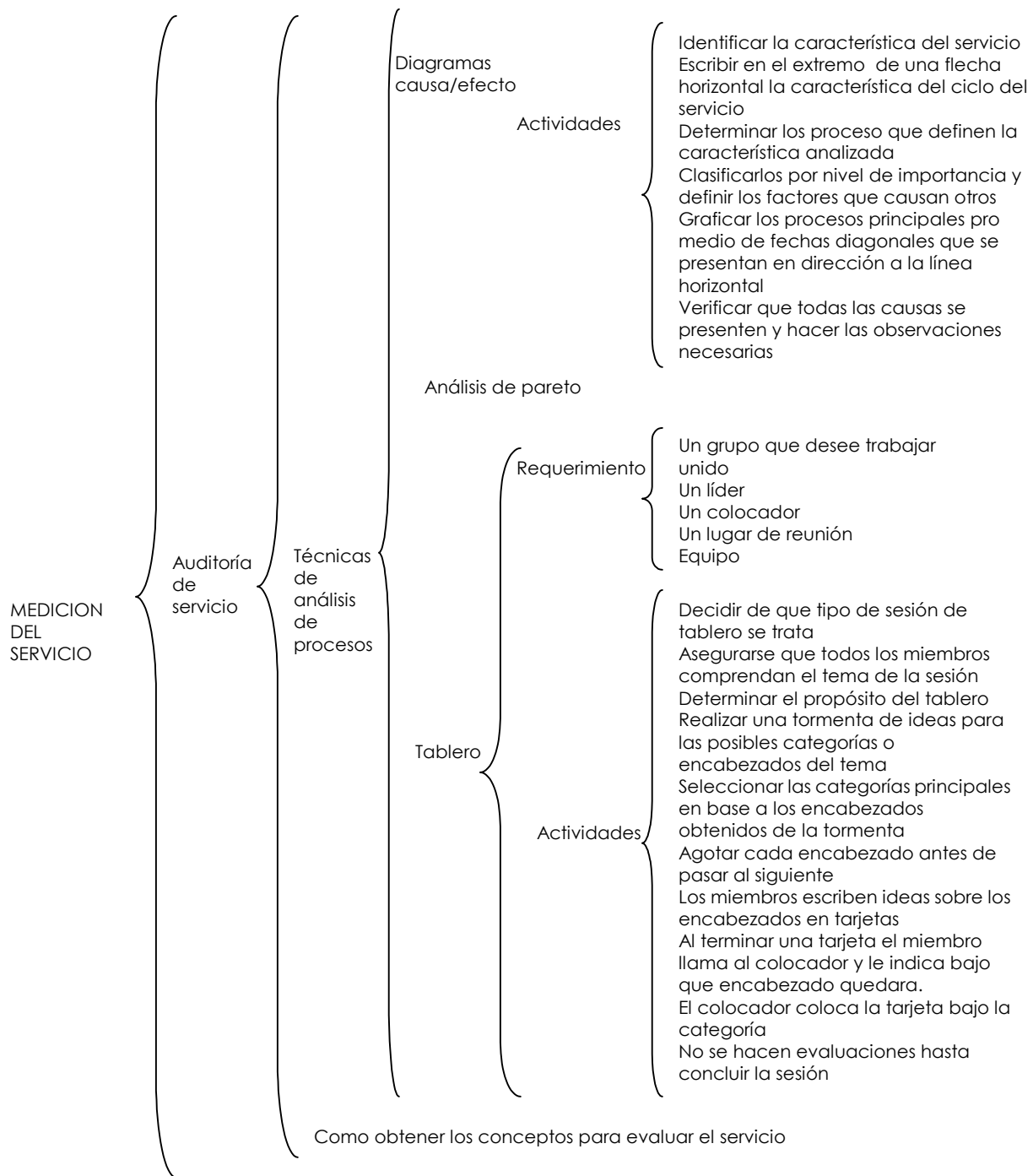


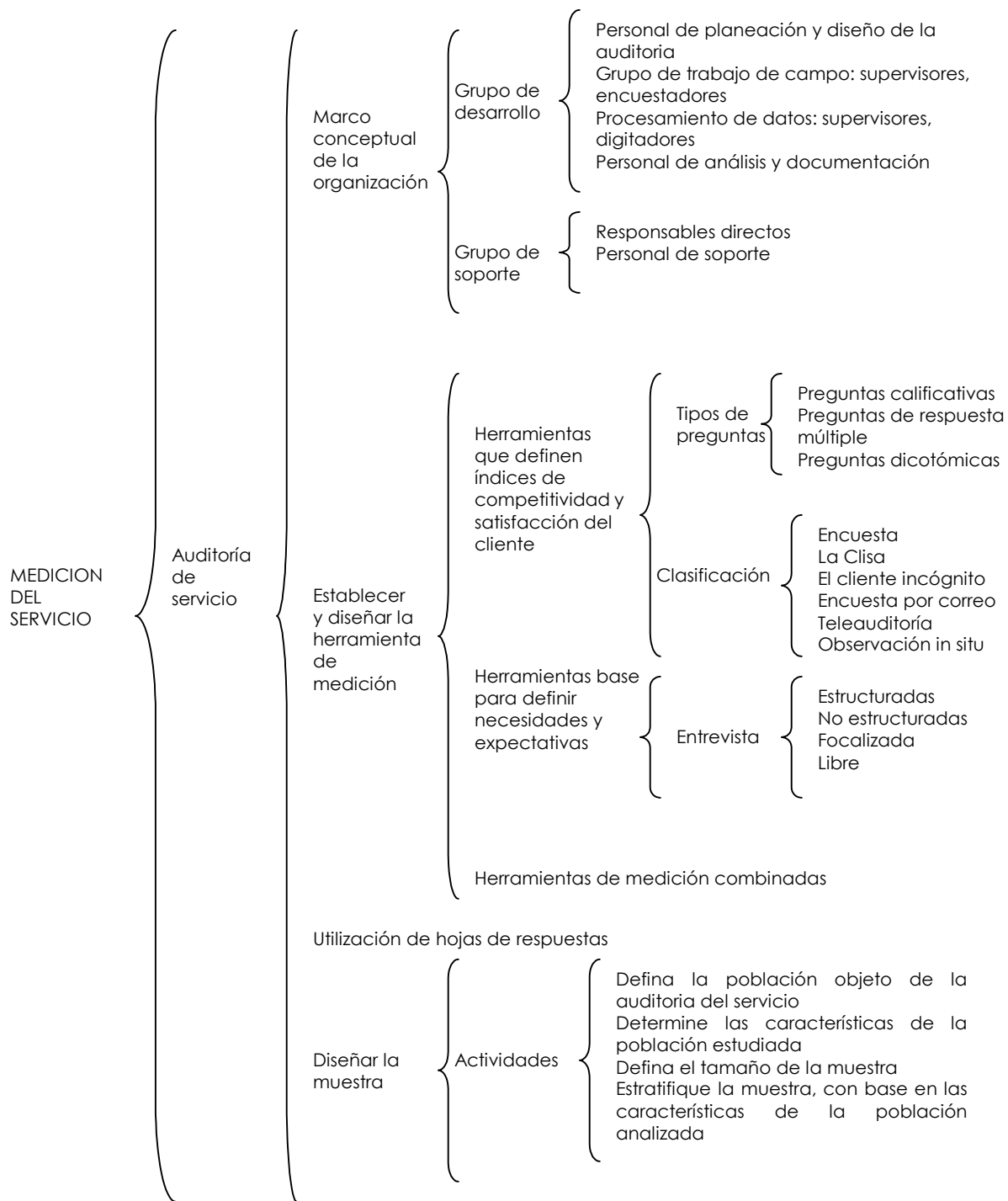


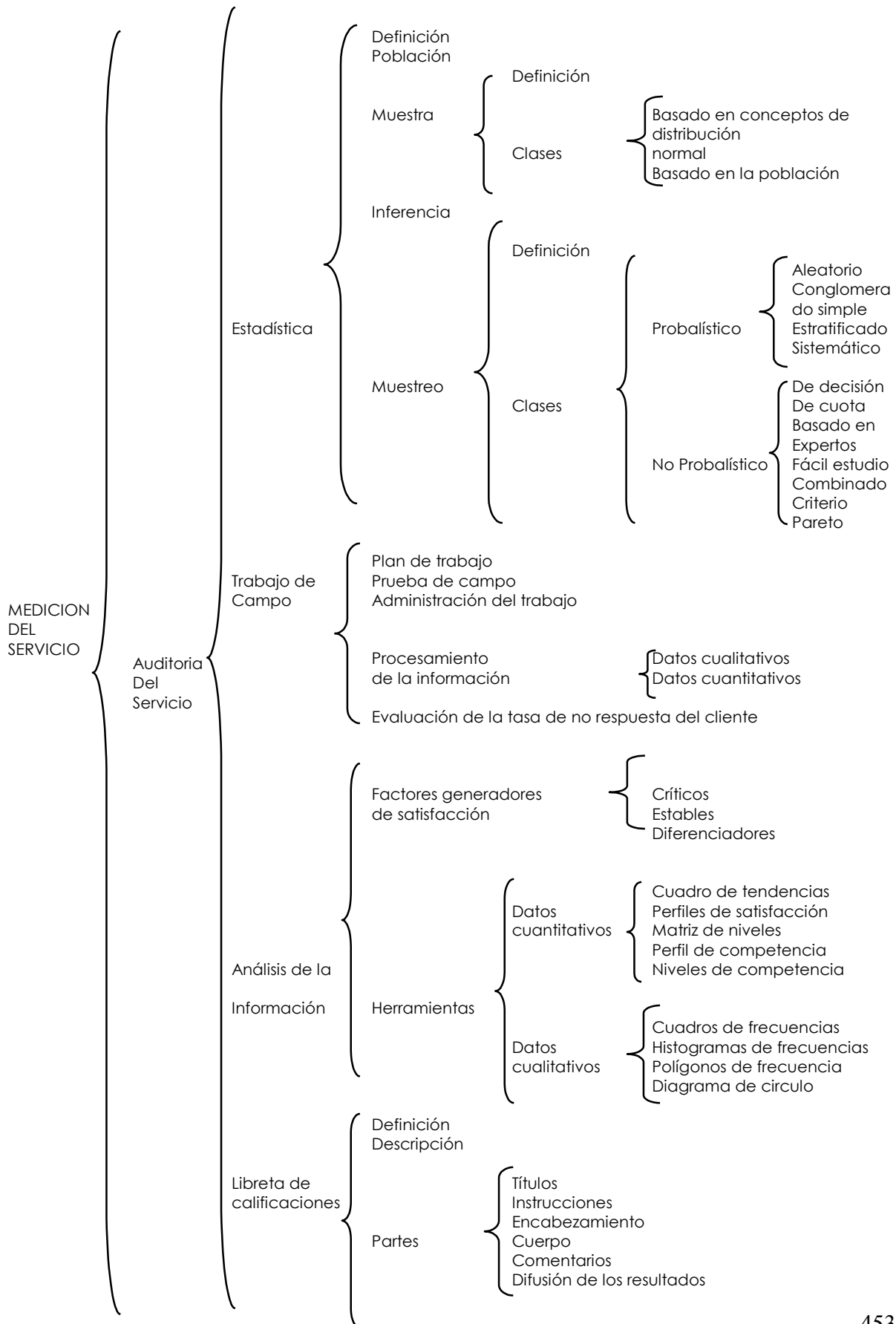












CAPITULO VII

GLOSARIO

DE SERVICIO

Con el fin de conceptualizar los términos que se derivan de la estructura de árbol, se presenta un completo glosario, que tiene como finalidad hacer concordar término a término y unificar significados.

TEORIA DEL SERVICIO

1. SERVICIO

1.1. DEFINICIÓN: El servicio es la actividad mediante la cual se considera al cliente como el punto focal de todas las decisiones y acciones de la organización, buscando satisfacer sus necesidades, de esta perspectiva, la organización existe para servir al cliente y los sistemas y el personal existen para facilitar el proceso de servicio⁹⁷⁴.

1.2. GERENCIA DEL SERVICIO

1.2.1. DEFINICIÓN: "Es un método organizacional total para hacer del mejor servicio la fuerza motriz del negocio. Es un concepto transformativo, una filosofía, un proceso de pensamiento, un conjunto de valores, actitudes y métodos"⁹⁷⁵.

⁹⁷⁴ Chase B Richard, Aquilano Nicolas, Jacobs Robert. Administración de Producción y Operaciones. pág. 144.

⁹⁷⁵ Karl Albrecht y Lawrence J. Bradford. La Excelencia en el Servicio. pág. 24.

2. CLIENTE

2.1. DEFINICIÓN: El cliente es la razón de existir de un negocio. Es un ser humano que paga por el servicio o producto que se ofrece en cualquier empresa⁹⁷⁶.

2.2. PENSAR COMO PIENSA EL CLIENTE: Es saber lo que desean los clientes que se haga con ellos y ver como ellos ven el negocio.⁹⁷⁷

2.3. MARCO DE REFERENCIA COMPARTIDO: Es un prerrequisito para la comunicación humana. Es crear un claro entendimiento de lo que esta ocurriendo en la mente de los clientes, al llegar a concretar negocios con una compañía.⁹⁷⁸

2.4. CLASES

2.4.1. INTERNO

2.4.1.1. DEFINICIÓN: Son aquellas personas que están prestando un servicio dentro de la compañía, en contacto permanente con el público y que se preocupan por brindar toda la atención a los clientes que pagan.⁹⁷⁹

⁹⁷⁶ Ibid., pág. 20.

⁹⁷⁷ Ibid., pág. 20.

⁹⁷⁸ Ibid., pág. 22.

⁹⁷⁹ Karl Albrecht y Lawrence J. La Revolución en el Servicio. pág. 129.

2.4.2. EXTERNO

2.4.2.1. DEFINICIÓN: Es "El Sentimiento de Síntesis" que tiene el cliente, el cual le hace decir que está satisfecho, es decir que sus necesidades han sido suplidas.⁹⁸⁰

2.4.2.2. DE LOS 90': Son los clientes que surgen por el cambio en la sociedad, impulsada por la manufactura o el servicio, en donde se caracterizan por ser más exigentes y agresivos, llegando a una revolución de los consumidores.⁹⁸¹

2.4.2.2.1. TIPOS

- BEBES DE LA TREGUA: Son los clientes que nacieron después de 1965 . La generación de estos niños deriva su nombre de la caída vertical de las tasas de nacimiento después de 1964, generalmente considerados como el fin de la explosión demográfica de la posguerra.
- PREADOLESCENTES: Son los miembros más jóvenes de esta generación que están sometidos a más influencia de los padres en la compra de productos. Ellos absorben una gran cantidad de su información sobre productos de los anuncios de televisión, representando un potente poder de compra.⁹⁸²

⁹⁸⁰ Joan Ginebra y Rafael Arana de la Garza. Dirección por Servicio. pág. 127.

⁹⁸¹ Karl Albrecht. Op. Cit. pág. 51.

⁹⁸² Ibid., pág. 53.

- **ADULTOS JÓVENES:** Son clientes que están entre los 18 y los 25 años. Los que están en el extremo superior del nivel de edad, junto con los hijos de la posguerra.
- **HIJOS DE LA POSTGUERRA:** Es un tipo de clientes que su fecha de nacimiento está entre 1946 y 1964, durante este tiempo nacieron más de 96 millones y ahora están entre los 25 y 43 años. Representan el único grupo más grande para Estados Unidos, tienen un gran volumen y poder de compra.⁹⁸³

2.4.2.3. CARACTERÍSTICAS DE LOS CLIENTES DE LA POSGUERRA:

- **PARTICIPACIÓN:** Son personas activistas y que continúan participando activamente, son escépticos en cuanto a la autoridad, desconfianza por el gobierno y en algunos casos deslealtad con las grandes corporaciones.⁹⁸⁴
- **BÚSQUEDA DEL EGO:** Son personas que tienden por la meditación trascendental, las drogas para desahogar la mente y la filosofía y religión oriental que se guían por normas propias, ellos representan la búsqueda a través de un fenomenal interés por el espiritualismo.
- **IGUALDAD:** Son las personas manifestantes a favor de los derechos civiles, que libran guerras contra la pobreza, la integración racial e igualdad. Promueven

⁹⁸³ Ibid., pág. 55.

⁹⁸⁴ Ibid., pág. 56.

activamente los derechos de los homosexuales y hacen campañas por los desamparados.

- NATURALEZA: Fue la generación de salvar el planeta. EL grupo de regreso a la tierra evitaba en lo posible cualquier cosa producida artificialmente, teniendo gran conciencia por la salud.
- RECHAZO A LA VIOLENCIA: Son las personas que estaban en contra de todo acto de violencia, están dispuestos a negociar, colaborar y al compromiso más que a la confrontación para arreglar las diferencias.⁹⁸⁵
- ESTILO DE VIDA CREATIVO: Son las personas que vivían en comunas y exploraron estilos de vida alternos que iban desde comunidades rurales hasta en viajes. Ellos valoran la libertad de movimiento y el control de su propio tiempo, más que la seguridad y las recompensas de empleos de larga duración.
- RELACIÓN MÁS IMPORTANTE: Estas personas son las que compran productos y servicios a aquellos que en su concepto se preocupan por ellas como individuos. Estas personas valoran el servicios superior, más que cualquier otros grupo de consumidores.⁹⁸⁶

⁹⁸⁵ Ibid., pág. 57.

⁹⁸⁶ Ibid., pág. 58.

- EXIGEN ATENCIÓN COMPLETA: Son personas con un carácter egocéntrico marcado, que exige recibir atención exclusiva y completa de los vendedores.
- RESISTEN LA MOTIVACIÓN EXTERNA: Estos compradores quieren tomar sus propias decisiones con la ayuda de un representante de ventas personal amable. Tienen un valor innato que les dice que deben desconfiar de la autoridad y de los grandes negocios.
- PRODUCTOS QUE REFUERZEN VALORES: Son personas que se preocupan menos por los beneficios de los productos que por lo que estos hacen en apoyo de sus estilos de vida actuales.

2.4.2.4. DIFERENCIAS CULTURALES

- EMPLEADOS DE SERVICIOS: Es la mezcla cultural de los empleados de servicios, que se pueden presentar en una compañía, este conjunto laboral esta en aumento cada día y requiere de una gran sensibilidad por parte de los clientes para aceptar esta diversidad.
- CLIENTES: Es la diversidad cultural que se presenta en el número de clientes, algunos de ellos no hablan ingles y traen consigo su propio conjunto de insumos que crean su marco de referencia para hacer negocios en la nueva economía.⁹⁸⁷

⁹⁸⁷ Ibid., pág. 62.

- AMERICANOS: Son los valores culturales propios de los norteamericanos, que influyen profundamente en el comportamiento como clientes.⁹⁸⁸

3. MOMENTOS DE VERDAD

3.1. DEFINICIÓN: Es ese preciso instante en que el cliente se pone en contacto con nuestro negocio y sobre la base de ese contacto, se forma una opinión acerca de la calidad del servicio y virtualmente la calidad del producto.⁹⁸⁹

3.2. TIPOS

3.2.1. AMARGOS: Son momentos de verdad mal manejados por parte del empleado que ofrece el servicio. En esta clase de momentos falla uno o más elementos críticos del triángulo del servicio, como la estrategia, los sistemas o la gente.

3.2.2. ESTELARES: Es una clase de momento de verdad, en donde se usa la creatividad y la dedicación para que ocurran de manera correcta y planeada.⁹⁹⁰

⁹⁸⁸ Ibid., pág. 63.

⁹⁸⁹ Ibid., pág. 30.

⁹⁹⁰ Karl Albrecht y Ron Zemke. Gerencia del Servicio. pág. 119.

4. CICLO DE SERVICIO

4.1. DEFINICIÓN: Es un mapa de los momentos de verdad a medida que lo experimentan los clientes. El ciclo del servicio se activa cada vez que un cliente se pone en contacto con el negocio.⁹⁹¹

4.2. MOMENTOS CRÍTICOS DE VERDAD: Son momentos de verdad que se detectan por su gran importancia para el éxito del negocio y que si no se manejan positivamente con toda seguridad conducen al descontento del cliente.⁹⁹²

4.3. MARCOS DE REFERENCIA: Obra como un filtro y tiene un efecto poderosos sobre el significado que le asignan al momento d verdad los individuos del servicio, Se deduce de numerosos insumos: sus actitudes personales, valores, creencias, deseos, sentimientos y expectativas.

4.3.1. INSUMOS PARA EL MARCO: Son los componentes que ayudan a crear el marco de referencia como por ejemplo: experiencia anterior con nuestro negocio o negocios similares, creencias sobre el negocio, expectativas formadas por sus experiencias anteriores, actitudes, creencias, normas étnicas y valores que se han formado durante la vida del cliente y recomendaciones o advertencias provenientes de otros clientes.⁹⁹³

⁹⁹¹ Ibid., pág. 33.

⁹⁹² Ibid., pág. 34.

⁹⁹³ Ibid., pág. 40.

4.3.1.1. DEL EMPLEADO DE SERVICIO: Entre estos insumos que ayudan a crear el marco de referencia del empleados de servicio se encuentran, lo que le ha dicho la empresa que haga a su empleados, reglas y regulaciones establecidas para los empleados de servicio y los clientes, el nivel de madurez emocional del empleados, entre otras.

4.3.1.2. CONGRUENCIA: Es la compatibilidad de acción entre los tres factores de contexto, marco de referencia del cliente y marco de referencia del empleado. Significa que tiene que haber una concurrencia de las mentes en el momento de verdad. Tiene que haber una coincidencia entre el marco de referencia del cliente con el del empleado de servicio, para que el momento de verdad se gane uniformemente.

4.4. MOMENTOS ESPECIALES: Son encuentros particulares decisivos para el éxito de un ciclo del servicio. Siendo el único y más poderoso elemento en la ecuación del servicio.⁹⁹⁴

4.4.1. DE COMPRAR/ NO COMPRAR: Es el momento en el que el cliente, antes de pagar se pregunta que lo hizo decidir comprar ese producto o servicio en particular. Se presenta en la mente de todo cliente cuando sopesa la decisión de comprar o no comprar. En este instante incluye factores como la exhibición del producto, las habilidades interpersonales de la persona que trata con el cliente, la

⁹⁹⁴ Ibid., pág. 41.

calidad del producto y muchísimas otras variables que tienen un impacto sobre el cliente durante el momento de verdad.⁹⁹⁵

4.4.2. DE VALOR POR DINERO: Es un punto en el cual todo cliente hace una verificación del valor respecto del producto o servicio. Con frecuencia este momento de verdad se presenta hacia el final de la gimnasia mental del cliente, cuando decide comprar o no comprar.⁹⁹⁶

4.4.3. PARA DECISIÓN DE NUEVA COMPRA: Es un momento de verdad, que sigue rápidamente al momento de verdad de valor por dinero, es la decisión de comprar de nuevo. Aún cuando no se expresa abiertamente el pensamiento, en el subconsciente se toma la decisión de volver a comparar el servicio o producto alguna vez en el futuro.⁹⁹⁷

4.4.4. POR REFERENCIA: Sucede cuando un comprador es influido al momento de la compra por un comentario de un cliente que ya ha tendido contacto directo con el servicio o producto. Este tipo de momento de verdad no se puede controlar o tener un impacto directo, porque generalmente ocurre en algún lugar lejano al negocio. Pero el momento de verdad hará una impresión duradera en la mente del cliente y suscitará en algún momento posterior una referencia positiva o negativa.⁹⁹⁸

⁹⁹⁵ Ibid., pág. 42.

⁹⁹⁶ Ibid., pág. 44.

⁹⁹⁷ Ibid., pág. 45.

⁹⁹⁸ Ibid., pág. 46.

4.4.5. DE MALA NOTICIA: Es cuando un empleado debe dar una mala noticia a un cliente, el cual esta a punto de recibir una experiencia negativa, como resultado de algo que puede esta completamente fuera de control del empleado de servicio.⁹⁹⁹

4.4.6. SE REPITE PERPETUAMENTE: Son los momentos de verdad que se repiten en un negocio para el cliente de manera permanente. La dificultad con el manejo de este momento de verdad consiste en que los empleados rara vez están cerca cuando esto ocurre, a menos que suceda en el propio lugar de trabajo.¹⁰⁰⁰

5. TRIÁNGULO DE SERVICIO

5.1. DEFINICIÓN: Es una ilustración visual de toda la filosofía de la gerencia del servicio.

5.2. PARTES

5.2.1. CLIENTE: Es el corazón del modelo y el círculo central, los clientes se deben identificar tanto en forma sicográfica como demográfica.¹⁰⁰¹

⁹⁹⁹ Ibid., pág. 47.

¹⁰⁰⁰ Ibid., pág. 48.

¹⁰⁰¹ Ibid., pág. 27.

5.2.1.1. FACTORES DEMOGRÁFICOS: Son datos que crean perfiles reales y numéricos de los diferentes segmentos de clientes a quienes se esta tratando de llegar con el producto o servicio de una compañía. Estos factores incluyen variables claves que representan las características fundamentales de los clientes tales como la edad, sexo, estado civil, ocupación, ingresos, educación, religión, etc.¹⁰⁰²

5.2.1.2. FACTORES SICOGRÁFICOS: Son los datos que nos permiten conocer lo que piensa, motiva e influye en el cliente y lo que lo hace actuar de una manera determinada. Son los acontecimientos significativos por lo cuales los clientes miden su propia satisfacción con el producto y servicio, además son las formas en que el negocio se diferencia de la competencia.¹⁰⁰³

5.2.2. GENTE: Incluye a todos lo ejecutivos, gerentes y empleados de la organización. Representa el aspecto educativo de la gerencia del servicio. La línea que conecta este círculo significa que debe haber un conjunto de valores compartidos sobre el servicio en toda la organización.¹⁰⁰⁴

5.2.3. SISTEMA

5.2.3.1. DEFINICIÓN: Es todo el mecanismo físico y procedimental que tiene a su disposición la gente que presta ese servicio para satisfacer las necesidades del

¹⁰⁰² Ibid., pág. 96.

¹⁰⁰³ Ibid., pág. 100.

¹⁰⁰⁴ Ibid., pág. 28.

cliente. En el sistema se pueden encontrar aspectos como las instalaciones físicas y actividades menos visibles como la adquisición de los alimentos, manipulación, etc.¹⁰⁰⁵

5.2.3.2. PAQUETE DE SERVICIOS: Es la suma total de los bienes, servicios y experiencias ofrecidos al cliente, definiendo la oferta que la empresa esta en capacidad de poner a disposición del mercado.¹⁰⁰⁶

5.2.3.3. ANTEPROYECTO DE SERVICIO

5.2.3.3.1. DEFINICIÓN: Es un documento es donde se describe de manera detallada los pasos a seguir al momento de darse un servicio, separando las actividades que el cliente puede ver o que requieren su participación.

5.2.3.3.2. CARACTERÍSTICAS: El diagrama es útil para determinar sitios donde un servicio actual es débil o es propenso a fallar, en el anteproyecto se examina su integridad y se descubren y resuelven los puntos vulnerables.¹⁰⁰⁷

¹⁰⁰⁵ Karl Albrecht y Ron Zemke. Gerencia del Servicio. pág. 77.

¹⁰⁰⁶ Ibid.,. pág. 88.

¹⁰⁰⁷ Ibid.,. pág. 91.

5.2.3.3.4. CLASES

5.2..3.4.1. GERENCIAL: Sucede cuando uno está dentro del rol gerencial de la compañía y forma parte de este sistema. Sus miembros incluyen a los propietarios, ejecutivos y gerentes que realmente está a cargo del negocio u que toman las decisiones estratégicas que lo orientan a corto y largo plazo.

5.2..3.4.2. DE REGLAS Y REGULACIONES: Son todas aquellas pautas para empleados y clientes. Estas son las leyes de la organización; lo que es correcto o incorrecto hacer.

5.2..3.4.3. TÉCNICO: Este sistema representa todas las herramientas físicas y técnicas utilizadas para realizar el producto o servicio.

5.2..3.4.4. SOCIAL: Este es el sistema humano, representa a toda la gente del negocio y la forma de interactuar entre sí, como se hace el trabajo conjuntamente. Este es el sistema en el cual la gente practica o no practica el trabajo en equipo, la cooperación, la solución de problemas y el manejo del conflicto.¹⁰⁰⁸

¹⁰⁰⁸ Ibid., pág. 27.

5.2.4. ESTRATEGIA

5.2.4.1. CONCEPTO: Es una fórmula característica para la prestación de un servicio; esa estrategia es inherente a una premisa de beneficio bien escogida que tiene valor para el cliente y que establece una posición competitiva real.¹⁰⁰⁹ Se construye sobre la información demográfica y sicográfica que se obtiene en la averiguación, para llegar a conocer más íntimamente a nuestros clientes. Tiene dos partes claves: La dedicación oficial corporativa al servicio, que se enfoca internamente y la promesa del servicio a los clientes, que se enfoca externamente. Llega a ser un modelo de gerencia para decisiones futuras sobre la compañía, su servicio y operaciones.¹⁰¹⁰

5.2.4.2.PARA QUE TENERLA: Es importante tenerla para "posicionar" un servicio en el mercado, proporcionando una forma simplificada de enviar su mensaje de tal manera que diga algo, que tenga significado y tenga conexión con una necesidad de compra conocida o un factor motivacional.¹⁰¹¹

5.2.4.3.CUANDO ES NECESARIO REPLANTEARLA: Son las razones que se presentan para que una empresa decida replantear sus estrategias básicas de servicio y son con el fin de anticiparse a los cambios en el mercado o en respuesta a una crisis que se presenta cuando se pierde contacto con el mercado.¹⁰¹²

¹⁰⁰⁹ Karl Albrecht y Ron Zemke. Gerencia del Servicio. pág. 64.

¹⁰¹⁰ Ibid., pág. 28.

¹⁰¹¹ Karl A. y Ron Z. Op cit., pág. 65.

¹⁰¹² Ibid., pág. 68.

5.2.4.4. INGREDIENTES: Son los tres conceptos importantes que debe tener una estrategia efectiva de servicios, que combinando estos tres procesos fundamentales del pensamiento, es posible lograr un enfoque de mucho significado en las necesidades y expectativas de los clientes, que cree una diferencia en el mercado.

5.2.4.4.1. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS: Es el análisis del sector y el mercado al que pertenece una empresa y en donde se utiliza toda la información disponible para ayudar a planear una estrategia del servicio.

5.2.4.4.2. MISIÓN DEL NEGOCIO: Es un enunciado en donde se define en forma de un esquema específico del negocio o de una afirmación de la política de la compañía que refleje el propósito del negocio comercial único de la organización.

5.2.4.4.3. VALORES MOTORES DE LA ORGANIZACIÓN: Es el conjunto de principios corporativos claramente establecidos y bien publicitados, que constituyen el credo y valores de su organización.¹⁰¹³

6. PECADOS DEL SERVICIO

¹⁰¹³ Ibid., pág. 69.

6.1. APATÍA: Es manifestar una actitud de no importarle nada a la persona que hace el contacto con el cliente. Muchas personas que prestan servicio en el mostrador se comportan así cuando se sienten aburridas con su trabajo y nadie les recuerda que su trabajo consisten en atender y no en permanecer detrás del mostrador.

6.2. DESAIRE: Es tratar de deshacerse del cliente no presentando atención a su necesidad o problema, tratar de "taparle la boca" con algún procedimiento reglamentario que no resuelve el problema pero que saca del apuro a la persona encargada del servicio para hacer algo especial.

6.3. FRIALDAD: Es una especie de fría hostilidad, laconismo, antipatía, precipitación o impaciencia con el cliente.¹⁰¹⁴

6.4. AIRE DE SUPERIORIDAD: Es tratar al cliente con un aire de protección, creyendo ser mejor que ellos¹⁰¹⁵. Es abrumar con palabras a los clientes, utilizando jerga que ellos no pueden entender.¹⁰¹⁶

6.5. ROBOTISMO: Se presenta cuando el trabajador presta su servicio totalmente mecanizado haciendo que el cliente cumpla el mismo programa con los mismos movimientos y consignas y sin ninguna muestra de afabilidad o individualidad.

¹⁰¹⁴ Karl Albrecht. La Revolución del Servicio. pág.14.

¹⁰¹⁵ Ibid.,. pág.15.

¹⁰¹⁶ Karl Albrecht y Lawrence J. Bradford. La Excelencia en el Servicio. pág. 79.

6.6. REGLAMENTO: Es colocar las reglas organizacionales por encima de la satisfacción del cliente, sin ninguna discreción por parte del que presta el servicio para hacer excepciones o usar el sentido común.¹⁰¹⁷

6.7. EVASIVAS: Es una forma de deshacerse del cliente para que el empleado pueda hacer alguna actividad diferente.¹⁰¹⁸

¹⁰¹⁷ Karl. A. Op. Cit. pág. 15.

¹⁰¹⁸ Karl A. y Lawrence J. B..Op cit., pág. 81.

GERENCIA DEL SERVICIO

1. GERENCIA

1.1. DEFINICIÓN: "Es un método organizacional total para hacer del mejor servicio la fuerza motriz del negocio. Es un concepto transformativo, una filosofía, un proceso de pensamiento, un conjunto de valores, actitudes y métodos"¹⁰¹⁹. También puede definirse como : "un enfoque total de la organización que hace de la calidad del servicio, cuando lo recibe el cliente, la fuerza motriz número uno para la operación de un negocio"¹⁰²⁰.

1.2. NACIMIENTO: La gerencia del servicio nació en Suecia por Carlzón, las primeras ideas de servicio se dieron en Escandinava, que trataron de ver el servicio como un proceso de transformación que fuera más allá de las prácticas convencionales.¹⁰²¹

2. DEPARTAMENTO DE SERVICIO AL CLIENTE

2.1. PORQUE ES IMPORTANTE: Es necesaria la creación de este departamento debido a que en las empresas, la gerencia debe determinar un área específica, en donde exista un responsable que se encargue de definir todas las directrices relacionadas con el servicio y las implante en la organización.

2.2. VENTAJAS: Pueden ser útiles para la organización y para el cliente, cuando la gente que trabaja allí puede tomar decisiones en el acto de resolver problemas, es decir que deben estar dotados de responsabilidad.¹⁰²²

2.3. DESVENTAJAS: Cuando tienen una posición de entrada con poco o ningún entretenimiento y pobre salario, además no ayudan cuando los empleados carecen de habilidades interpersonales esenciales. Cuando representan una casilla más en el organigrama.¹⁰²³

2.4. FUNCIONES: Son las actividades diarias que este departamento esta encargada de realizar, entre las más importantes se encuentran el atender las quejas y reclamos de los clientes sobre cualquier aspecto y área de la empresa, resolver las inquietudes de los clientes externos, definir lineamientos y

¹⁰¹⁹ Karl Albrecht y Lawrence J. Bradford. La Excelencia en el Servicio. pág. 24.

¹⁰²⁰ Karl Albrecht. La Revolución del Servicio. pág. 19.

¹⁰²¹ Karl A. Ibid., pág. 20.

¹⁰²² Karl Albrecht y Lawrence J. Bradford. La Excelencia en el Servicio. pág. 117.

¹⁰²³ Kar A. Op. cit., pág. 117.

procedimientos que permitan que el personal ofrezca un buen servicio y definir y realizar la capacitación necesaria para que todos los empleados brinden un buen servicio.

2.5. PERSONAL: Son los funcionarios que trabajan dentro de este departamento, dentro de los cargos más comunes se encuentran: El director del departamento, secretaria, analista y/o asesor y encargados del servicio al público.

3. CULTURA DEL SERVICIO

3.1. DEFINICIÓN: Es el contexto social que influye en la forma como la gente se comporta y se relaciona, con métodos orientados hacia el servicio, definiendo al cliente como el primero y más importante pilar de la organización.¹⁰²⁴

3.2. VENTAJAS E IMPORTANCIA: Son los beneficios que trae, que una compañía se oriente hacia el servicio al cliente, alguna de ellas son: Crea cliente fieles y leales a la empresa, aumenta las utilidades, permite la expansión de la empresa, el reconocimiento por la calidad en el servicio y la diferenciación frente a la competencia.

3.4. CARACTERÍSTICAS DE LAS EMPRESAS

3.4.1. ORIENTADAS AL SERVICIO: Son aquellas que dentro de sus políticas, figuras de autoridad, valores predominantes, las normas de conducta y el sistema de recompensas y sanciones, están enfocadas hacia el servicio, llevando a la gente de la organización hacia resultados de alta calidad en los momentos de verdad.

3.4.2. MOTIVADAS: Estas empresas se caracterizan porque empiezan a interesarse por el servicio al cliente, pero les falta la definición de parámetros y herramientas que les permitan tener una Cultura de Servicio.

4. CALIDAD EN EL SERVICIO

4.1. ESCALAS DE CALIDAD

4.1.1. DE PROCEDIMIENTOS: Consiste en los sistemas y métodos establecidos para ofrecer productos y/o servicios

4.1.2. PERSONAL: Es la manera en que el personal de servicio (haciendo uso de sus actitudes, conductas y aptitudes verbales), se relaciona con los clientes.¹⁰²⁵

4.2. TIPOS DE SERVICIO

4.2.1. DIAGRAMA A: El congelador: Refleja una operación con un nivel bajo de servicio personales y de productos.

¹⁰²⁴ Ibid., pág. 124.

¹⁰²⁵ A. William B. Martin. Calidad en el Servicio al Cliente. pág. 6.

4.2.2. DIAGRAMA B: La fábrica: Representa un servicio en procedimientos, pero débil en dimensiones personales. Este método comunica a los clientes "usted es un número, nosotros aquí estamos para procesarlo.

4.2.3. DIAGRAMA C: Zoológico amistoso: Es muy personal, pero no tiene coherencia con los procedimientos. Este tipo de servicio le comunica a los clientes "nos estamos esforzando, pero realmente no sabemos lo que estamos haciendo".

4.2.4. DIAGRAMA D: Calidad en el servicio al cliente (C.S.C): Este diagrama, representa la calidad en el servicio al cliente. Es fuerte tanto en la escala personal como en la de productos. Le comunica a las personas "usted nos interesa y le cumplimos".¹⁰²⁶

4.3. RAZONES DE SU IMPORTANCIA

4.3.1. DESARROLLO EN LA INDUSTRIA DE LOS SERVICIOS: Es la evolución que ha tenido el sector de los servicios debido a que la industria día a día cobra más importancia, casi la mitad de los negocios se relacionan con servicio y el desarrollo de estas empresas sigue incrementándose.

4.3.2. MAYOR COMPETENCIA: Es el incremento en el número de empresas, debido a que la competencia en todas las industrias es fuerte y la supervivencia de los negocios depende de lograr la ventaja competitiva y la calidad en el servicio al cliente le da esa ventaja a miles de empresas.

4.3.3. MÁS CONOCIMIENTOS SOBRE LOS CONSUMIDORES: Hoy en día hay más conocimiento que nunca acerca de porque los clientes prefieren ciertos servicios y evitan otros. Los productos de calidad, junto con un precio realista, son indispensables, pero los clientes también desean un buen trato y realizar nuevas transacciones con la empresa o buscar otra que ponga atención especial en el servicio.

4.3.4. BENEFICIOS ECONÓMICOS: Es la esencia de cualquier negocio. Es vital entender la base de los clientes, esta sugiere que las empresas no solamente tienen que atraer nuevos clientes, sino que deben conservar a los que ya tienen y esto lo hace posible la calidad en el servicio al cliente.¹⁰²⁷

4.4. RAZONES DE SU MEDICIÓN

4.4.1. CONOCER LAS PERCEPCIONES: Cada persona es un individuo y percibe las cosas de diferente manera en una misma situación determinada, incluye razones como: que es lo que buscan en un negocio como el suyo, porque hacen negocios con su industria, porque no han cambiado de proveedores, entre otros.

¹⁰²⁶ Ibid., pág. 8.

¹⁰²⁷ Ibid., pág. 9.

4.4.2. DETERMINAR NECESIDADES, DESEOS, REQUERIMIENTOS Y EXPECTATIVAS: Es determinar como se sienten los clientes, acerca del servicio o producto que están comprando y el servicio que reciben, también incluye identificar lo que los clientes quieren y desean que usted haga en relación con su producto.

4.4.3. CERRAR BRECHAS: Son diferencias de percepción entre lo que el negocio cree que esta dando y lo que el cliente percibe que ha recibido, algunas de estas son¹⁰²⁸:

4.4.3.1. LO QUE EL NEGOCIO PIENSA QUE NECESITA EL CLIENTE Y LO QUE DE VERDAD: Necesita saber lo que realmente quiere el cliente, se pueden usar herramientas de medición para informar a los clientes lo que usted cree que ellos necesitan y permitirles decirles que es lo que ellos quieren.

4.4.3.2. LO QUE EL NEGOCIO PIENSA QUE COMPRO Y LO QUE REALMENTE COMPRA EL CLIENTE: No importa que es lo que el negocio venda al cliente, si este percibe que no recibió exactamente lo que suponía que había comprado. La brecha existe porque el cliente no percibe la compra de la misma manera que el negocio.

4.4.3.3. CALIDAD DEL SERVICIO ESPERADA Y LA OFRECIDA: Ocurre cuando el negocio tiene ciertas políticas de servicio al cliente que tienden a ser las mismas para cada cliente individual y descuidan informar a sus clientes de estas políticas, con esto ambas partes toman decisiones sin beneficiarse de toda la información disponible.

4.4.3.4. EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES Y EL DESEMPEÑO REAL DEL SERVICIO: Es dar algo completamente diferente a lo que los clientes esperan, promete elevar el nivel de expectación del cliente, para corregir esto se debe cerrar las brechas entre las promesas de mercadotecnia y la entrega real.¹⁰²⁹

4.4.4. BENEFICIOS: Es lo que una empresa puede darle a la gente, esto proporciona un sentido de logro y un sentimiento de alcanzar las metas, estos beneficios también son la base de un sistema de recompensa que solo es exitoso si esta basado en datos objetivos y cuantificables.¹⁰³⁰

4.5 PROGRAMA DE CALIDAD

4.5.1. AGREGAR VALOR: Es dar algo más de lo que los clientes esperan, si una empresa hace esto, realmente habrá excedido sus expectativas y los habrá puesto en la ruta de convertirlos en clientes satisfechos.

4.5.2. CAPACITAR A LOS EMPLEADOS: Es la necesidad de que los empleados tengan los conocimientos suficientes para que puedan identificar cuando y en

¹⁰²⁸ Ibid., pág. 26.

¹⁰²⁹ Ibid., pág. 27.

¹⁰³⁰ Ibid., pág. 31.

donde pueden ocurrir los problemas de calidad y tengan la capacidad para corregirlos antes de que el cliente note estos errores.

4.5.3. CONTACTO CONSTANTE: Es el continuo acercamiento que debe mantener la empresa con el cliente, se puede hacer mediante boletines de noticias, cartas de agradecimiento, tarjetas, llamadas por teléfono, entre otros.

4.5.4. PROGRAMA DE RECOMPENSA: Son campañas en donde se les reconoce a los clientes el esfuerzo cuando hacen una compra adicional muy grande o cuando le recomiendan nuevos clientes.¹⁰³¹

4.5.5. ALIANZAS Y MEDICIONES ESTRATÉGICAS: Es hacer que los clientes sean como socios para la compañía, de esta forma se logra una participación del cliente ya sea financiera o psicológica que ayuda a mejorar el servicio.¹⁰³²

4.6. HERRAMIENTAS DE MEDICIÓN

4.6.1. HOJAS DE VERIFICACIÓN: Es una herramienta muy sencilla utilizada para averiguar la frecuencia con que ocurren eventos de baja calidad, o incidencias de satisfacción o insatisfacción. Se diseña una forma con columnas que identifican los eventos que se están investigando y el periodo de la investigación.¹⁰³³

4.6.2. DIAGRAMA DE PARETO: Es un esquema de barras verticales que le ayudan a identificar los problemas en la calidad y en la satisfacción de los clientes por la frecuencia de su ocurrencia.¹⁰³⁴

4.6.3. HISTOGRAMA: Son gráficas de barras verticales, similares a los diagramas de Pareto, con la diferencia básica de que estos despliegan información numérica acerca de la distribución de frecuencias de datos continuos.¹⁰³⁵

4.6.4. DIAGRAMA DE DISPERSIÓN (DIAGRAMA DE CORRELACIÓN): Es un esquema que estudia la relación potencial entre dos variables, su uso principal es para probar la posible relación de correlación, si existe una relación, verá un cambio en una de las variables tan pronto como ocurra un cambio en la segunda variable.¹⁰³⁶

4.6.5. DIAGRAMA DE CAUSA- EFECTO: Esta gráfica es también conocida como diagrama de hueso de espina de pescado, por su aspecto, tiene un efecto final e intenta determinar las causas al dividirlos en varias categorías como: fuerza de trabajo, máquinas, materiales y métodos.¹⁰³⁷

¹⁰³¹ Richar F. Gerson. Como medir la satisfacción del cliente. pág. 19

¹⁰³² Ibid., pág. 20

¹⁰³³ Ibid., pág. 33.

¹⁰³⁴ Ibid., pág. 34.

¹⁰³⁵ Ibid., pág. 36

¹⁰³⁶ Ibid., pág. 38

¹⁰³⁷ Ibid., pág. 39

4.6.6. DIAGRAMAS CON GRÁFICAS Y DE CONTROL (CORRIDOS): Son representaciones visuales de los datos de medición en forma de línea, que se forma por la colección de puntos de datos (medidas) sobre un determinado periodo que esta marcado por una gráfica.¹⁰³⁸

4.6.7. ESTRATIFICACIÓN: Es un método para ser más exacto en la recolección y reporte de la medición de los datos, puede haber veces en que los mismos datos oculten las fuentes individuales reales de los datos. En este tipo de gráfica se agrupan los datos en categorías discretas.¹⁰³⁹

4.6.8. OTRAS TÉCNICAS

4.6.8.1. PUNTO DE COMPARACIÓN (BENCHMARK): Es una técnica en donde se comparan los procedimientos en determinada área con los de otra compañía que está considerada como la mejor en esa clase. Esta otra compañía, no tiene que ser necesariamente de su misma industria.

4.6.8.2. TORMENTA DE IDEAS: Es una manera de generar ideas creativas para mejorar continuamente la calidad. Se divide en tres fases, la primera concierne a la cantidad de las ideas que el grupo genere, la segunda a la revisión de ideas y la eliminación de las que no ayudan a lograr la meta y la tercera consiste en la revisión posterior y la asignación de la prioridad a las ideas remanentes.¹⁰⁴⁰

4.6.8.3. ANÁLISIS DE CAMPO DE FUERZA: Es una técnica que ayuda a entender la calidad, consiste en tratar de entender las fuerzas que la mueven hacia mejorar la calidad y aquellas que restringen el logro de los resultados en una situación dada. Si las fuerzas que restringen son más fuertes o más numerosas que las fuerzas que lo animan, probablemente no se pueda dar la mejora de calidad.¹⁰⁴¹

4.6.8.4. DIAGRAMA DE FLUJO: También conocidos como planos, arboles de decisiones o algoritmos, ayudan a que un proceso se analice y describa gráficamente conforme ocurra. Ayudan a dividir un proceso paso por paso para determinar que se está haciendo, dónde, cuándo y por quién.¹⁰⁴²

4.6.8.5. PORQUE / PORQUE Y COMO/COMO: También conocidos como análisis de la causa de raíz. Consiste en continuar haciendo preguntas sucesivas por qué y cómo relacionada con un punto específico. Se deben hacer por lo menos cinco veces.¹⁰⁴³

4.7. BASES PARA CUBRIR LA CALIDAD

¹⁰³⁸ Ibid., pág. 40

¹⁰³⁹ Ibid., pág. 42

¹⁰⁴⁰ Ibid., pág. 43

¹⁰⁴¹ Ibid., pág. 45

¹⁰⁴² Ibid., pág. 46

¹⁰⁴³ Ibid., pág. 47

4.7.1. TRANSMITIR ACTITUD POSITIVA

4.7.1.1. DEFINICIÓN: Es la habilidad con la que cuenta una persona para demostrar el interés que tiene por satisfacer las necesidades del cliente.

4.7.1.2. FORMAS: Es el conjunto de características que permiten que una persona comunique a la otra la buena intención y el deseo que tiene de prestar un buen servicio. Algunas de estas características son: la buena apariencia, el adecuado lenguaje corporal, un agradable sonido de voz, la atención por teléfono y la puntualidad.

4.7.2. IDENTIFICAR NECESIDADES: Para lograr la calidad en el servicio al cliente es necesario conocer de antemano las necesidades de los clientes, para esto es indispensable suplirlas con una buena atención. Dentro de las necesidades básicas se encuentran la buena atención, el ser comprendido, bien recibido, sentirse importante y la comodidad.

Para identificar las necesidades es indispensable saber escuchar, realizar Feedback (retroalimentación) y realizar un resumen y evaluación sobre los deseos y expectativas del cliente.

4.7.3. OCUPARSE DE LAS PERSONAS QUE TRABAJAN: Son las herramientas y actividades que debe realizar una empresa para brindar todos los medios suficientes que permitan que los empleados puedan realizar una buena labor, dentro de este aspecto se encuentran: Definir con claridad los servicios que prestan, reforzar con tareas de respaldo o apoyo, enviar mensajes claros, decir lo correcto y vender en la forma efectiva.

4.7.4. REGRESAR UN NÚMERO DE CLIENTE: Es el paso en donde la empresa se preocupa por recuperar y aumentar la cantidad de clientes que posee, esto lo puede lograr haciendo lo máximo para satisfacerlos mediante la aplicación de herramientas y parámetros de trabajo claros y bien desarrollados por el cliente.

4.7.4.1. MANEJO DE QUEJAS

4.7.4.1.1. CLIENTE SUMISO: Este tipo de persona es tímida, reticente y opuesta a quejarse. En virtud de que puede sentirse intimidado por pensar en quejarse, generalmente sufre en silencio. Ellos constituyen aquel grupo que no da una oportunidad para hacer las cosas, sino que tranquilamente se va con el negocio de la competencia.

4.7.4.1.2. CLIENTE AGRESIVO: Es el opuesto al sumiso. Este tipo de cliente se queja fácilmente, con frecuencia en voz alta y por largo tiempo, si bien es difícil tratar con él, por lo menos no se tiene que adivinar que es lo que salió mal desde el punto de vista del cliente.¹⁰⁴⁴

¹⁰⁴⁴ Karl Albrecht y Lawrence J. Bradford. La Excelencia en el Servicio. pág. 199.

4.7.4.1.3. CLIENTE MANIRROTO: Son clientes que esperan lo mejor y están dispuestos a pagar por eso, cuando se quejan probablemente lo hacen en una forma razonable, a no ser que sean agresivos y manirroto a la vez. No están particularmente interesados en excusas sino que les interesan los resultados y lo que se va a ser para recuperarlos por la falla en la calidad del producto o servicio.

4.7.4.1.4. CLIENTE ABUSIVO: Es una pequeña minoría de clientes cuya misión es violentar alguna compañía, ellos son aquellos que ponen en tela de juicio las garantías de los productos e inventan malos tratamientos por parte de los empleados.¹⁰⁴⁵

4.7.4.1.5. QUEJUMBROSO CRÓNICO: Es el tipo de cliente que nunca está satisfecho, siempre encuentra algo malo en el producto o servicio que ha recibido, es el que más disgusta a los empleados del servicio, debido a que todos sus esfuerzos por arreglar los problemas parecen inútiles. El trato con este tipo de clientes requiere de una paciencia extraordinaria.¹⁰⁴⁶

4.7.4.2. UTILIZAR COMPRADORES SECRETOS: Es una persona desconocida para todo el mundo en el negocio, que pasa cierta cantidad de tiempo haciendo compras y prepara un informe sobre sus experiencias como cliente. Pueden suministrar una gran cantidad de datos útiles para los programas de calidad en servicio.¹⁰⁴⁷

4.7.4.3. PRODUCIR INFORMES PRÁCTICOS: Es tener un sistema efectivo de evaluación de calidad del servicio, recogiendo de manera eficaz los datos obtenidos.¹⁰⁴⁸

4.7.4.4. MANEJO DE CLIENTES DIFÍCILES: Es el tratamiento que se les da a aquellos clientes que tienen características que los hacen especiales debido a que no son conformistas y son más críticos con cada momento de verdad que tienen con la compañía; por lo tanto merecen un trato mucho más cuidadoso.

4.7.4.5. DAR VALOR AGREGADO: Es el efecto "sorpresa", en donde el cliente recibe más de lo que espera.¹⁰⁴⁹

4.8. ATENCIÓN POR TELÉFONO

4.8.1. DEFINICIÓN: Es el servicio que se le presta a un cliente mediante el uso exclusivo del teléfono.

¹⁰⁴⁵ Ibid., pág. 200.

¹⁰⁴⁶ Ibid., pág. 201.

¹⁰⁴⁷ Ibid., pág. 203.

¹⁰⁴⁸ Ibid., pág. 204.

¹⁰⁴⁹ Joan Ginebra y Rafael Aranda de la Garza. Dirección por Servicio. pág. 86.

4.8.2. IMPORTANCIA: El uso del teléfono juega un papel importante en la vida diaria de cualquier empleado, más del 80% de los contactos con los clientes se hacen por teléfono.¹⁰⁵⁰

4.8.3. TÉCNICAS APROPIADAS: Son fundamentos mediante los cuales se puede proporcionar un servicio de calidad al cliente.

4.8.3.1. USO DEL TELÉFONO: Es el conocer y saber manejar ciertos aspectos que están diseñados para ayudar a manejar las llamadas con delicadeza, en donde se incluye el manejo de situaciones como no dejar timbrar el teléfono más de 3 veces, no comer ni beber mientras se esta hablando, si se va a poner a una persona en espera, pedir permiso, entre otras.¹⁰⁵¹

4.8.3.2. MODULACIÓN DE LA VOZ: Es el cambio en el tono de voz utilizado al momento de hablar por teléfono, que ocasiona el sentido que transmite en la oración para el que escucha.¹⁰⁵²

4.8.3.3. AUTO-EVALUACIÓN DE VOZ

4.8.3.3.1. RASGOS DESEABLES: Es el conjunto de atributos que puede llegar a tener la voz y que son agradables para la persona que esta escuchando, por ejemplo: tener un ritmo normal de voz, variación adecuada del volumen, énfasis en los acentos adecuados, entre otros.

4.8.3.3.2. NO DESEABLES: Conjunto de características por parte de la persona que habla por teléfono y que no gusta a la persona que escucha.¹⁰⁵³

4.8.3.4. DIRIGIRSE AL QUE LLAMA: Es el modo como denominamos a la persona que llama, y varía según la clase de cliente que se dirija, algunos ejemplo son: señor, señora, nombre de nacimiento o según el título.

4.8.3.5. COMO CONTESTAR EL TELÉFONO: Es el conjunto de reglas que se deben seguir al momento de recibir una llamada y que permiten brindar un buen servicio por teléfono, por ejemplo es ser entusiasta, utilizar frases amigables, sonreír al contestar el teléfono, etc.¹⁰⁵⁴

4.8.3.6. MANERA EFECTIVA DE ESCUCHAR: Es la atención que presta la persona a quien llama, sobre lo que le esta hablando la otra persona. Se debe escuchar y diferenciar claramente las declaraciones, objeciones y las preguntas que pueda hacer el cliente.¹⁰⁵⁵

4.8.3.6.1. DECLARACIONES

¹⁰⁵⁰ Lloyd Finch, La Cortesía por Teléfono y el Servicio al Cliente, pág. 4.

¹⁰⁵¹ Ibid., pág. 7.

¹⁰⁵² Ibid., pág. 9.

¹⁰⁵³ Ibid., pág. 11.

¹⁰⁵⁴ Ibid., pág. 13.

¹⁰⁵⁵ Ibid., pág. 14.

4.8.3.6.2. OBJECIONES: Ocurre cuando el que llama se opone al plan de acción propuesto. Si esto sucede se debe responder de manera inmediata debido a que se puede perder el cliente.¹⁰⁵⁶

4.8.3.6.3. PREGUNTAS

4.8.3.7. NEGOCIACIÓN: Es reconocer las necesidades del que llama, compararlas con la habilidad de la organización para proporcionar lo que se le pide y luego, alcanzar una solución que satisfaga a ambas partes. Se requiere de la negociación cuando se solicita un servicio que no se puede ofrecer tal como lo exige el cliente.¹⁰⁵⁷

4.8.3.8. LLAMADA DE SEGUIMIENTO: Son las actividades que permiten conocer el desarrollo de una actividad en un momento determinado y que se hacen para confirmar si un cliente se encuentra satisfecho después de una determinada situación. Este seguimiento se debe realizar cuando nada sale bien, el cliente esta irritado, hay un cliente nuevo o el cliente es una persona constante.¹⁰⁵⁸

4.8.3.9. HACER PREGUNTAS: Son las inquietudes que se plantean al cliente con el fin de obtener la información necesaria.

4.8.3.9.1. CERRADAS: Son preguntas en donde no se da opción para que el cliente extienda su respuesta, sino para que conteste solo sí o no.

4.8.3.9.2. ABIERTAS: Es un tipo de pregunta en donde se da la opción para que el cliente pueda explicar y dar una respuesta más amplia.¹⁰⁵⁹

4.8.3.10. LLAMADAS DE SERVICIOS: Son las que se llevan a cabo cuando se quiere vender un servicio, para esto es necesario desarrollar un plan de acción que incluya los pasos que indican lo que va a decir en el transcurso de la llamada.

4.8.3.10.1. PASOS: Son saludar al cliente, presentarse, decir el propósito de la llamada, comunicar el mensaje en términos agradables dejando lugar para hacer preguntas, mencionar los beneficios para el cliente y pedir consentimiento.¹⁰⁶⁰

4.8.3.11. FORMA DE DAR MALAS NOTICIAS: Sucede principalmente cuando no se puede dar lo que se ha prometido a un cliente y se debe llamar para avisar este caso, se debe tener responsabilidad del error que se cometió, ser honesto y dar la noticia con la mayor amabilidad y consideración posible.¹⁰⁶¹

¹⁰⁵⁶ Ibid., pág. 16.

¹⁰⁵⁷ Ibid., pág. 19.

¹⁰⁵⁸ Ibid., pág. 23.

¹⁰⁵⁹ Ibid., pág. 25.

¹⁰⁶⁰ Ibid., pág. 30.

¹⁰⁶¹ Ibid., pág. 31.

4.8.3.12. MANEJO COMPORTAMIENTO DEL QUE LLAMA: Es reconocer y comprender el comportamiento y ajustar estas diferencias a la conducta de quien recibe las llamadas, con el objeto de dar una mejor atención.

4.8.3.12.1. RESUELTO: Es un patrón de conducta en donde la persona demuestra autoridad y exige acción, es importante que la persona que atiende un cliente con estas características, adopte una actitud pasiva, escuche con atención y acepte lo que el otro dice.

4.8.3.12. 2. AGRESIVO O IRRITADO: Se deben manejar las personas agresivas de tal manera que se vuelvan amigables.

4.8.3.12.3. PASIVO: Son clientes que no presentan objeciones y esta casi siempre satisfechos.¹⁰⁶²

4.8.3.13. VOLVER A LLAMAR AL CLIENTE: Son los pasos a seguir en el momento que es necesario volver a comunicarse con el cliente, se debe explicar brevemente lo que se requiere, pedir autorización para volver a llamar, comprometerse a hacer la llamada en una hora determinada y personalizar sus declaraciones.¹⁰⁶³

5. SATISFACCIÓN DEL CLIENTE INTERNO

5.1. DEFINICIÓN: Es un proceso que se sigue con el fin de encontrar la conformidad de los clientes al interior de la organización, incluyendo la relación entre proveedor –productor - cliente. Cada uno de estos procesos internos forman una cadena, convirtiéndose en un eslabón.

5.2. FINALIDAD DEL PROYECTO: Es mejorar la satisfacción externa por medio de una mejora previa entre los clientes internos.¹⁰⁶⁴

5.3. CONSECUENCIAS DEL BAJO NIVEL DE SATISFACCIÓN

5.3.1. PERDIDA DE CLIENTES: Es la disminución en el número de clientes, que fueron captados mediante campañas de publicidad y ventas.

5.3.2. MAYOR INVERSIÓN EN PUBLICIDAD: Es el aumento en la publicidad, realizado por la disminución de clientes leales.

¹⁰⁶² Ibid., pág. 34.

¹⁰⁶³ Ibid., pág. 35.

¹⁰⁶⁴ Richard Y. Chang y P. Keith Kelly. Satisfacer Primero a los Clientes Internos. pág. 6

5.3.3. MAYOR CAMPAÑAS DE VENTAS: Son los gastos en los que incurre una empresa con el fin de aumentar las operaciones.

5.4. LEALTAD: Es la cualidad que tienen los clientes por una compañía, que se caracteriza por que estos guardan fidelidad hacia la entidad, prefiriéndolos siempre al momento de la compra.

5.5. COSTO DE UN CLIENTE INSATISFECHO: Son los costos que tiene que pagar la empresa por tener clientes insatisfechos, estos se ven representados en la disminución de los ingresos de la organización por la disminución de clientes.

5.6. MODELO PARA MEJORAR LA SATISFACCIÓN

5.6.1 MEDIR CLIENTE INSATISFECHO

5.6.1.1 IDENTIFICAR REQUERIMIENTOS: Es el proceso en donde se definen los ítems críticos que influyen en la satisfacción del cliente, ejemplo de estos requerimientos pueden ser: respaldo, funcionalidad, cantidad, precio, pertenencia, celeridad, servicio, puntualidad, entre otros.

5.6.1.2. DETERMINAR METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN: Es definir las herramientas que se pueden emplear con relativa facilidad, con el fin de medir los requerimientos del cliente.¹⁰⁶⁵

5.6.1.3. ELABORAR CUESTIONARIOS PARA ENTREVISTAS: Es el proceso en donde se definen las preguntas que contienen los formularios y que permiten abordar problemas específicos.¹⁰⁶⁶

5.6.1.4. ENCUESTAS A LOS CLIENTES: Es el método que se utiliza para pedir al cliente su opinión sobre el servicio que se ofrece, según los cuestionario previamente elaborados. Se debe hacer de tal modo que se demuestre a los clientes un real interés en sus opiniones y en el uso futuro de esa información, manifestando agradecimiento a los participantes.¹⁰⁶⁷

5.6.2. DELINEAR MAPA DE CADENA INTERNA

5.6.2.1. CREAR MAPA: Es el proceso en donde se identifican las etapas de una organización, verificando en donde hay relaciones entre clientes internos, reconociendo los requerimientos de los clientes en cada eslabón, allanando el camino para identificar eslabones problemáticos e introduciendo los cambios en ellos. Este mapa muestra los principales procesos o ciclo de trabajo y la relación

¹⁰⁶⁵ Ibid., pág. 24.

¹⁰⁶⁶ Ibid., pág. 25.

¹⁰⁶⁷ Ibid., pág. 35.

entre estos procesos (entre clientes, productores y proveedores) como zonas donde se interceptan los círculos.¹⁰⁶⁸

5.6.2.1.1. NIVELES SUCESIVOS: Es un enfoque en donde se supone la previa creación de una cadena a "grandes trazo", donde figuren los pasos principales y luego se siguen mapas más detallados hasta que se llega al nivel deseado.¹⁰⁶⁹

5.6.2.1.1.1 VENTAJAS: Las ventajas que presenta la elaboración de este tipo de cadena se debe a que examina el núcleo de las actividades de la organización, enfatizando los aspectos esenciales de aquello que se hace por el cliente y además identifica primero los grandes temas, ahorrando tiempo y esfuerzo al evitar la resolución reiterada del mismo problema en niveles inferiores.

5.6.2.1.1.2 DESVENTAJAS: Aborda en un nivel superior un tema que quizás se resuelve fácilmente en un nivel inferior y es posible que los empleados del nivel inferior que están en contacto directo con la cuestión y puedan realizar aportaciones valiosas, queden excluidos de las primeras etapas del proceso.

5.6.2.1.1.3 CUANDO SE APLICA: Cuando se desea que el equipo de trabajo de una organización examinen problemas que afectan a toda la organización en vez de concentrarse en un área y cuando se desea incluir personas de diversos sectores de la organización en el proceso, permitiendo que todos aporten ideas que tengan que ver con su función dentro de los sucesivos niveles del mapa.¹⁰⁷⁰

5.6.2.1.2. CADENA DETALLADA

¹⁰⁶⁸ Ibid., pág. 41.

¹⁰⁶⁹ Ibid., pág. 42.

¹⁰⁷⁰ Ibid., pág. 43.

5.6.2.1.2.1. DEFINICIÓN: Es un método en donde se comienza con el cliente externo y se crea un mapa detallado, sin niveles diferentes. El mapa parece el diagrama de un circuito de ordenador, con cientos de eslabones en la cadena.

5.6.2.1.2.2. VENTAJAS: Es exhaustivo y obliga a examinar aspectos de la organización que no se verían de otra manera. Por ejemplo, permite identificar procedimiento que se han vuelto obsoletos.

5.6.2.1.2.3. DESVENTAJAS: Puede requerir mucho tiempo para su realización debido a que es preciso consultar a muchas personas. Si manifiestan opiniones diferentes acerca del mapa es preciso revisarlo. Otra desventaja es que puede volverse obsoleto muy poco tiempo después de haber sido creado.

5.6.2.1.2.3. CUANDO SE APLICA: Cuando la organización es relativamente pequeña y solo se piensa en hacer el mapa en una parte de la organización.¹⁰⁷¹

5.6.2.1.3 BASADO EN LA ESTRUCTURA

5.6.2.1.3.1. DEFINICIÓN: Es cuando el punto de partida del proceso es la organización. Se puede escoger una sección para hacer un mapa más detallado o se pueden crear mapas separados de cada área al mismo tiempo.

¹⁰⁷¹ Ibid., pág. 44.

5.6.2.1.3.2. VENTAJAS: La creación del mapa es fácil cuando está basado en un organigrama existente. Además es posible crear un mapa rápidamente si se utiliza una descripción ya evidente de los puestos y las responsabilidades de cada departamento.

5.6.2.1.3.3. DESVENTAJAS: Se concentra en los departamentos y la estructura actual más que en el flujo de trabajo entre proveedores, productores y clientes internos. También pueden producirse conflictos territoriales cuando los departamentos y grupos definan sus mapas según su propia perspectiva.

5.6.2.1.3.4. CUANDO SE APLICA: Cuando la diferencia entre el organigrama y el flujo de trabajo de la organización es mínima.¹⁰⁷²

5.6.3. LOCALIZAR LOS ESLABONES CRÍTICOS

5.6.3.1. CONCEPTO: Son puntos específicos donde surgen los problemas de satisfacción de los clientes externos. Después de hacer un mapa de la cadena de etapas internas, determine cuales son los eslabones críticos. El enfoque escogido dependerá de si se desea tratar de fomentar un clima de servicio a los clientes internos o de localizar un problema específico de satisfacción de dichos clientes.

5.6.3.2. ENFOQUES POSIBLES

¹⁰⁷² Ibid., pág. 46.

5.6.3.2.1. MEDIR ESLABÓN MÁS BAJO: Consiste en medir todos los eslabones de la cadena y seleccionar el que representa el nivel más bajo en satisfacción, es decir el eslabón crítico. Para realiza esta herramienta, una persona del equipo, investiga a los clientes y proveedores de cada eslabón interno o distribuye cuestionarios entre los integrantes de la cadena.¹⁰⁷³

5.6.3.2.1.1 VENTAJA: Al evaluar todos los eslabones se obtiene una imagen general de la satisfacción de los clientes internos de la organización, se pueden detectar todas las zonas problemáticas y ningún departamento ni grupo se siente atacado

5.6.3.2.1.2. DESVENTAJA: Es un proceso largo y costoso y quizás no detecte el eslabón crítico que es realmente importante para el cliente. Además puede plantear varios problemas al mismo tiempo, generando rencillas y creando obstáculos para tomar una decisión.

5.6.3.2.2. MEDIR DE AFUERA HACIA ADENTRO: Este enfoque examina cada eslabón, de la cadena interna a partir de su último eslabón, el cliente externo. Es preciso desplazarse desde el extremo de la cadena hasta el comienzo, hasta localizar el primer fallo, tras detectar un eslabón débil que indique bajos niveles de satisfacción se aborda como corresponde y luego se avanza otro paso en dirección de los proveedores externos.

¹⁰⁷³ Ibid., pág. 51.

5.6.3.2.2.1. VENTAJAS: Hay evaluación exhaustiva de la satisfacción de los clientes y oportunidad de aprender y aprovechar cada éxito para mejorar la satisfacción de los clientes internos en sucesivos eslabones de la cadena.

5.6.3.2.2.2. DESVENTAJAS: Es más largo y costoso porque se detiene en cada eslabón antes de pasar al siguiente y los problemas inmediatos de satisfacción de los clientes internos quizá no se resuelvan pronto, pues este enfoque analiza la cadena de relaciones en vez de concentrarse en los eslabones que son críticos para el cliente externo.¹⁰⁷⁴

5.6.3.3. QUE EL CLIENTE SEÑALE EL ESLABÓN: Se hace mediante una encuesta sobre satisfacción de los clientes externos que brinda pistas para encontrar los eslabones críticos, tras estudiar la información obtenida en la encuesta de clientes, se va al eslabón crítico señalado por el cliente y se introducen los cambios necesarios.¹⁰⁷⁵

5.6.4. ANALIZAR LOS ESLABONES CRÍTICOS:

5.6.4.1. DEFINICIÓN: Una vez que se ha detectado el eslabón crítico se determina la índole del problema y sus verdaderas causas. Para encontrar estas causas reales de los problemas que surgen en un eslabón crítico, se ofrecen un conjunto de herramientas para separar las causas de un problema de sus síntomas.¹⁰⁷⁶

¹⁰⁷⁴ Ibid., pág. 55.

¹⁰⁷⁵ Ibid., pág. 56.

¹⁰⁷⁶ Ibid., pág. 61.

5.6.4.2. HERRAMIENTAS

5.6.4.2.1 CUESTIONARIO DE SATISFACCIÓN: Es un cuestionario en donde se pueden terminar los requerimientos de los clientes internos y externos- con respecto a nuestro producto o servicio.

5.6.4.2.1.1. IDENTIFICAR REQUERIMIENTOS: Es el paso en donde se aclaran los requerimientos de los clientes, antes de elaborar el cuestionario.

5.6.4.2.1.2. METODOLOGÍA: El método ideal es la entrevista personal, pero si no es posible se pueden utilizar otros métodos que brinden la información necesaria.

5.6.4.2.1.3. ELABORARLO: Es el paso en donde se definen preguntas y su calidad depende de los datos del cuestionario.

5.6.4.2.1.4. ENTREVISTAR: Es el proceso en donde por medio de encuestadores se realiza el desarrollo de las preguntas a los clientes internos.¹⁰⁷⁷

5.6.4.2.2. DIAGRAMA DE FLUJO DE CADENA INTERNA: Es una herramienta de planificación y análisis que se usa para definir y analizar procesos de servicios, manufactura o montaje, elaborar una imagen detallada del flujo de trabajo con propósitos de análisis, discusión o comunicación y para definir, estandarizar o

¹⁰⁷⁷ Ibid., pág. 63.

detectar zonas de mejoramiento. Un diagrama de flujo de la tarea del proveedor que conduce al eslabón crítico ayuda a detectar la zona problemática.¹⁰⁷⁸

5.6.4.2.3. DIAGRAMA CAUSA EFECTO: Es una herramienta en donde se examinan las causas de los síntomas de un problema, la índole visual del diagrama muestra patrones y relaciones entre las causas. Para usar esta herramienta se deben seguir los siguientes pasos:

5.6.4.2.3.1. DETERMINAR PROBLEMA: Consiste en determinar la dificultad y anotarla en una casilla de una hoja grande, en el lado derecho de la página.

5.6.4.2.3.2. DEFINIR CATEGORÍAS: Es la definición de ítems que corresponden a maquinarias, métodos, materiales y personas.

5.6.4.2.3.3 BUSCAR CAUSAS: En cada categoría se debe nombrar la mayor cantidad posible de factores que contribuyen al problema.

5.6.4.2.3.4. CAUSAS PROBABLES: Consiste en buscar las factores posibles que causan el problema, identificando el más posible.¹⁰⁷⁹

5.6.5. RESOLVER DIFICULTADES EN LOS ESLABONES

5.6.5.1. DEFINICIÓN: Es adoptar un enfoque, una vez que el eslabón crítico revela los problemas que afectan la satisfacción de los clientes internos. La selección del

¹⁰⁷⁸ Ibid., pág. 65.

¹⁰⁷⁹ Ibid., pág. 69.

más adecuado depende de factores tales como el clima que reina en la organización. El alcance del problema, el costo, la urgencia, etc.

5.6.5.2. DECIDIR QUIEN PARTICIPA: Consiste en cerciorarse de que participen las persona más adecuadas, como el problema rara vez se resuelve con los actos de una persona se puede designar un equipo especial.¹⁰⁸⁰

5.6.5.2. REPERCUSIÓN: Es cuando los clientes internos se ven afectados por el producto o servicio que reciben de otra persona.

5.6.5.2.1. MATRIZ DE REPERCUSIÓN Y RESPONSABILIDAD: Es una herramienta que permite definir y rastrear los aspectos que influyen en la repercusión, definiendo las tareas, los responsables de las funciones y los que sienten la repercusión de los resultados. Con esta herramienta se puede formar un equipo para resolver un problema específico de satisfacción de los que pueden controlar lo que se hace y por aquellos que son afectados por el resultado.¹⁰⁸¹

- QUE SE DEBE HACER: Es definir las acciones propias a realizar por parte del equipo de trabajo ya definido, mediante un plan de acción que sirve como herramienta práctica y efectiva en donde se mencionan los responsables principales, las actividades, las fechas de iniciación y terminación de dichas actividades, entre otros aspectos.

¹⁰⁸⁰ Ibid., pág. 76.

¹⁰⁸¹ Ibid., pág. 77.

- RESOLVER PROBLEMAS SEGÚN PLAN: Es realizar todas las actividades, verificando que se cumplan según el plan de acción definido anteriormente, para esto se debe comunicar entre los que realizan una tarea y los que necesitan saber, debe haber compromiso por parte de los miembros del equipo, un medio para verificar progresos y flexibilidad para cambiar de plan si es necesario.¹⁰⁸²
- EVALUAR CAMBIOS
- PARA QUE EVALUAR: Es la justificación del costo, el tiempo y el esfuerzo que supone mejorar la satisfacción de los clientes internos de nuestra organización y de cerciorarse de que los cambios hayan sido efectivos.¹⁰⁸³

5.6.5.2.2. RESULTADOS DE LA NUEVA MEDICIÓN

- MEDIR TODOS LOS ESLABONES: Cuando se usa este método, los efectos positivos del mejoramiento de la satisfacción de los clientes internos se harán visibles en una nueva medición de los eslabones de la organización.
- MEDIR DE AFUERA HACIA ADENTRO: Los efectos de este proceso son los más fáciles de evaluar, para hacerlo se debe cotejar los cambios en las relaciones internas en cada paso hacia atrasen la cadena de la organización.

¹⁰⁸² Ibid., pág. 80.

¹⁰⁸³ Ibid., pág. 85.

- QUE EL CLIENTE SEÑALE LOS ESLABONES: Para conocer los resultados en esta paso, se debe averiguar si los clientes externos están ahora más satisfechos con el proceso que cuando se entrevistaron por primera vez.

5.6.5.2.3. REINICIANDO EL PROCESO: El mejoramiento de la satisfacción de los clientes externos mediante el progreso del servicio al cliente interno se debe encarar como un proceso continuo y dinámico.¹⁰⁸⁴

6. SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EXTERNO

6.1. DEFINICIÓN: Es "El sentimiento de síntesis" que tiene el cliente, el cual le hace decir que esta satisfecho, es decir que sus necesidades han sido suplidas.¹⁰⁸⁵

6.2. BENEFICIOS: Son las ventajas que conlleva el que una empresa tenga en cuenta y supla las necesidades de los clientes como es el valor del cliente al sentirse satisfecho pues seguirá comprando y recomendará la entidad a otras 5 personas, de las cuales el 30% serán próximos clientes¹⁰⁸⁶. Además de la anterior ventaja, como es el aumento en el número de clientes se suman las siguientes: Posicionamiento en el mercado, aumento de las utilidades, reconocimiento, Good Will, expansión y diferenciación de la competencia.

¹⁰⁸⁴ Ibid., pág. 87.

¹⁰⁸⁵ Joan Ginebra y Rafael Arana de la Garza. Dirección por Servicio. pág. 127.

¹⁰⁸⁶ Mauro Rodríguez E. Y Ricardo E. Borrero. Creatividad en el Servicio. pág. 127.

6.3. COSTOS DEL MAL SERVICIO: Son las desventajas que trae para la empresa el ofrecer un servicio que no supe ni esta acorde con las necesidades del cliente. Por ejemplo al ofrecer un mal servicio se pierde un cliente y este lo recomienda a 20 clientes que no visiten ni obtengan servicios de esa empresa¹⁰⁸⁷. Los costos del mal servicio van más allá de la disminución de clientes, además de esto se suman desventajas como las siguientes: mala imagen corporativa, pérdida de posicionamiento en el mercado, disminución de las ventas y desmotivación por parte de los empleados.

SISTEMA DE SERVICIO AL CLIENTE: Es el conjunto de pasos que al aplicarse llevan a una organización a brindar un servicio de excelente calidad. Los pasos son:

- Compromiso de la gerencia
- Conocer a los clientes
- Desarrollar estándares de desempeño
- Contratar, capacitar y recompensar
- Recompensar los logros de calidad en el servicio
- Mantenerse cerca de los clientes
- Trabajar hacia el mejoramiento continuo

6.6. INVESTIGACIÓN DEL GRADO DE SATISFACCIÓN: Son tipos de mediciones de calidad que se realizan por fuera de una compañía para medir los niveles de

¹⁰⁸⁷ Ibid., pág. 127.

satisfacción de los clientes. Esto se hace con una gran variedad de métodos de investigación y técnicas de recolección de datos.

6.6.1. TIPOS DE DATOS

6.6.1.1. DATOS SECUNDARIOS: Es información que ha sido recolectada para un propósito distinto al que está investigando actualmente. Las fuentes de datos secundarios muestran información que usted ya tiene dentro de su compañía.¹⁰⁸⁸

6.6.1.2. DATOS PRIMARIOS: Es información que recolecta la empresa y está relacionada directamente con su proyecto de investigación, que en este caso es la medida de la satisfacción de sus clientes. Este tipo de información es más exacta porque está relacionada específicamente con la investigación que esta haciendo de sus clientes pero es mucho más costosa.¹⁰⁸⁹

6.6.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN

6.6.2.1. CUALITATIVA: Es un tipo de investigación que pretende entender subjetivamente la experiencia del cliente cuando compra o usa su producto o servicio.

¹⁰⁸⁸ Richar F. Gerson. Como medir la satisfacción del cliente. pág. 53

¹⁰⁸⁹ Ibid., pág. 54.

6.6.2.2. CUANTITATIVA: Es una investigación objetiva y medible, en donde se recolecta información de acuerdo con algún estándar predeterminado.¹⁰⁹⁰

6.6.3. TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

6.6.3.1. CUESTIONARIOS Y ENCUESTAS ESCRITAS: Son mecanismos de información, que consisten en varias preguntas o declaraciones, junto con respuestas asociadas, que requieren que la gente responda de acuerdo a alguna escala predefinida.

6.6.3.1.1. FORMATO Y DISTRIBUCIÓN DE PAGINA: Es la distribución de los datos de la encuesta, dentro de la hoja, se debe procurar por hacer un formato agradable, amigable y fácil de entender y responder.¹⁰⁹¹

6.6.3.1.2. CONSTRUCCIÓN DE LA PREGUNTA: Es la determinación de las preguntas que va a tener la encuesta. Se debe preguntar realmente lo que se quiere saber y cada pregunta debe limitar a calificar solo un pensamiento, un atributo o una habilidad.¹⁰⁹²

6.6.3.1.3. RESPUESTAS A LAS PREGUNTAS: Son las declaraciones obtenidas por parte de los clientes al realizarles la encuesta. Se pueden obtener de manera abierta o

¹⁰⁹⁰ Ibid., pág. 55.

¹⁰⁹¹ Ibid., pág. 59.

¹⁰⁹² Ibid., pág. 61

cerrada. Estas se obtienen en una escala que contiene un número no de respuestas posibles que pueden ser:

3 PUNTOS: Cuando contiene los conceptos de malo, regular y excelente.

4 PUNTOS: cuando se obtienen los rangos de peor, algo mejor, mejor y mucho mejor.

5 PUNTOS: Se incluyen respuestas como malo, justo, neutral, bueno y excelente.

7 PUNTOS: Incluye muy mala, mala, más bien, neutral, más bien, buena, muy buena.

10 Puntos Y 100 (101) Puntos: El número uno de la escala demuestra el número uno sin importancia alguna y el número 10 o 100 muy importante y considerado como la completa satisfacción.¹⁰⁹³

6.6.3.2. ENCUESTA TELEFÓNICA: Es la encuesta realizada, llamando telefónicamente a los clientes, realizando las preguntas y de esta manera se obtiene la respuesta.

6.6.3.2.1. VENTAJAS: Es que un encuestador experimentado (representante de servicio o telemarketing) puede orientar lo que le están respondiendo y cambiar preguntas abiertas a respuestas particulares y así obtener más información.

¹⁰⁹³ Ibid., pág. 63

6.6.3.2.2. DESVENTAJAS: Es que el que esta respondiendo puede colgar en cualquier momento, o, inclusive, no querer hablar con el encuestador, también no siempre es posible encontrar a la gente en su casa u oficina para entrevistarla.

6.6.3.2.3. PRINCIPIOS BÁSICOS

6.6.3.2.3.1. SENCILLA: Las preguntas deben hacer en lo posible lo más simples, con el fin de demostrar la apreciación a los clientes que se están prestando para ayudar al encuestador, ayudándolo a responder las preguntas telefónicas, sin confundirlos ni tomar mucho del tiempo de ellos.

6.6.3.2.3.2. TENER LIBRETO: Es un estándar telefónico que debe seguir el encuestador, éste debe contener información acerca de cómo se deben presentar ellos mismo cuando el cliente responda el teléfono, que hacer cuando el cliente se salga por la tangente con alguna respuesta, etc.

6.6.3.2.3.3. HACER FÁCIL LAS RESPUESTAS: Los encuestadores deben tener la habilidad de registrar rápidamente las respuestas de los clientes y la capacidad de pasar a la siguiente pregunta.¹⁰⁹⁴

¹⁰⁹⁴ Ibid., pág. 66.

6.6.3.2.3.4. CAPACITAR ENCUESTADORES: Es el adiestramiento que debe tener el encuestador sobre como debe comunicarse y administrarla encuesta, así como en la obtención de respuestas.

6.6.3.2.3.5. AGRADECER : El encuestador debe decir gracias en todo los momentos de la entrevista, al empezar por aceptar responderla, durante la encuesta después de algunas respuestas y cuando se termina la encuesta, esto se hace debido a que los clientes que perciben que se preocupa por ellos y que confían, estarán más dispuestos a darles respuestas honestas.¹⁰⁹⁵

6.6.3.2.3.6. ANALIZAR LA ENCUESTA: Es el paso en donde se procede al análisis estadístico de los datos recolectados.

6.6.3.3. ENTREVISTA PERSONAL

6.6.3.3.1. CLASES

6.6.3.3.2. ESTRUCTURADA

6.6.3.3.2.1. DEFINICIÓN: Es un tipo de entrevista en donde se desarrolla un libreto que contiene la descripción de la presentación y el propósito de la entrevista con todas sus características.

¹⁰⁹⁵ Ibid., pág. 67.

6.6.3.3.3. SIN ESTRUCTURA

6.6.3.3.3.1. DEFINICIÓN: Son de naturaleza subjetiva y se le permite al cliente responder casi en cualquier forma de libre asociación.¹⁰⁹⁶

6.6.3.4. GRUPOS DE ENFOQUE: Son grupos de gente (clientes), normalmente de 5 a 10, que se reúnen con un coordinador para responder preguntas relacionadas con el desempeño de la compañía y para describir su satisfacción con los productos o servicios de la misma.

6.6.3.4.1. CARACTERÍSTICAS: Deben ser dirigidos por un coordinador externo que tenga experiencia en el manejo de este tipo de información, grabadas en audio o vídeo, formados con clientes de diferentes partes del país, de diversos hábitos de compra y de percepciones distintas acerca de la calidad del servicio de la compañía y del nivel de satisfacción.¹⁰⁹⁷

¹⁰⁹⁶ Ibid., pág. 69.

¹⁰⁹⁷ Ibid., pág. 70

DISEÑO Y MEDICIÓN DEL SERVICIO

1. DISEÑO DEL SERVICIO: Existen muchas maneras de emprender programas de calidad del servicio y muchas formas imaginativas de hacer que participen gerentes y empleados.

1.1. PROGRAMA DE CALIDAD DE SERVICIO: Método de fases, con unas estrategias claves de ejecución, como marco de referencia confiable para realizar el trabajo.¹⁰⁹⁸

1.1.1. FASES: Estas cinco fases no tienen que estar completamente separadas entre sí en la línea del tiempo. Ellas van fluyendo una tras otra y en algunos casos pueden superponerse o proseguir simultáneamente, dependiendo de las necesidades de la organización.¹⁰⁹⁹

1.1.1.1. FASE 1. ENTENDER AL CLIENTE

¹⁰⁹⁸ Albrecht, Kart. La Revolución del Servicio. pág. 148.

¹⁰⁹⁹ Ibid. , pág. 149.

1.1.1.1.1. CLIENTE EXTERNO

1.1.1.1.1.1. EL PELIGRO DE LAS SUPOSICIONES: Es razonable cuestionar y reexaminar prácticamente toda creencia y suposiciones que tengamos acerca de los clientes de vez en cuando. Y así podemos tener mas confianza en que poseemos un significativo mensaje de servicio que transmitir a los empleados y a los clientes.

1.1.1.1.1.2. INVESTIGAR LAS IMPRESIONES DE LOS CLIENTES: Determinar las características del producto del servicio, que son más definitivas para la aceptación por parte del cliente, y en asilar las características que pueden formar la base para una diferenciación exitosa entre nuestro producto y otros del mercado.¹¹⁰⁰

1.1.1.1.1.2.1. METODOS DE INVESTIGACIÓN DE IMPRESIONES DEL CLIENTE

1.1.1.1.1.2.1.1. ENTREVISTAS A FONDO CON LOS CLIENTES INDIVIDUALES: Se realizan cuando se desea empezar desde el principio y averiguar como consideran nuestro servicio. El entrevistador hace muchas preguntas sobre todos los aspectos del producto de servicio. El entrevistador espera descubrir atributos claves del producto que los clientes consideren importantes y deseables, así como también las actitudes que asumen los clientes sobre esos atributos.¹¹⁰¹

¹¹⁰⁰ Ibid. , pág. 155.

¹¹⁰¹ Ibid. , pág. 156,167.

1.1.1.1.2.1.2. ENTREVISTAS DE GRUPOS FOCO CON GRUPOS ESCOGIDOS DE CLIENTES: Utilizado cuando se desea hacer que la gente exprese sus puntos de vista en compañía de otros. El entrevistador trata de hacer participar a todo el mundo en el grupo y escudriñar diferentes aspectos de todos los problemas posibles.¹¹⁰²

1.1.1.1.2.1.2.1. FORMAL: Utilización de videocinta, de circuito cerrado y análisis exhaustivo de las cosas gravadas.

1.1.1.1.2.1.2.2. INFORMAL: Es una reunión entre algunos clientes y un astuto entrevistador/observador.¹¹⁰³

1.1.1.1.2.1.3. ENCUESTAS ESTADÍSTICAS DE POBLACIONES REPRESENTATIVAS DE CLIENTES: Cuando se desea recopilar información sobre las impresiones de los clientes, con un numero relativamente grande de personas.¹¹⁰⁴

1.1.1.1.2.1.4. TARJETA DE INFORMES DEL CLIENTE: Es el resultado de la investigación de impresiones del cliente. Define los atributos claves de la experiencia total del servicio que sé esta ofreciendo. Mientras más valida y confiables sean las tarjetas, mas confianza se puede tener sobre el diseño del paquete del servicio, y más claramente se pueden comunicar los criterios para la

¹¹⁰² Ibid. , pág. 157,158.

¹¹⁰³ Ibid. , pág. 157.

¹¹⁰⁴ Ibid. , pág. 158.

excelencia a los empleados, y más fácilmente se puede evaluar la calidad del producto.¹¹⁰⁵

1.1.1.1.2. CLIENTE INTERNO: Los empleados son el primer mercado, es decir, hay que venderles la idea del servicio si uno espera que ellos la vendan a los clientes que pagan.¹¹⁰⁶

1.1.1.1.2.1. CALIDAD DE VIDA DE TRABAJO: EVALUACIÓN Y MANEJO DE LOS SENTIMIENTOS: Barómetro de la cultura y del clima de una organización, definida en función de las percepciones o impresiones de los empleados.¹¹⁰⁷

1.1.1.1.2.1.1. CUESTIONARIO: Preparar un cuestionario sencillo para medir el clima de la organización, donde se le pida al empleado que clasifique sus impresiones con los 10 factores, en una escala de 5 puntos de me gusta- no me gusta. Se agregan factores demográficos básicos.¹¹⁰⁸

1.1.1.1.3. EVALUACIÓN DEL SERVICIO: Todo el mundo en la organización, desde el mas alto ejecutivo hasta el empleado de línea de contacto con el publico, necesita saber cuales son esos atributos y por que son importantes.¹¹⁰⁹

1.1.1.2. FASE 2. CLARIFICAR LA ESTRATEGIA DEL SERVICIO: La estrategia de servicio es una formula característica para la prestación de un servicio; esta estrategia es

¹¹⁰⁵ Ibid. , pág. 159.

¹¹⁰⁶ Ibid. , pág. 151.

¹¹⁰⁷ Ibid. , pág. 162 .

¹¹⁰⁸ Ibid. , pág. 163.

¹¹⁰⁹ Ibid. , pág. 164.

inherente a una premisa de beneficio bien escogida que tiene valor para el cliente y que establece una posición competitiva real. Responde a la pregunta ¿Por qué el cliente debe escogernos a nosotros?¹¹¹⁰

1.1.1.3. FASE 3. EDUCAR LA ORGANIZACIÓN: La fase de educación es una fase de comunicación y persuasión. Tenemos que vender el compromiso de la excelencia del servicio; tenemos que comunicar la estrategia del servicio; tenemos que dar a la gente la información que necesita para hacer funcionar la estrategia en su trabajo y tenemos que darles las destrezas que necesitan para manejar bien sus empleos de servicio.¹¹¹¹

1.1.1.3.1. OBJETIVO: Que la orientación hacia el servicio llegue a formar parte en alguna forma del alma colectiva de la organización.¹¹¹²

1.1.1.3.2. METODOS Y OPCIONES DE ENTRENAMIENTO: Los métodos modernos de entrenamiento se encaminan a ayudar al trabajador a pensar independientemente, manejar efectivamente los momentos de verdad y adquirir las habilidades necesarias para manejar un cargo de trabajo emocional sin exceso de estrés o fatiga.¹¹¹³

1.1.1.3.2.1. TALLER DE DOS DÍAS: Es intenso por cuanto concentra una cantidad de ideas y procesos para formar destrezas en breve tiempo. Es logísticamente

¹¹¹⁰ Ibid. , pág. 166.

¹¹¹¹ Ibid. , pág. 176.

¹¹¹² Ibid. , pág. 175.

¹¹¹³ Ibid. , pág. 180,181.

conveniente. Los empleados pueden trabajar en varios sitios dispersos, siendo poco práctico reunirlos repetidas veces para cursos de sesiones cortas cada semana o cada mes. Los grupos pueden constar de 50 a 100 personas.

1.1.1.3.2.2. UNIDADES PEQUEÑAS: Con base en grupos de trabajo individual. En estos casos, los expertos diseñan y producen materiales de auto estudio para que usen los supervisores de la unidad y su gente. Un conjunto de tales materiales podría consistir en audio o videocintas, una guía de hojas desprendibles, filminas y manuales para los empleados. El jefe de la unidad sigue una guía de lecciones y las demás actividades bien explicadas en detalle.¹¹¹⁴

1.1.1.3.3. ORIENTACIÓN Y MANEJO DE LOS TRABAJADORES JÓVENES: Los trabajadores jóvenes pueden ser muy productivos y efectivos, pero necesitan un buen liderazgo de sus supervisores.¹¹¹⁵

1.1.1.3.4. PROGRAMAS DE COMUNICACIÓN CORPORATIVA: Programa amplio que abarque todo para despertar la conciencia colectiva de servicio, de las necesidades de los clientes y de cooperación y trabajo en grupo, a nombre de la calidad.

1.1.1.3.4.1. EJECUTIVOS: Deben ser los mas entrenados, ilustrados y comprometidos. De ellos depende comunicar en todas las áreas de la organización, y por esto deben entenderlo plenamente y creer en él.¹¹¹⁶

¹¹¹⁴ Ibid. , pág. 180.

¹¹¹⁵ Ibid. , pág. 186.

1.1.1.3.4.2. MANDOS MEDIOS: Representan una población especial, que necesita un proceso especial de comunicación. Los mandos medios merecen el beneficio de un proceso de desarrollo intensivo y concentrado, adaptado a sus necesidades como líderes potenciales y defensores del programa de servicio.

1.1.1.3.4.3. GENTE DE LINEA DE CONTACTO: Necesitan oír acerca del programa de servicio mas de una vez. El mensaje de calidad del servicio necesita estar tan completamente presente en su ambiente de trabajo, predominar tanto en el proceso mental de cada día, que simplemente no pueden evitar ver y oír acerca de él.¹¹¹⁷

1.1.1.4. FASE 4. PONER EN MARCHA LAS MEJORAS FUNDAMENTALES: De la forma como la organización produce y entrega los productos de servicio. Durante esta fase se espera una transferencia de la propiedad del programa. La gente empieza a prestarle mas atención al cliente, a manifestar una conducta del cliente primero en forma más amplia y consistente.¹¹¹⁸

1.1.1.4.1. METODOS PARA CONTRIBUIR AL PROCESO DE TRANSFERIR LA PROPIEDAD (hacer que los empleados se conviertan en los defensores del servicio de calidad)

¹¹¹⁶ Ibid. , pág. 187.

¹¹¹⁷ Ibid. , pág. 188.

¹¹¹⁸ Ibid. , pág. 191,192.

1.1.1.4.1.1. LA FUERZA DE CHOQUE DE LA CALIDAD DEL SERVICIO: Una o más personas con el objetivo de que el programa, se ponga bien en marcha y mantenga su impulso.¹¹¹⁹

1.1.1.4.1.2. LABORATORIOS DE APLICACIONES: Una de las formas más efectivas de llevar el entrenamiento sobre calidad de servicio hasta la situación de trabajo, consiste en utilizar un método de capacitación dentro del trabajo.¹¹²⁰

1.1.1.4.1.3. CIRCULOS DE SERVICIO: Se concentra en los problemas de calidad de servicio y utiliza las herramientas de la gerencia del servicio, mas que los métodos tradicionales del análisis de calidad orientado hacia la manufactura. Es un grupo de empleados, generalmente dentro de una sola unidad de trabajo y actúa con su supervisor, el cual reúne regularmente para identificar y resolver problemas del servicio o inventar formas de mejorarlo.¹¹²¹

1.1.1.4.1.4. DIAGRAMA T: Una de las herramientas más útiles de la gerencia del servicio y que puede lograr mas efectividad en los empleados de contacto con los clientes. Es una auxiliar de trabajo muy simple, que permite al empleado analizar su trabajo de servicio y encontrar formas de personalizarlo y hacerlo mas humano al tratar con el cliente.¹¹²²

¹¹¹⁹ Ibid. , pág. 192.

¹¹²⁰ Ibid. , pág. 195.

¹¹²¹ Ibid. , pág. 196.

¹¹²² Ibid. , pág. 199.

1.1.1.4.2. SISTEMAS DE IMPACTO AL CLIENTE: Es cualquier estructura organizacional, procedimiento, método o regla que haga que el cliente pueda percibir un resultado. Algunos sistemas de impacto en el cliente funcionan hermosamente a favor del cliente crean impresiones positivas de servicio. Otros pueden causarle inconvenientes, esfuerzos extras, frustración o preocupación por el servicio.¹¹²³

1.1.1.5. FASE 5. HACERLO PERMANENTE: El programa necesita confundirse con la historia de la organización; de modo que ya no se puedan distinguir las fronteras del negocio diario. Tiene que incorporarse a "la forma como aquí hacemos las cosas".¹¹²⁴

1.1.1.5.1. SELECCIÓN Y CONTRATACIÓN DE EMPLEADOS: Los trabajadores con una gran orientación hacia la gente tienen mas probabilidades de adaptarse exitosamente a las exigencias interpersonales del trabajo que implica contacto con el cliente, sin tensionarse demasiado con el recargo de contacto. Medir calor humano, preocupación por los clientes, habilidades interpersonales y adaptabilidad emocional.¹¹²⁵

1.1.1.5.2. EVALUACIÓN Y RETROINFORMACION: La gente de la línea de contacto con él publico necesitan saber como están haciendo su trabajo y si sus esfuerzos en beneficio de los clientes están dando resultados. Los supervisores necesitan

¹¹²³ Ibid. , pág. 201.

¹¹²⁴ Ibid. , pág. 205.

¹¹²⁵ Ibid. , pág. 209.

saber la forma en que sus unidades están contribuyendo a la imagen general del servicio de la compañía. Los mandos medios necesitan evaluar el apoyo y asistencia que les están dando a las unidades de línea y saber que mejoras pueden hacer. Los ejecutivos necesitan saber que tan bien está trabajando toda la organización y hasta que punto la calidad del servicio sé esta destacando en el mercado.¹¹²⁶

2. MEDICION DEL SERVICIO

2.1. AUDITORÍA DEL SERVICIO: Es el conjunto de estrategias que una empresa diseña para escuchar en forma metódica y sistemática, la evaluación que el cliente hace de la calidad y de niveles de satisfacción, con el servicio que recibe, dentro de los estándares de excelencia previamente acordados o definidos.

La Auditoría del Servicio es una de las metodologías utilizadas para evaluar y medir la calidad del servicio que la organización ofrece a sus clientes. ¹¹²⁷

2.2. CARACTERÍSTICAS DE LA AUDITORÍA DEL SERVICIO

2.2.1. EXPLORATORIA: Pretende definir las necesidades y expectativas del cliente.

¹¹²⁶ Ibid. , pág. 211,212.

¹¹²⁷ Serna Gómez, Humberto. Servicio al Cliente Métodos de Auditoria y Medición. pág. 19,21.

2.2.2. DESCRIPTIVA: Procura determinar los índices de satisfacción y competitividad de la empresa analizada.

2.2.3. CONFIRMATORIA: Como resultado del seguimiento a la auditoría, cuyo propósito es evaluar periódicamente la satisfacción la capacidad competitiva de la organización con respecto al servicio que ofrece.¹¹²⁸

2.3. INDICES

2.3.1. ÍNDICE DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE: El índice de satisfacción del cliente es un parámetro de referencia cuyo objetivo es cuantificar la calidad del servicio que una organización ofrece a sus clientes.

2.3.2. ÍNDICE DE COMPETENCIA: El índice de competencia en el contexto de la Auditoría del Servicio es un parámetro de referencia cuyo objetivo es cuantificar y comparar la calidad del servicio que una organización ofrece a sus clientes, con respecto a su competencia directa.

2.3.3. ÍNDICES GENERALES: Los índices generales son aquellos que resultan de compaginar e integrar toda la información obtenida y procesada en la Auditoría.

Dichos índices se clasifican en dos categorías: índices reales e índices perceptivos.

¹¹²⁸ Ibid. , pág. 20.

2.3.3.1. ÍNDICE REAL: El índice de satisfacción y competitividad real es aquel que se obtienen como resultado del cálculo matemático de ponderar los índices objetivos particulares de cada concepto evaluado.¹¹²⁹

2.3.3.2. ÍNDICE PERCEPTIVO: Es aquel que define el cliente de acuerdo con su percepción general de la calidad del servicio que recibe.

2.3.4. ÍNDICES ESPECÍFICOS: Sobre diferentes áreas relacionadas con el servicio al cliente. Estos pueden clasificarse en índices de infraestructura, imagen corporativa, comerciales, de procesos internos, de productos, de recursos humanos y posventa, así como índices perceptivos propiamente dichos.

2.3.4.1. ÍNDICES RELATIVOS A LA INFRAESTRUCTURA: Son aquellos que evalúan la satisfacción del cliente con respecto a la calidad de la planta física de la organización auditada.¹¹³⁰

2.3.4.2. ÍNDICES RELACIONADOS CON LA IMAGEN CORPORATIVA: Corresponde a aquellos índices de satisfacción con la Organización, en cuanto a su tradición, respaldo, proyección, posicionamiento, confianza, entre otros.

2.3.4.3. ÍNDICES RELACIONADOS CON ASPECTOS COMERCIALES: Son aquellos que definen la satisfacción del cliente con relación a los servicios de venta, atención

¹¹²⁹ Ibid. , pág. 23.

¹¹³⁰ Ibid. , pág. 24.

de reclamos, información recibida, cantidad y ubicación de los puntos de venta, publicidad, promociones, entre otros.

2.3.4.4. ÍNDICES SOBRE LOS PRODUCTOS: Determinan la satisfacción del cliente con respecto a las características de los productos o servicios que la organización ofrece, puede ser la satisfacción en lo relativo a la variedad de productos, la innovación, la tecnología utilizada, entre otros.

2.3.4.5. ÍNDICES SOBRE LOS PROCESOS INTERNOS: Definen la satisfacción del cliente en relación con las actividades de la organización que determinan la agilidad y la atención.

2.3.4.6. INICIES RELATIVOS A LA POSVENTA: Determinan la satisfacción del cliente con relación a las actividades de la organización después de ofrecido el servicio, como es el caso de la asesoría técnica, el manejo y cumplimiento de garantías, la participación en la Auditoría del Servicio, entre otras.¹¹³¹

2.3.4.7. ÍNDICES SOBRE EL RECURSO HUMANO: Definen el concepto del cliente externo con respecto a al calidad de formación y el servicio que ofrece el cliente interno.

¹¹³¹ Ibid. , pág. 25.

2.3.4.8. ÍNDICES PERCEPTIVOS: Son aquellos que el cliente califica de acuerdo con su percepción particular sobre un aspecto específico, o sobre la calidad en su interacción con la organización.¹¹³²

2.3.5. FACTORES GENERADORES DE SATISFACCIÓN E INSATISFACCIÓN: Un factor generador de insatisfacción, es aquel que resalta, permite al cliente expresar y calificar su acuerdo y satisfacción con la calidad del servicio que recibe de una organización.

2.3.6. MOMENTO DE VERDAD: Corresponde a cualquier contacto con algún aspecto de la compañía, en el cual tiene la oportunidad de formarse una impresión. Son momentos amargos aquellos que generan la insatisfacción del cliente.

2.4. METODOLOGÍA DE LA AUDITORÍA DEL SERVICIO

2.4.1. PLANEAR LA AUDITORÍA DEL SERVICIO

2.4.1.1. DEFINIR LOS OBJETIVOS DE LA AUDITORIA: La Auditoría como tal, es un estudio de campo, pues la investigación se realiza sobre el conjunto de clientes a quienes la compañía ofrece servicio.

¹¹³² Ibid. , pág. 26.

2.4.1.2. CONOCER LOS ASPECTOS BÁSICOS DE LA COMPAÑÍA: Para llevar a cabo la Auditoría del Servicio es necesario conocer aspectos generales de la empresa analizada, lo cual facilitara el diseño de la herramienta de referencia para medir la calidad del servicio que la organización ofrece.¹¹³³

2.4.1.3. ANÁLISIS DEL CICLO DE SERVICIO

2.4.1.3.1. CICLO DE SERVICIO: Es el proceso a través del cual el cliente interactúa con la compañía analizada; es decir corresponde a los diferentes contactos del cliente con la organización para obtener el servicio ofrecido.¹¹³⁴

2.4.1.4. MARCO CONCEPTUAL DEL ANÁLISIS DEL CICLO DE SERVICIO

2.4.1.4.1. TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE PROCESOS

2.4.1.4.1.1. TORMENTA DE IDEAS: Discusión abierta y participativa que pretende obtener y asegurar el mayor número de ideas posibles en un grupo de personas, sobre un tema específico. La tormenta de ideas puede ser estructurada o no estructurada.

En el proceso de solución de problemas, es importante identificarlos, así como determinar sus causas. La tormenta de ideas ayuda a ambas cosas. Es una excelente manera de identificar problemas, como los que ocurren en el trabajo y

¹¹³³ Ibid. , pág. 27

¹¹³⁴ Ibid. , pág. 28.

de reunir muchas explicaciones posibles para un problema específico. La tormenta de ideas es un método de solucionar problemas de tipo grupal.¹¹³⁵

2.4.1.4.1.1.1. ESTRUCTURADA: Procura que los participantes en la discusión hablen por turnos en un orden determinado.

2.4.1.4.1.1.2. NO ESTRUCTURADA: Presenta una discusión en la cual los miembros del grupo hablan sin un orden establecido.¹¹³⁶

2.4.1.4.1.2. DIAGRAMAS DE FLUJO: Un diagrama de flujo es una representación grafica de las actividades que conforman un ciclo de servicio. Los diagramas de flujo de aplicación al análisis del ciclo del servicio son los diagramas de bloque, los cuales se complementan con símbolos de decisión y de conexión.¹¹³⁷

Es un tipo especial de diagrama que representa de manera secuencial los pasos de un trabajo en particular. Este diagrama ayuda a rastrear el flujo de información, documentos, material o personal a través del sistema de entrega de un servicio.¹¹³⁸

¹¹³⁵ Amsden Davida M. Control Estadístico de Procesos. pág. 44.

¹¹³⁶ Serna Gómez. Op. cit., pág. 30.

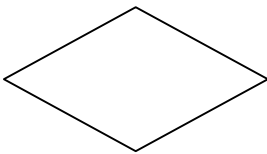
¹¹³⁷ Ibid. , pág. 31.

¹¹³⁸ Amsden Op. cit., pág. 69.

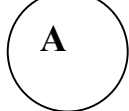
SÍMBOLOS DE UN DIAGRAMA DE FLUJO. Humberto Serna Gómez Pág. 32



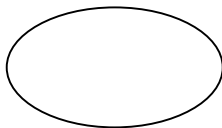
PROCESO O MOMENTO DE VERDAD DEL CICLO DE SERVICIO EN EL CICLO DE SERVICIO



PUNTO DE DECISIÓN



SÍMBOLO DE CONEXIÓN



INDICA INICIO Y FIN DEL CICLO DE SERVICIO

2.4.1.4.1.3. DIAGRAMA CAUSA/EFEECTO: Es una representación grafica de un efecto o resultado, y su relación con las causas que lo generan.¹¹³⁹

Método de solución de problemas, actúa como imagen de las relaciones entre sí de las ideas.

¹¹³⁹ Ibid. , pág. 34.

2.4.1.4.1.4. ANALISIS DE PARETO: *Es particularmente útil para manejar problemas crónicos debido a que ayuda a decidir los problemas que se deben atacar de entre todos ellos. Se puede hacer también un análisis de pareto al final del proceso de solución de problemas para determinar si funcionaron las soluciones.*¹¹⁴⁰

2.4.1.4.1.5. TABLERO: Es un método efectivo para mejorar procesos, desarrollar ideas, encontrar causas de problemas y planear proyectos. Se basa en algunos principios tanto de la tormenta de ideas como de los diagramas de causa y efecto. Al igual que la tormenta de ideas, el tablero es un proceso de grupo que fomenta la participación, la creatividad y la confianza. Los miembros generan ideas y las organizan bajo encabezados principales del mismo modo que en el diagrama de causa y efecto.¹¹⁴¹

2.4.1.5. COMO OBTENER LOS CONCEPTOS POR EVALUAR DEL SERVICIO: El análisis de cada momento de verdad, realizado con las técnicas anteriormente descritas, permite identificar los conceptos por evaluar del ciclo del servicio. Para ello debe responderse las siguientes preguntas: ¿Quién interactúa con el cliente? ¿Cómo y cuando interactúa? ¿Dónde interactúa? ¿? ¹¹⁴²

¹¹⁴⁰ Amsden Op. cit., pág. 57.

¹¹⁴¹ Ibid. , pág. 75.

¹¹⁴² Serna Gómez. Op. cit., pág. 47.

2.4.1.6. DEFINIR LA ORGANIZACIÓN DE LA AUDITORIA

2.4.1.6.1. MARCO CONCEPTUAL DE LA ORGANIZACIÓN DE LA AUDITORIA: Para llevar a cabo la Auditoría del Servicio se requiere definir la estructura del personal que participa en esta. Con este fin se consideran dos grupos:

2.4.1.6.1.1. GRUPO DE DESARROLLO: Personal externo o interno de la organización evaluada, el cual se presenta como grupo asesor. Es responsable de planear, obtener información, procesarla, analizarla y documentar la Auditoría del Servicio.¹¹⁴³

2.4.1.6.1.2. GRUPO DE SOPORTE: Personal de la organización que apoya directa o indirectamente el desarrollo de la Auditoría del Servicio.¹¹⁴⁴

2.4.1.7. ESTABLECER Y DISEÑAR LA HERRAMIENTA DE MEDICION

2.4.1.7.1. HERRAMIENTAS QUE DEFINEN INDICES DE COMPETITIVIDAD Y DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE: Se caracterizan por estar conformadas por un conjunto de preguntas cerradas. Su objetivo es facilitar la obtención de índices de competitividad y satisfacción del cliente, con base en cuestionarios conformados por un conjunto de preguntas cerradas que evalúan el ciclo del servicio de la organización auditada.¹¹⁴⁵

¹¹⁴³ Ibid. , pág. 50.

¹¹⁴⁴ Ibid. , pág. 52.

¹¹⁴⁵ Ibid. , pág. 55.

2.4.1.7.1.1. CUESTIONARIOS: Son formatos redactados en forma de interrogatorio, de los cuales se obtiene información sobre las características del ciclo del servicio que se evalúa. Estos cuestionarios se aplican en forma individual, de manera personal, por correo o por teléfono.

2.4.1.7.1.1.1. 1. CLASIFICACION DE LAS PREGUNTAS

2.4.1.7.1.1.1.1. PREGUNAS CALIFICATIVAS: Son aquellas que evalúan la calidad de un atributo del servicio o determinan el grado de importancia de una necesidad o expectativa que plantea el cliente.

2.4.1.7.1.1.1.2. PREGUNTAS DE RESPUESTA MÚLTIPLE: Son aquellas que le ofrecen al cliente mas de dos alternativas de selección de su respuesta, con respecto a una característica de calidad del servicio evaluada.¹¹⁴⁶

2.4.1.7.1.1.1.3. PREGUNTAS DICOTÓMICAS: Tamben llamadas preguntas de selección forzada, son aquellas que ofrecen al cliente dos alternativas de selección de su respuesta.¹¹⁴⁷

¹¹⁴⁶ Ibid. , pág. 56.

¹¹⁴⁷ Ibid. , pág. 57.

2.4.1.7.1.1.1.2. CLASIFICACIÓN DE LA HERRAMIENTA (CUESTIONARIO):

2.4.1.7.1.1.1.2. 1. LA ENCUESTA: Se caracteriza por ser un cuestionario elaborado, el cual evalúa los momentos de verdad correspondientes al ciclo de servicio de la organización auditada.¹¹⁴⁸

*2.4.1.7.1.1.1.2.2. LA CLISA (CLIENTE SATISFECHO): Se presenta como un cuestionario corto, el cual se aplica inmediatamente después que el cliente ha participado de un momento de verdad, con el objeto de evaluar la percepción de éste sobre la calidad del servicio recibido.*¹¹⁴⁹

2.4.1.7.1.1.1.2.3. EL CLIENTE INCÓGNITO: Este método de evaluación de la calidad del servicio se fundamenta en la capacidad que tiene la persona que se presenta como el cliente incógnito, para observar y evaluar los momentos de verdad y el ambiente en el cual se desarrollan.¹¹⁵⁰

2.4.1.7.1.1.1.2.4. LA ENCUESTA POR CORREO: Es un cuestionario que se les envía a los clientes, acompañado por una carta explicativa y un sobre para la devolución del mismo, lo que hace el método adecuado para analizar la percepción del cliente en una amplia zona geográfica.¹¹⁵¹

¹¹⁴⁸ Ibid. , pág. 61.

¹¹⁴⁹ Ibid. , pág. 63.

¹¹⁵⁰ Ibid. , pág. 71.

¹¹⁵¹ Ibid. , pág. 81.

2.4.1.7.1.1.1.2.5. LA TELEAUDITORÍA: Es un método rápido de recolección de información; con base en una encuesta que se aplica telefónicamente, sin embargo la cantidad de datos que se pueden obtener de parte del encuestado es mas limitada.

2.4.1.7.1.1.1.2.6. OBSERVACIÓN IN SITU: Evalúa el ambiente en el cual se atiende al cliente externo de la organización. Parte del supuesto de que observar el comportamiento de las variables participantes en el ciclo del servicio; provee información más exacta y menos costosa que la entrevista o encuesta de un conjunto de clientes, con respecto a la calidad del servicio que la organización ofrece.¹¹⁵²

2.4.1.7.2. HERRAMIENTAS DE BASE PARA DEFINIR NECESIDADES Y EXPECTATIVAS: Una de las características esenciales de la Auditoría del Servicio es su carácter exploratorio, es decir procura determinar necesidades y expectativas del cliente, las que a su vez definen la evolución en la interrelación entre la compañía y su capacidad para satisfacer al cliente.

2.4.1.7.2.1. ENTREVISTA: Se conforma por un conjunto de preguntas abiertas, de las cuales depende la calidad de la información obtenida. Las entrevistas pueden ser dirigidas o estructuradas, o no estructuradas.

¹¹⁵² Ibid. , pág. 96.

2.4.1.7.2.1.1. *ESTRUCTURADAS*: Se realiza con base en un cuestionario siguiendo un orden predefinido, documentando las respuestas tal y como el entrevistado proporciona la información.

2.4.1.7.2.1.2. *ENTREVISTAS NO ESTRUCTURADAS* Las entrevistas no estructuradas pueden ser focalizadas o libres.

2.4.1.7.2.1.2.1. *FOCALIZADA*: Es aquella que procura el análisis de un conjunto de aspectos o tópicos, sin utilizar una estructura formal en su desarrollo.¹¹⁵³

2.4.1.7.2.1.2.2. *LIBRE*: Ofrece la libertad absoluta al cliente para que exprese sus necesidades y sus expectativas, y los factores generadores de satisfacción o insatisfacción que lo afectan. ¹¹⁵⁴

2.4.1.7.2.2. *EL GRUPO FOCO*: Este método permite recolectar información de diferentes clientes, con base en un proceso de análisis y evaluación del ciclo de servicio de la organización auditada. Un grupo foco recibe este nombre porque centra su análisis en el ciclo del servicio, evaluando la calidad del servicio que se ofrece y facilitando la definición de las necesidades y expectativas de los clientes.¹¹⁵⁵

¹¹⁵³ Ibid. , pág. 100.

¹¹⁵⁴ Ibid. , pág. 101.

¹¹⁵⁵ Ibid. , pág. 109.

2.4.1.7. HERRAMIENTAS DE MEDICION COMBINADAS: Estas herramientas de medición combinada, reciben el nombre de entrevista – encuesta, y sus características están definidas por la forma de estructurar de manera independiente una encuesta y una entrevista. Son instrumentos utilizados para evaluar el ciclo del servicio que incluyen preguntas abiertas y cerradas, las cuales permiten la obtención de índices de satisfacción y de competitividad desde el punto de vista cuantitativo.

2.4.1.8. UTILIZACIÓN DE HOJAS DE RESPUESTA: Reducen costos, facilitan el trabajo de campo y la tabulación posterior, se utilizan para cada uno de los instrumentos de medición de la Auditoría.¹¹⁵⁶

2.5. ESTADÍSTICA

2.5.1. DEFINICIÓN: “Es el conjunto de técnicas y herramientas que permiten la recolección, análisis, representación e interpretación de datos sobre la satisfacción del cliente, con el propósito de obtener y mantener información para la administración de la calidad del servicio que se ofrece.

2.5.2. POBLACIÓN: Conjunto de personas, elementos o aspectos base del análisis estadístico.

2.5.3. MUESTRA

2.5.3.1. DEFINICIÓN: Parte o subconjunto de individuos, elementos o aspectos de una población.

¹¹⁵⁶ Ibid. , pág. 113.

2.5.4. INFERENCIA: Es definir una muestra que permita deducir el comportamiento de la población, partiendo de los resultados obtenidos en el análisis de una muestra representativa.

2.5.5. MUESTREO

2.5.5.1. DEFINICIÓN: Es el proceso mediante el cual se determina el tamaño de la muestra, para obtener los datos de forma eficiente, oportuna y confiable. ¹¹⁵⁷

2.5.5.2 CLASES

2.5.5.2.1. PROBABILÍSTICO: Es donde se utiliza el método estadístico para seleccionar la muestra de referencia de la auditoría.

2.5.5.2.1.1. ALEATORIO SIMPLE: Es un método utilizado para seleccionar una unidad de la población, cada una con la misma oportunidad de ser seleccionado dentro de la muestra.

2.5.5.2.1.2. ESTRATIFICADO: En ese método se divide la población de la muestra en estratos o en subgrupos y selecciona una muestra aleatoria simple dentro de cada uno de ellos. La utilidad de esta forma de definir la población depende de la facilidad y claridad con que se definan los subgrupos. ¹¹⁵⁸

¹¹⁵⁷ Ibid. , pág. 118.

¹¹⁵⁸ Ibid. , pág. 127.

2.5.5.2.1.3. SISTEMÁTICO: Consiste en elegir las unidades que harán parte de la muestra, con base en un intervalo de selección, de forma tal que después de que suceda el intervalo, se incluya este elemento de la población de la muestra de referencia. ¹¹⁵⁹

2.5.5.2.1.4. CONGLOMERADO: Divide la población en pequeños segmentos llamados conglomerados, con el propósito de disminuir costos, especialmente cuando se considera una población que se encuentra diseminada en una amplia zona geográfica. Es una muestra aleatoria sobre los grupos o segmentos predefinidos, además sobre cada conglomerado se determina su estudio completo o se toma una muestra del mismo. ¹¹⁶⁰

2.5.5.2.2. NO PROBABILÍSTICO

2.5.5.2.2.1. DE DECISIÓN: Es donde el personal de trabajo de campo utiliza su criterio para seleccionar como referencia una definición clara de la población objetivo, determinada por parte del personal de planeación de la auditoría del servicio. ¹¹⁶¹

2.5.5.2.2.2. DE CUOTA: En este tipo de muestreo se clasifica la población objeto de la auditoría y define una cuota o número de elementos de cada subconjunto de la población, los que a su vez deben ser incluidos en la muestra. ¹¹⁶²

¹¹⁵⁹ Ibid. , pág. 129

¹¹⁶⁰ Ibid. , pág. 131.

¹¹⁶¹ Ibid. , pág. 133.

¹¹⁶² Ibid. , pág. 134.

2.5.5.2.2.3. BASADO EN EXPERTOS: Define la selección de elementos que harán parte de la muestra, tomando como referencia el concepto de personas con suficiente conocimiento poblacional, objeto de estudio. ¹¹⁶³

2.5.5.2.2.4. FÁCIL ESTUDIO: Evalúa el servicio que la organización ofrece, con base en la percepción de un conjunto de clientes a quienes es fácil acceder.

2.5.5.2.2.5. COMBINADO: También es llamado por elementos, consiste en la utilización del muestreo no Probabilístico basado en expertos, para especificar bajo un perfil definido la población objeto de estudio, con el propósito de evaluar la percepción del cliente que cumple con unas características especiales.

2.5.5.2.2.6. CRITERIO PARETO: Se fundamenta en un gráfico de barras verticales, utilizado para determinar dentro de un conjunto de aspectos, los que son más importantes, con base en un criterio establecido. ¹¹⁶⁴

2.6. TRABAJO DE CAMPO

¹¹⁶³ Ibid. , pág. 135.

¹¹⁶⁴ Ibid. , pág. 139.

2.6.1. PLAN DE TRABAJO: Es el proceso de recolección de información por parte del personal responsable del trabajo, el cual facilita la obtención de la percepción del cliente sobre la calidad del servicio que recibe.

2.6.2. PRUEBA PILOTO: Es una prueba que se realiza a una pequeña población, con el fin de que se puedan detectar con anticipación problemas en el desarrollo de la recolección de información del cliente. Pueden determinar o no los cambios en las herramientas de medición, en el personal de trabajo de campo o en las actividades realizadas por parte del personal responsable de recolectar la información de la auditoría.

2.6.3. ADMINISTRACIÓN DEL TRABAJO: Es el seguimiento, evaluación y control de la labor que desarrolla el personal de campo, para lo cual se utilizan supervisores expertos, quienes a su vez dependerán de un Coordinador General del Trabajo de Campo.¹¹⁶⁵

2.6.4 PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN: Es la planeación del proceso de tabulación de los diferentes instrumentos de medición utilizados en la auditoría y la realización de la digitación de datos utilizando un soporte computarizado.¹¹⁶⁶

2.6.4.1. DATOS CUANTITATIVOS: Es el proceso mediante el cual se obtiene el porcentaje de respuesta de cada pregunta de este tipo.

¹¹⁶⁵ Ibid. , pág. 141.

¹¹⁶⁶ Ibid. , pág. 142.

2.6.4.2. DATOS CUALITATIVOS: Es la realización de la Categorización de los datos en factores generadores de satisfacción, insatisfacción, necesidades y expectativas

2.6.5. EVALUACIÓN DE LA TASA DE NO-RESPUESTA DEL CLIENTE: Son porcentajes de respuesta no representativos, por razones como: no se encuestó a quien correspondía, la pregunta es irrelevante en la investigación, la pregunta no se entendió o el aspecto analizado es específico de un segmento de clientes¹¹⁶⁷.

2.7. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN: Es el proceso mediante el cual se clasifica la información y se utilizan esquemas de representación en cuadros y gráficas. ¹¹⁶⁸

2.7. 1. FACTORES GENERADORES DE SATISFACCIÓN

2.7.1.1. CRÍTICOS: Conjunto de factores en los que la organización auditada es inferior a su competencia, con respecto a la calidad del servicio que se ofrece.

2.7.1.2. ESTABLES: Conjunto de factores en los que la organización estudiada ofrece un servicio similar a su competencia.

2.7.1.3. DIFERENCIADORES: Conjunto de factores en los que la entidad evaluada es superior a su competencia, lo cual define oportunidades de diferenciación en el servicio.

¹¹⁶⁷ Ibid. , pág. 150.

¹¹⁶⁸ Ibid. , pág. 151.

2.8.2. HERRAMIENTAS

2.8.2.1. DATOS CUANTITATIVOS: Se basa en los índices de satisfacción y de competencia, los cuales se presentan como medidas de tendencia central que se obtienen como resultado del procesamiento de los datos. ¹¹⁶⁹

2.8.2.1.1. CUADRO DE TENDENCIAS: Es la elaboración de un plano cartesiano en donde se incluyen los índices de satisfacción y de competencia que se presentan determinando la tendencia del servicio que la entidad ofrece. ¹¹⁷⁰

2.8.2.1.2. PERFILES DE SATISFACCIÓN: Es una herramienta en donde se relacionan la identificación del índice con su valor porcentual correspondiente. ¹¹⁷¹

2.8.2.1.3. MATRIZ DE NIVELES DE SATISFACCIÓN: Tiene como objetivo fundamental clasificar los índices obtenidos, con el propósito de determinar los factores generadores de insatisfacción críticos y los factores generadores de satisfacción estables y diferenciadores. ¹¹⁷²

2.8.2.1.4. PERFIL DE COMPETENCIA: Es la identificación del índice de competencia con su valor porcentual correspondiente. ¹¹⁷³

¹¹⁶⁹ Ibid. , pág. 153.

¹¹⁷⁰ Ibid. , pág. 154.

¹¹⁷¹ Ibid. , pág. 155.

¹¹⁷² Ibid. , pág. 156.

¹¹⁷³ Ibid. , pág. 160.

2.8.2.1.5. GRÁFICAS DE BARRAS: Relacionan la identificación de un índice de satisfacción o competencia con su valor porcentual correspondiente.

2.8.2.1.6. NIVELES DE COMPETENCIA: Clasifica los índices de competencia obtenidos, con el propósito de determinar amenazas, similitudes y oportunidades de diferenciación en la calidad del servicio que la organización ofrece, con relación a su competencia directa. ¹¹⁷⁴

2.8.2.2. DATOS CUALITATIVOS: Se basa en la lista de comentarios de los clientes y su frecuencia de aparición, como resultado del procesamiento de los datos obtenidos.

2.8.2.2.1. CUADROS DE FRECUENCIAS: Es una tabla que incluye al menos información sobre el comentario del cliente, la frecuencia de ocurrencia del mismo y su valor porcentual con respecto a los comentarios realizados. ¹¹⁷⁵

2.8.2.2.2. HISTOGRAMAS DE FRECUENCIAS: Es un gráfico en el cual se presenta la información contenido en una distribución de frecuencias por medio de dos ejes, uno horizontal que se utiliza para presenta la clasificación u ordenamiento de los comentarios de los clientes y otros vertical en donde se presenta barras cuya altura corresponde a la frecuencia de ocurrencia de cada comentario del cliente

¹¹⁷⁴ Ibid. , pág. 163.

¹¹⁷⁵ Ibid. , pág. 167.

2.8.2.2.3. POLÍGONOS DE FRECUENCIA: Es un gráfico que se obtiene uniendo los puntos medios de los techos de los rectángulos de un histograma. ¹¹⁷⁶

2.8.2.2.4. DIAGRAMA DE CIRCULO: Es una gráfica circular, dividida en varios sectores correspondientes a cada comentario analizado. ¹¹⁷⁷

2.9. LIBRETA DE CALIFICACIONES

2.9.1. DEFINICIÓN: Es una herramienta que registra la medición de calidad del servicio que la organización provee, mediante la presentación acumulada del desempeño de la organización frente al cliente, con base en los índices de satisfacción y competitividad. Por medio de esta herramienta se permite darle seguimiento a la auditoría del servicio. ¹¹⁷⁸

2.9.2. PARTES

2.9.2.1. TÍTULOS: Corresponde a la información básica de la libreta de calificaciones.

2.9.2.2. INSTRUCCIONES: Incluye las actividades que se llevarán a cabo para llenar y representar la información que está en la libreta de calificaciones del cliente.

¹¹⁷⁶ Ibid. , pág. 168.

¹¹⁷⁷ Ibid. , pág. 172.

¹¹⁷⁸ Ibid. , pág. 176.

2.9.2.3. ENCABEZAMIENTO: Presenta las columnas que definen la matriz conformada en la libreta de calificaciones del cliente, como son: La identificación del índice que se obtiene en la auditoria del servicio, los valores obtenidos sobre cada índice y el índice acumulado de las auditorias realizadas.

2.9.2.4. CUERPO: Incluye índices sobre los cuales se va a registrar la información con respecto a la satisfacción del cliente, clasificados de la siguiente manera: Índice de satisfacción generales, de satisfacción específicos y de competencia.

2.9.2.5. COMENTARIOS: Es donde se presentan anotaciones que el personal de análisis y documentación de la auditoria considere relevantes en un momento determinado. ¹¹⁷⁹

2.10. DIFUSIÓN DE LOS RESULTADOS: Realizada la Auditoria del Servicio, ésta debe ser analizada profundamente y sin prevenciones por la alta gerencia de la compañía. ¹¹⁸⁰

¹¹⁷⁹ Ibid. , pág. 177.

¹¹⁸⁰ Ibid. , pág. 188.

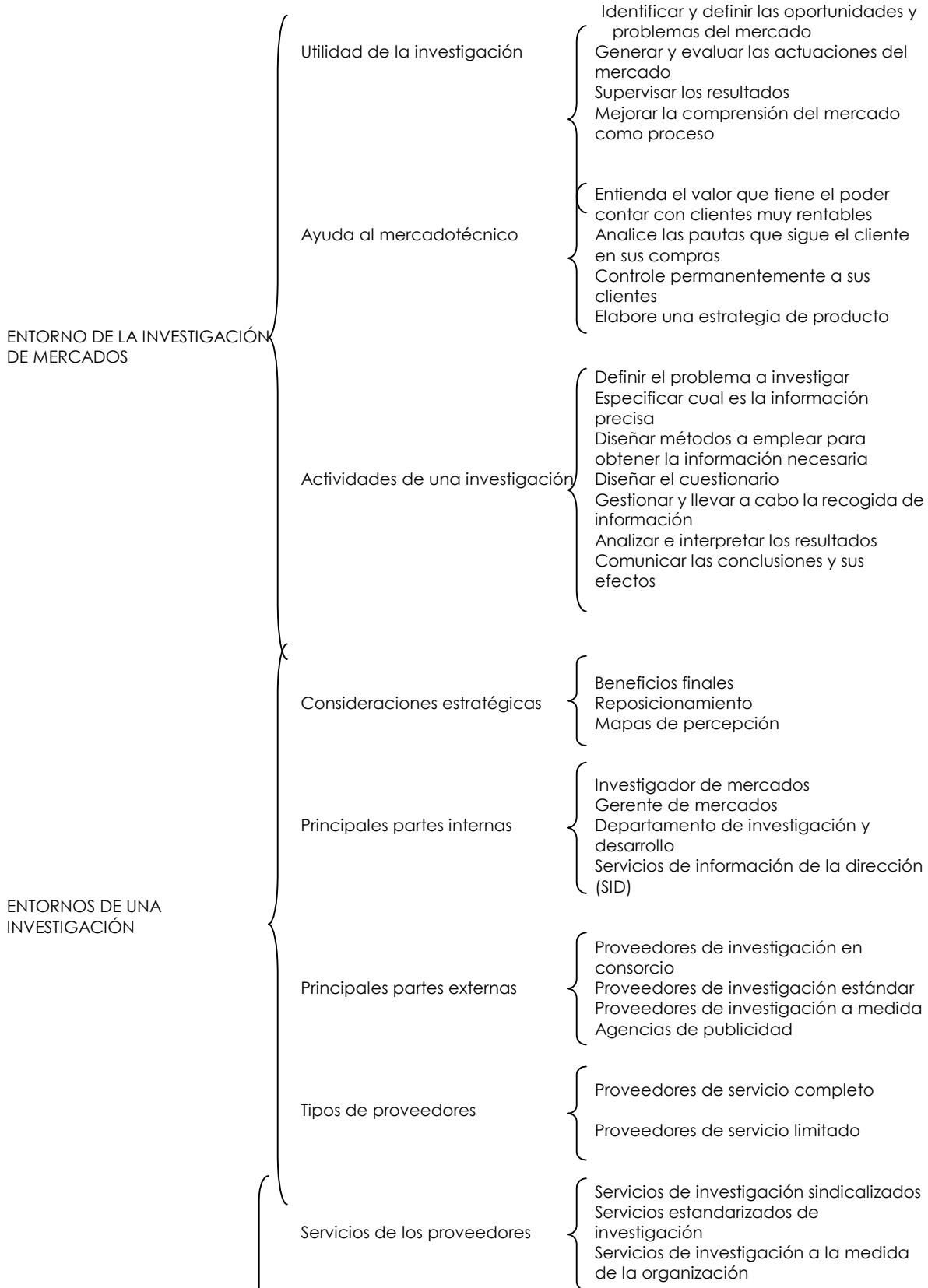
CAPITULO VIII

DESCRIPCIÓN DE MATERIAS

DE MERCADEO

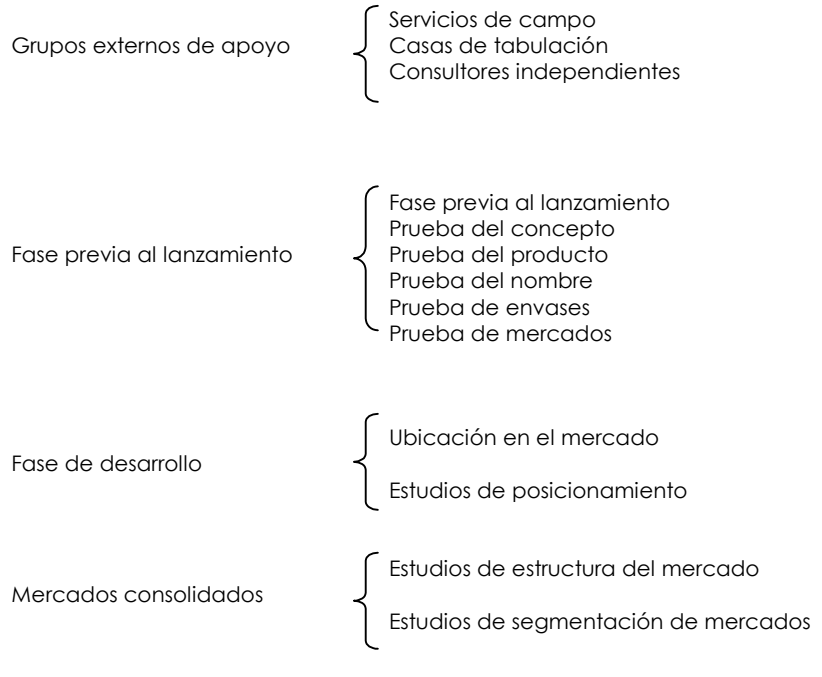
Para visualizar el contexto general en el que se subdivide las materias correspondientes al área de mercadeo se requiere de una estructura de árbol, que es la división de un tema en sus partes componentes desde lo más general hasta lo más específico generando una sinopsis de terminología pertinente a dicho tema, que presente los contenidos en términos específicos de cada uno de estos, dicha estructura se presenta a continuación:

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

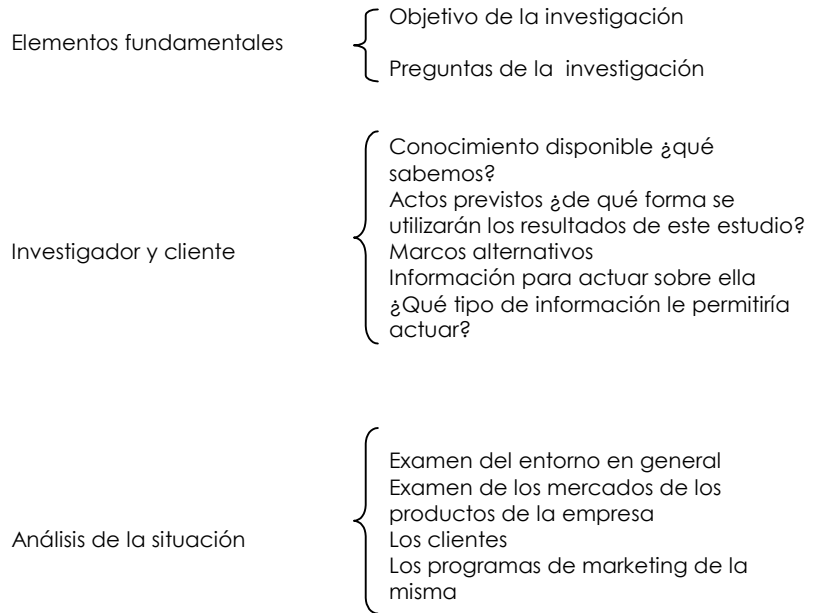


ENTORNOS DE UNA INVESTIGACIÓN

CICLOS DE LA INVESTIGACIÓN



FASE I. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA



Tipos, variedades y marcas de productos
 Volumen y tendencia de las ventas

FASE I. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Análisis de mercados

- Tasa de crecimiento
- Cuotas de mercado
- Vulnerabilidad competitiva
- Rentabilidad de las inversiones

Mercados de clientes

- Factores demográficos
- Estilos de vida
- Pautas y comportamientos
- Preferencias con respecto a las ventajas finales concretas
- Sensibilidad a los precios

Programas de marketing

- Los programas de publicidad y promoción
- Las prácticas que se aplican a los precios
- Las relaciones de intermediarios mayoristas y minoristas

FASE II. DETERMINACIÓN DEL DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

El diseño depende

- El valor de la información que brindan las distintas opciones
- Los objetivos que persiga la investigación y las dudas planeadas

Valoración-alternativas

- Método bifásico
 - Estudio de mercado de prueba previa
 - Iniciar un estudio de mercado de prueba

Requisitos objetivos

- Utilizar diseños exploratorios de investigación
- Emplear diseños descriptivos de investigación
- Emplear diseños causales de investigación

Fuentes de información secundaria

- Bibliotecas
- Instituciones

FASE III. PREPARACIÓN

Tipos de fuentes

Fuentes de información
primaria

Obtención de información

Técnicas cualitativas de entrevista
Métodos de entrevista de encuesta

Diseño del plan de
muestreo

Definir quien debe intervenir en el
estudio
Crear un método que permita identificar
Debe decidir el número de personas a
entrevistar

Diseño del cuestionario

Decisiones de mercadeo
Naturaleza del problema
Método para obtener la información
Diseño de muestreo seleccionado

FASE IV: REALIZACIÓN DEL TRABAJO
DE CAMPO

Preparación de los entrevistadores

Programación y
realización
de entrevistas

La forma de seleccionar a los
entrevistados
Las cuotas de la muestra
Cuando y dónde seleccionar la muestra

FASE V. PROCESAMIENTO DE LA
INFORMACIÓN

Registro y edición

Que las respuestas sean legibles
Que sean claras
Que sean exhaustivas

Codificación y
Trascripción

Asignar valores numéricos
Designar el lugar en que figuran todas

Las respuestas de la investigación de
marketing suelen ser tangibles

FASE VI. PREPARACIÓN DEL INFORME DE INVESTIGACIÓN

Importancia del informe

Suelen ser los únicos aspectos de un estudio que llegan a conocer muchos directivos

La calidad del informe y la prestación oral es lo que en última instancia tiene un reflejo favorable o negativo sobre el proveedor de investigación

OFERTAS DE INVESTIGACIÓN

Solicitudes de oferta

- Antecedentes del problema de mercadeo
- Objetivos de la investigación
- Aspectos relativos al diseño de la investigación
- Momento
- Criterios de selección y peso ponderado de los mismos

Oferta investigación

Elementos

- Contenido de la oferta
- Condiciones por la que se rige
- La presentación
- Los derechos de propiedad

ANTECEDENTES Y DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

Métodos de investigación

- Seleccionar la muestra
- Seleccionar el método para obtener información
- Evaluar el diseño

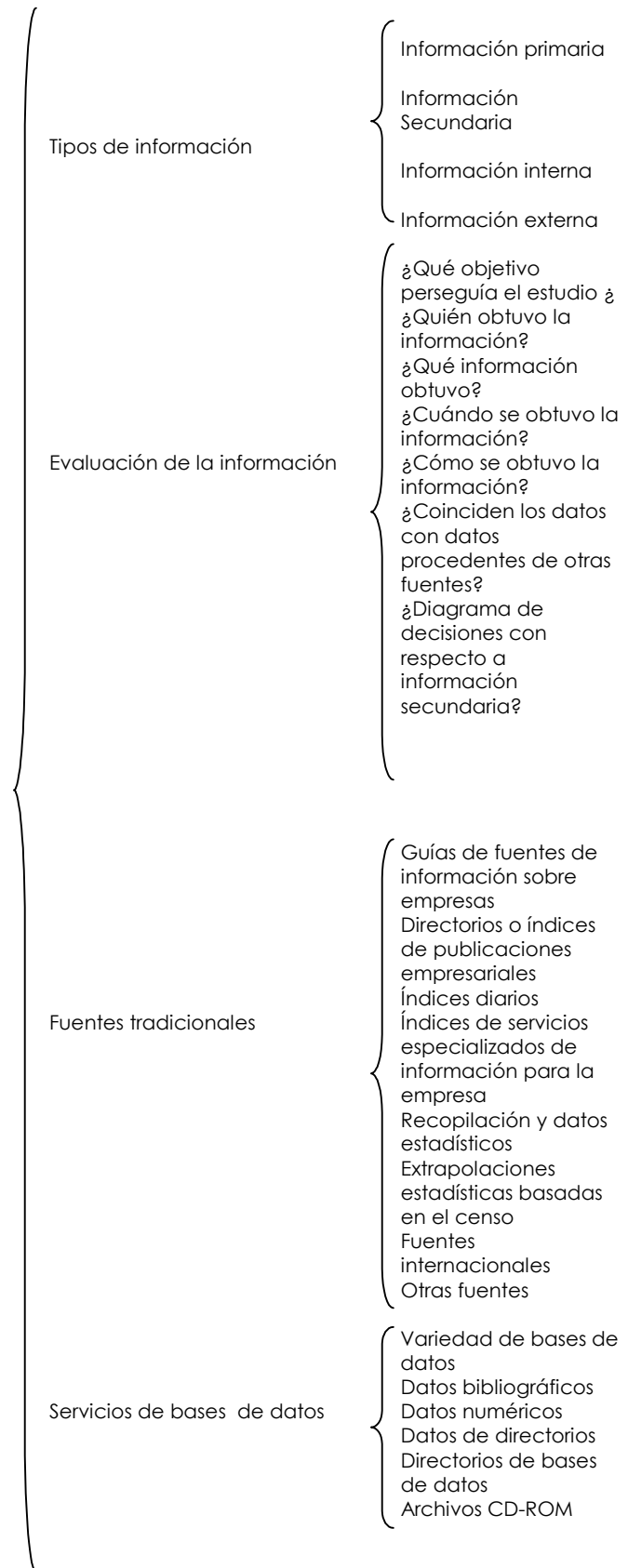
Información a obtener

- Contenido a evaluar
- Técnica de valoración

Análisis

- Describe la forma en que se analiza la información
- Puede incluir una descripción sobre los planes de tabulación
- Describir si se llevase a cabo otros tipos de análisis estadístico

PRINCIPALES MEDIOS DE ACCESO A LA INFORMACIÓN



MÉTODOS CUALITATIVOS DE ENTREVISTA

Características

- Pequeño número de encuestados
- Formato no estructurado
- Valoración directa de los sentimientos
- Observación directa

Tipos

- Entrevistas estructuradas
- Entrevistas relativamente estructuradas

Ventajas

- Permite a los clientes obtener una clara visión del mercado al que se dirige
- Facilita resultados más complejos
- Son rápidos
- Son económicos
- Son flexibles

MÉTODOS CUALITATIVOS DE ENTREVISTA

Desventajas

- No se forman para llegar a difíciles y rápidas conclusiones
- No pueden proyectarse con resultados a una población mayor
- No pueden reemplazar a los estudios de tipo cuantitativos

Aplicaciones

- Valoración de nuevos productos
- Identificación de actitudes en la compra de productos de prestigio
- Evaluación de conceptos publicitarios
- Temas pre-cuantitativos e identificación del vocabulario apropiado
- Valoración de envases y/o nombres
- Obtención de información de características generales acerca de un producto o servicio
- Creación de ideas

ENTREVISTAS UNIPERSONALES
EN PROFUNDIDAD

Aplicación

- Temas confidenciales
- Comportamiento respecto al cual haya normas socialmente aceptadas
- Un proceso de toma de decisiones o relacionado con el comportamiento
- Pasos en los que sea difícil programar entrevistas en grupo

Normas para el entrevistador

- Evitar presentarse como superior o producir una impresión de condescendencia
- Utilizar términos de uso coloquial
- Formular las preguntas de una forma indirecta
- Mantenerse aparte y objetivo
- Rechazar respuestas lacónicas del tipo <si> o <no>
- Tratar de que afloren todos los detalles y sentimientos subyacentes
- Animar al entrevistado a que hable con toda libertad

MÉTODOS DE OBSERVACIÓN Y TÉCNICAS DE PROYECCIÓN

Técnicas de proyección

- Asociación de palabras
- Finalización de frases
- Finalización de una historia
- Tercera persona / escenificación
- Prueba de completar historietas

Características

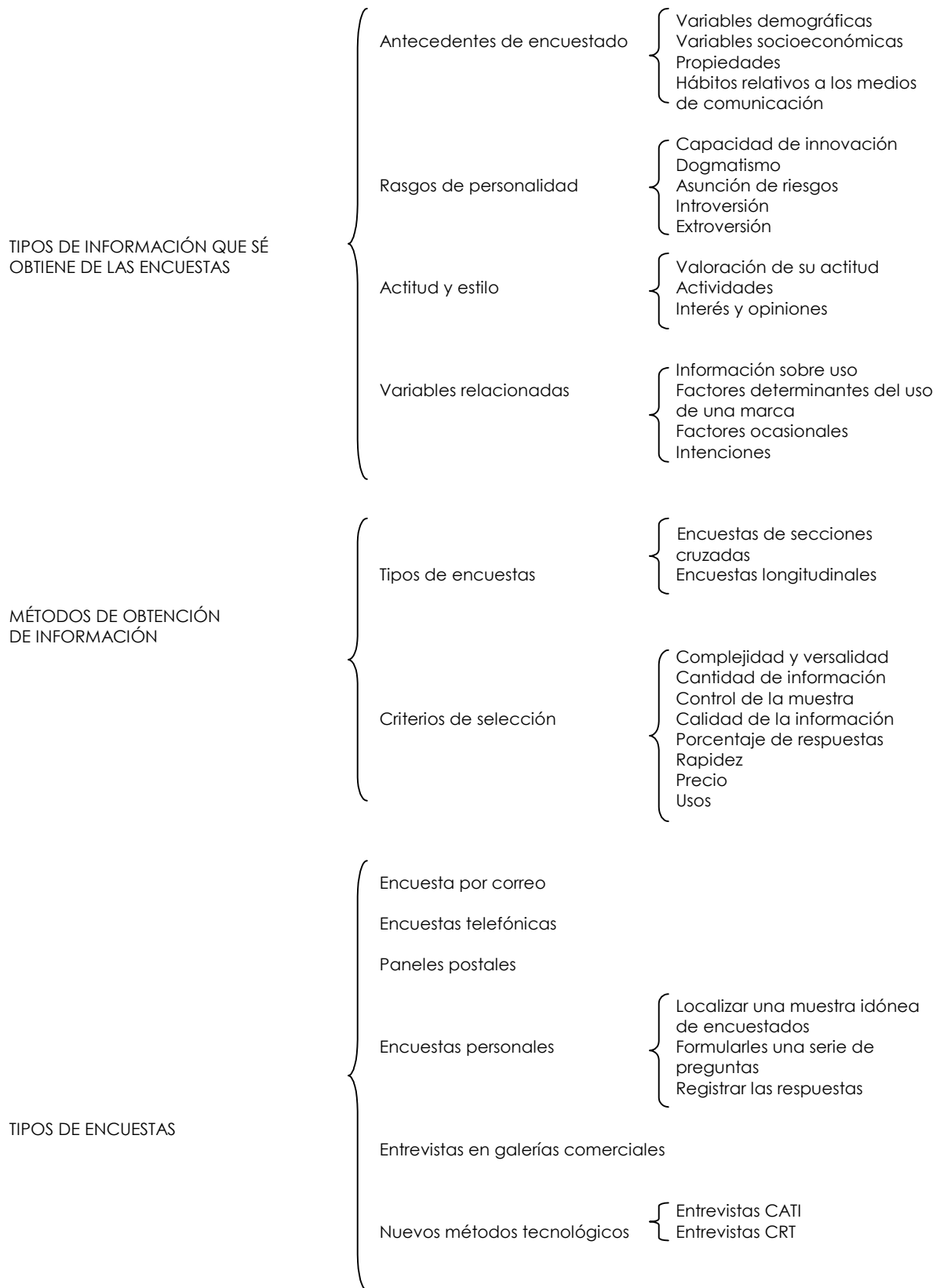
- Entorno natural
- El hombre como instrumento
- Conocimiento tácito
- Métodos cualitativos
- Muestreo intencional
- Análisis inductivo de la información
- Teoría base
- Informe casuístico

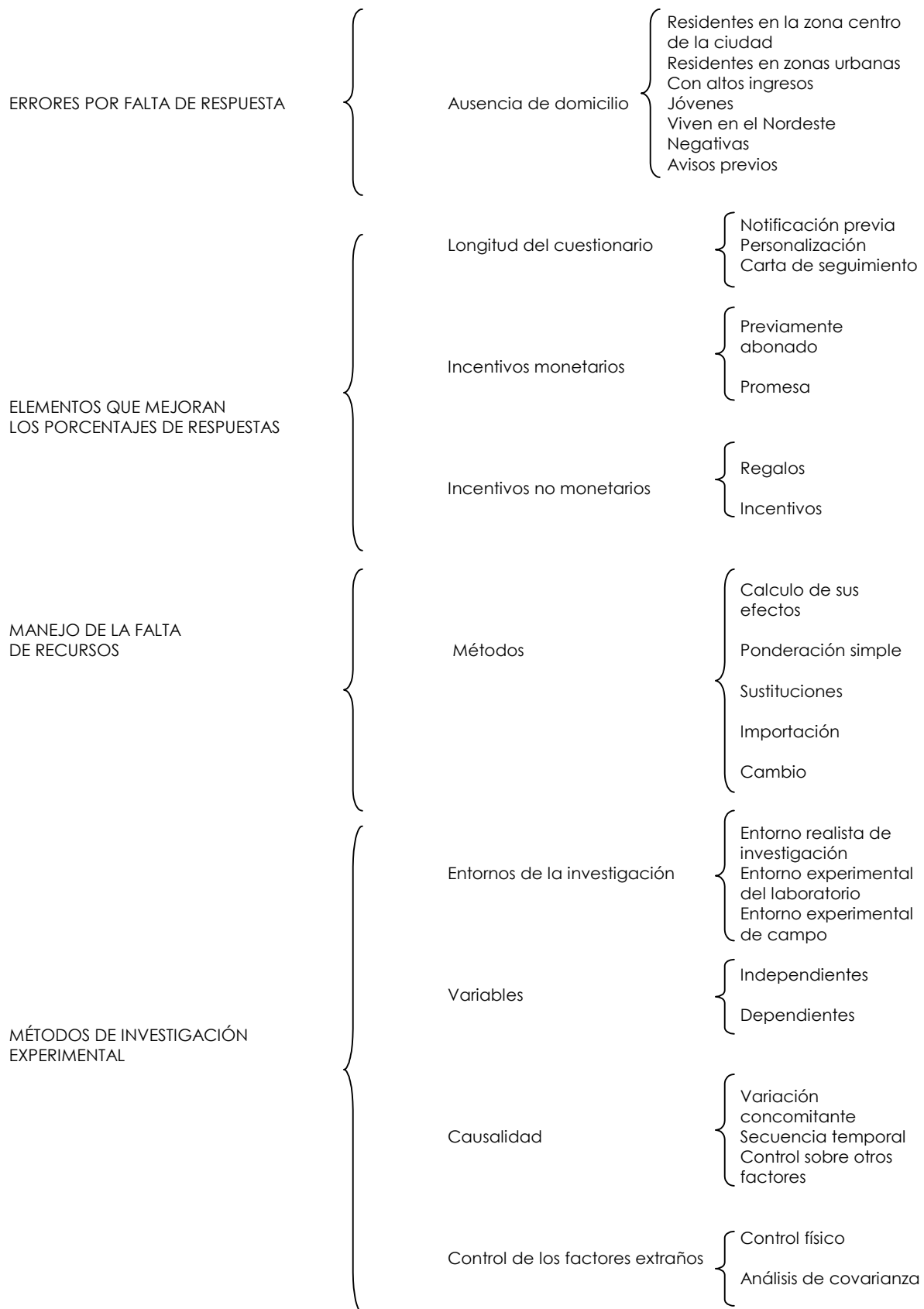
Evaluación fisiológica

- Pupilómetro
- Galvanómetro

Valoración informatizada

- Escáner
- Movimientos de ojos
- Latencia de una respuesta





FACTORES QUE AFECTAN NEGATIVAMENTE
LA VALIDEZ

Tipos de validez

- Validez interna
- Validez externa

Amenazas de la validez interna

- Historia
- Madurez
- Pruebas
- Instrumentación
- Parcialidad en la selección
- Mortalidad

Amenazas de la validez externa

- Efectos de ración o interacción propios de la prueba
- Efectos interactivos de los prejuicios en la selección
- Casos de sustitución

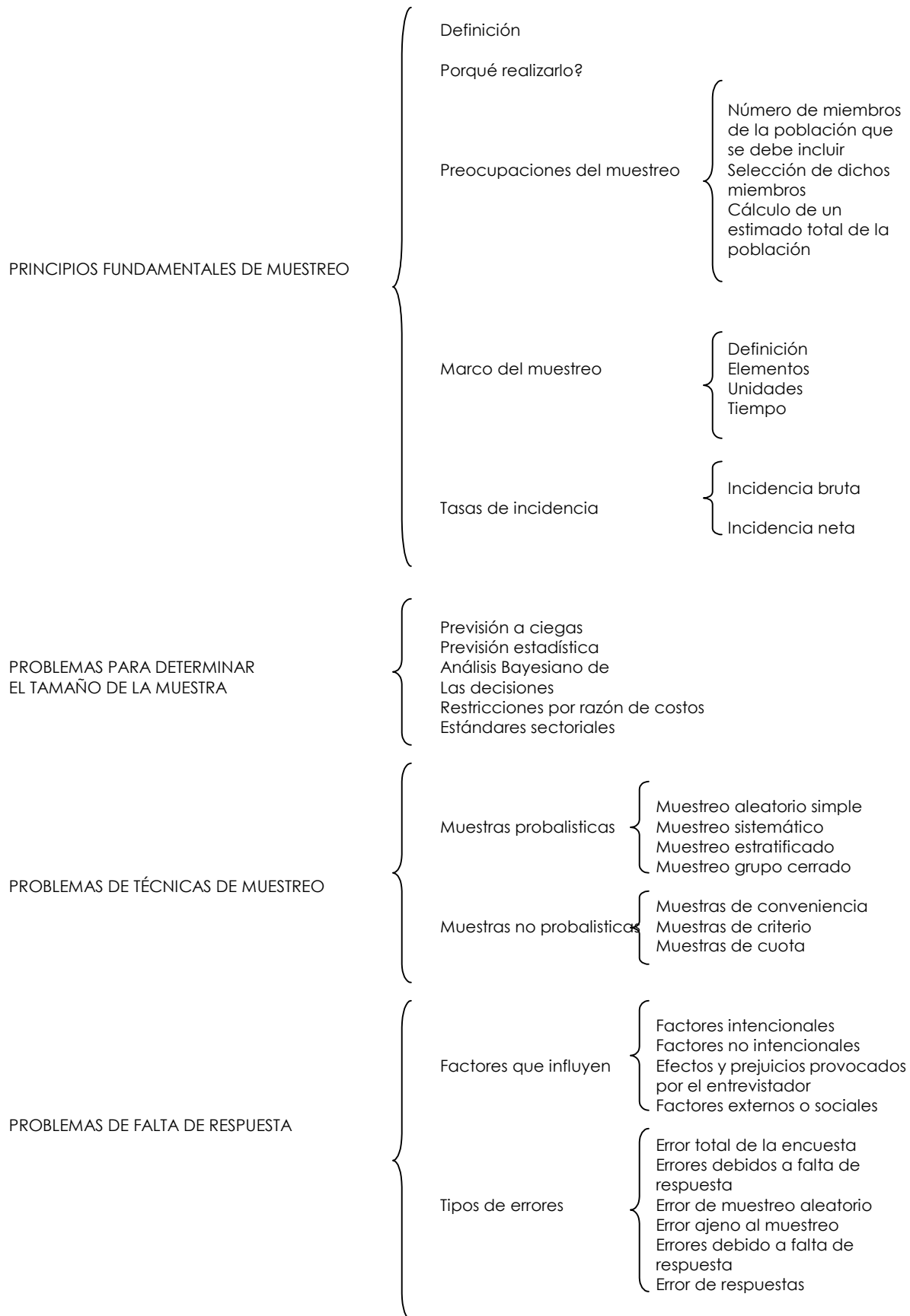
DISEÑOS EXPERIMENTALES

Clases de diseños

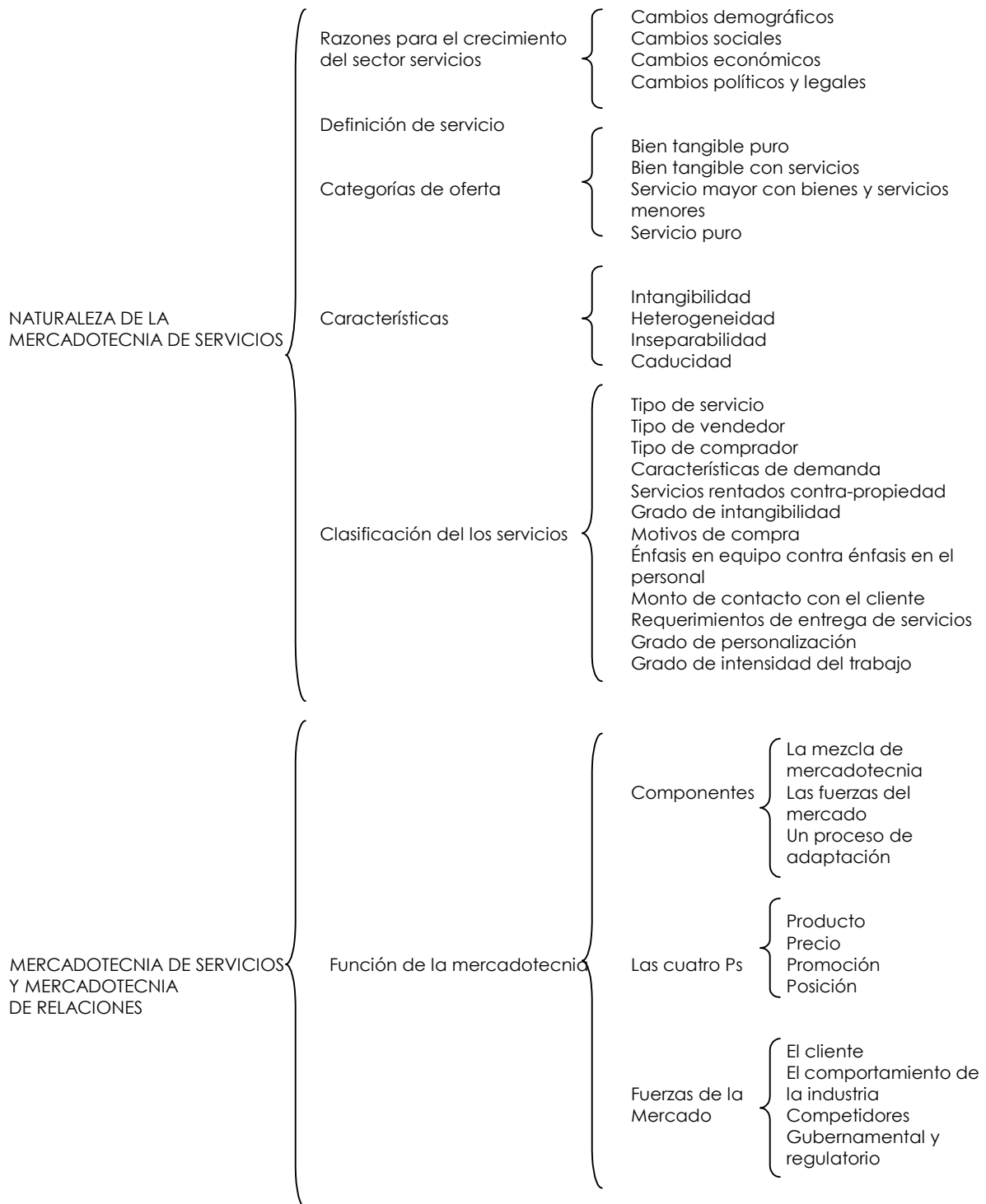
- Diseños experimentales concretos
- Diseño solo después
- Diseño antes-después
- Diseño antes-después con control
- Diseño solo después
- Cuasidiseño no equivalente antes-después con control
- Diseño solo después, de dos factores, con control
- Diseños factoriales
- comportamientos al azar
- Cuasi diseño de serie temporal

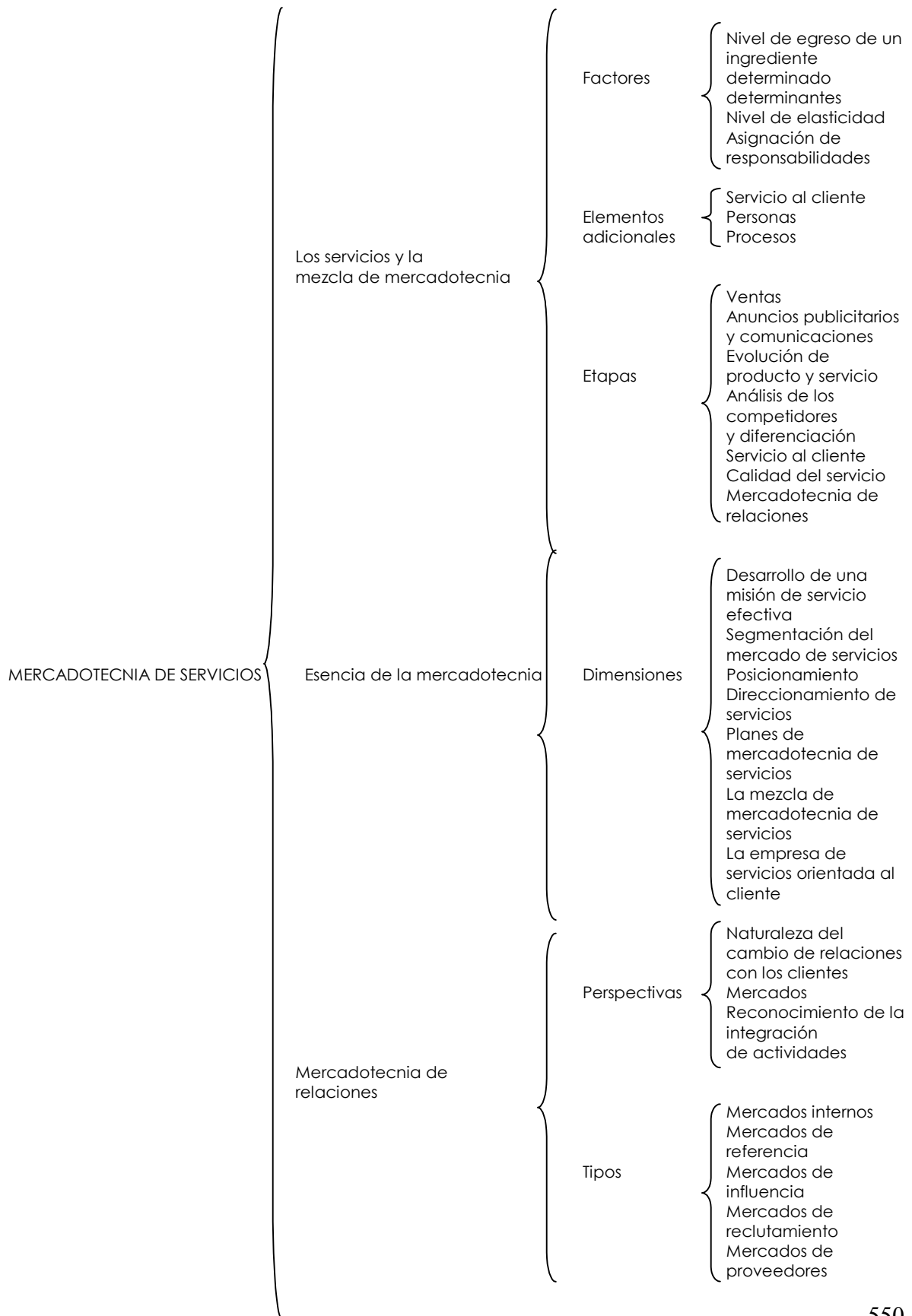
Símbolos de los diseños

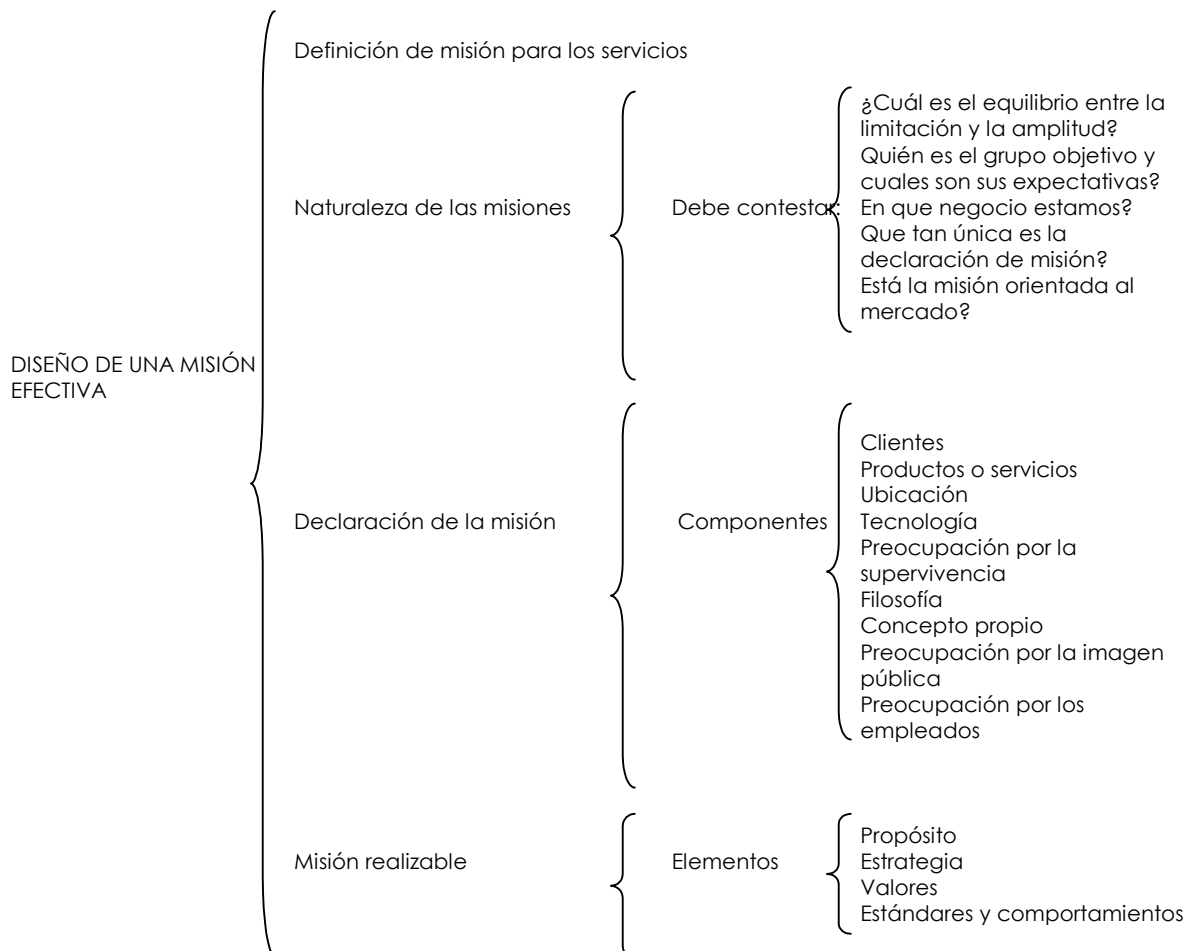
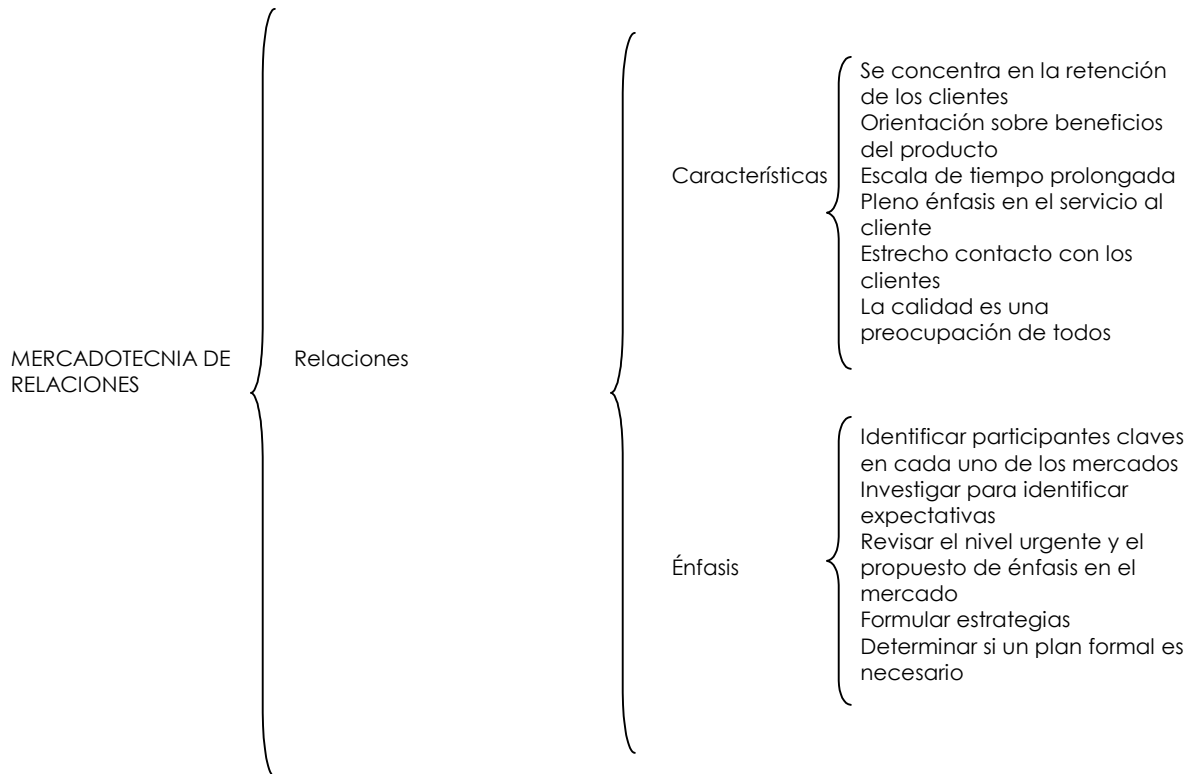
- RR
- EG
- CG
- X
- O

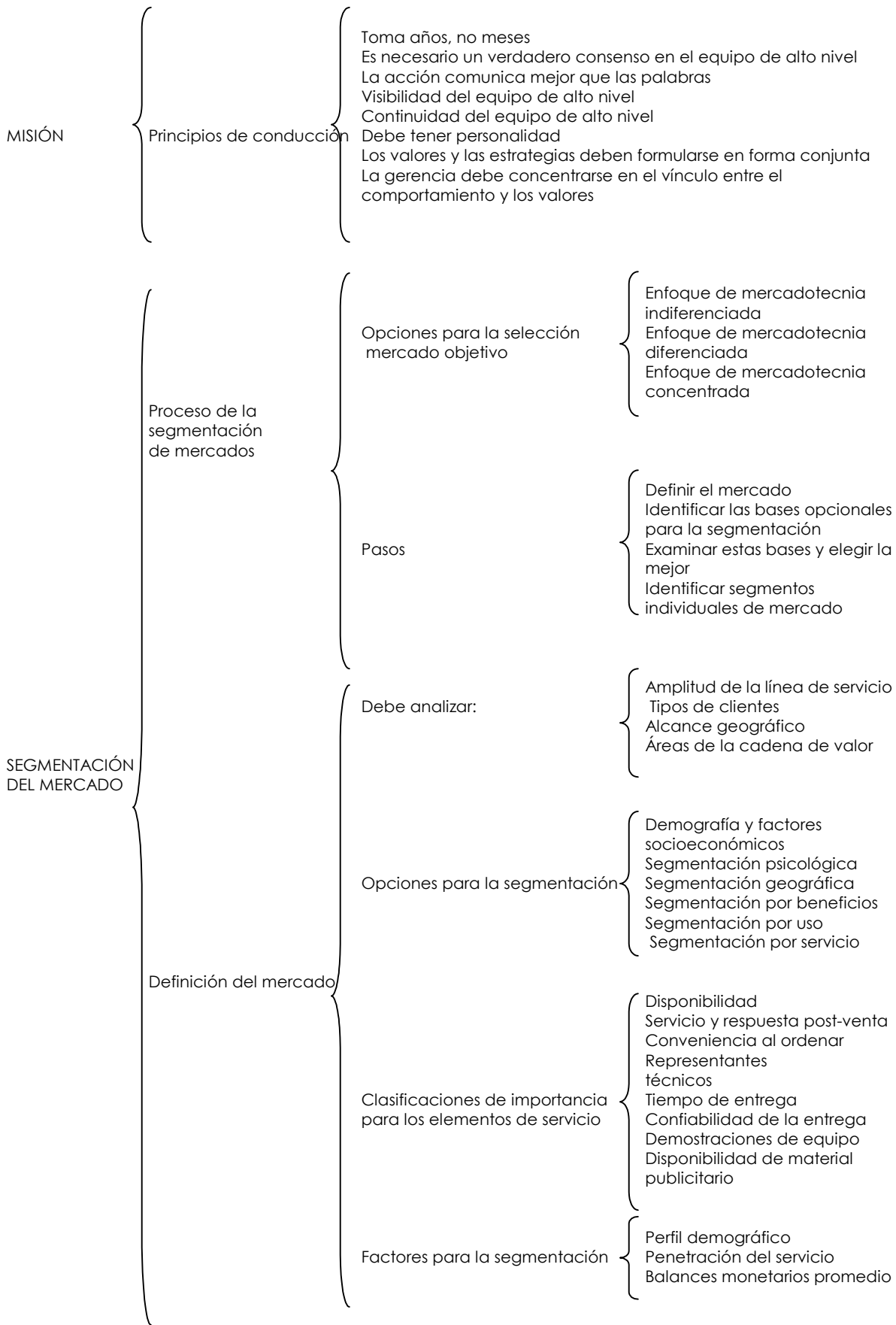


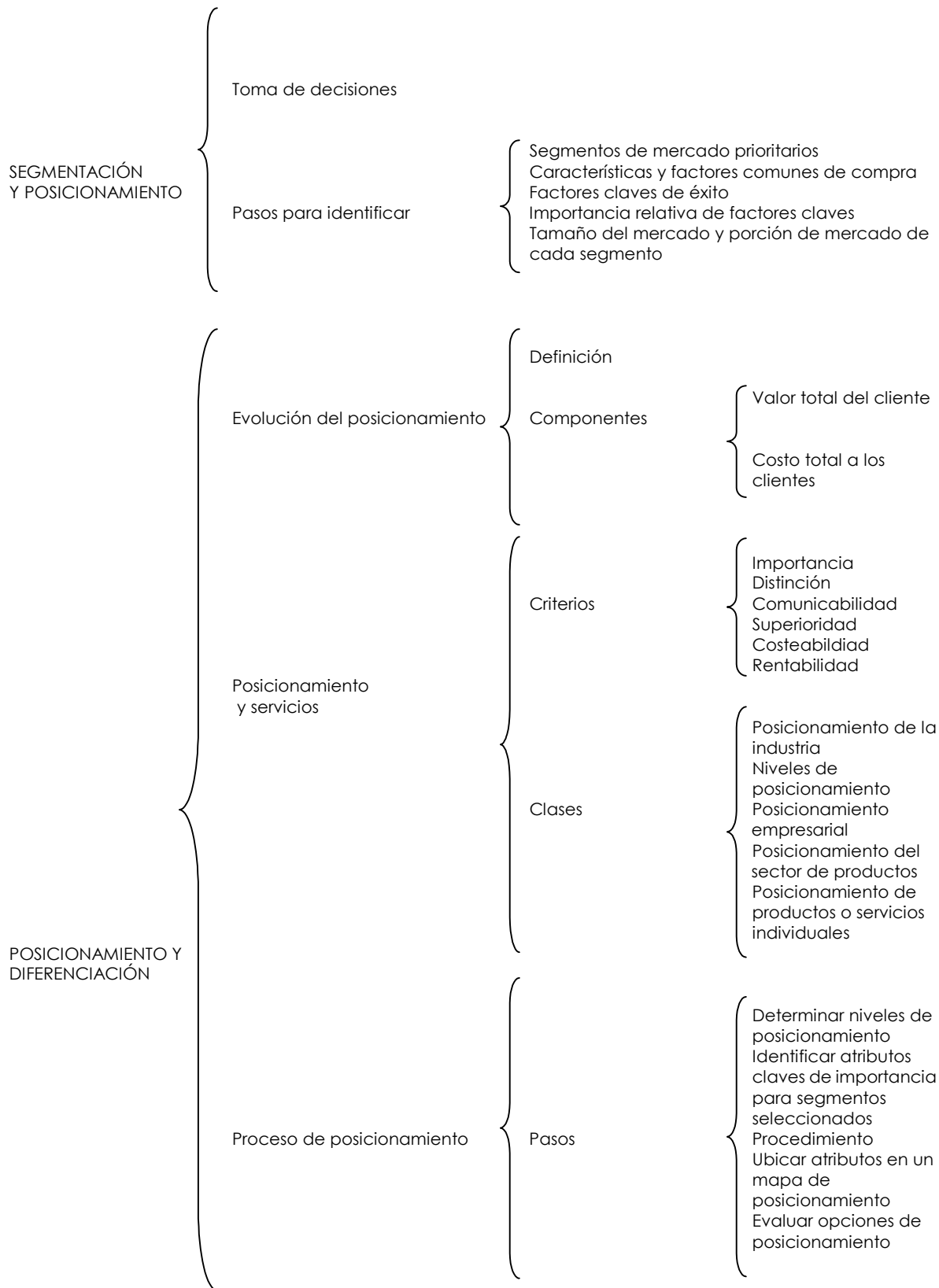
MERCADOTECNIA DE SERVICIOS



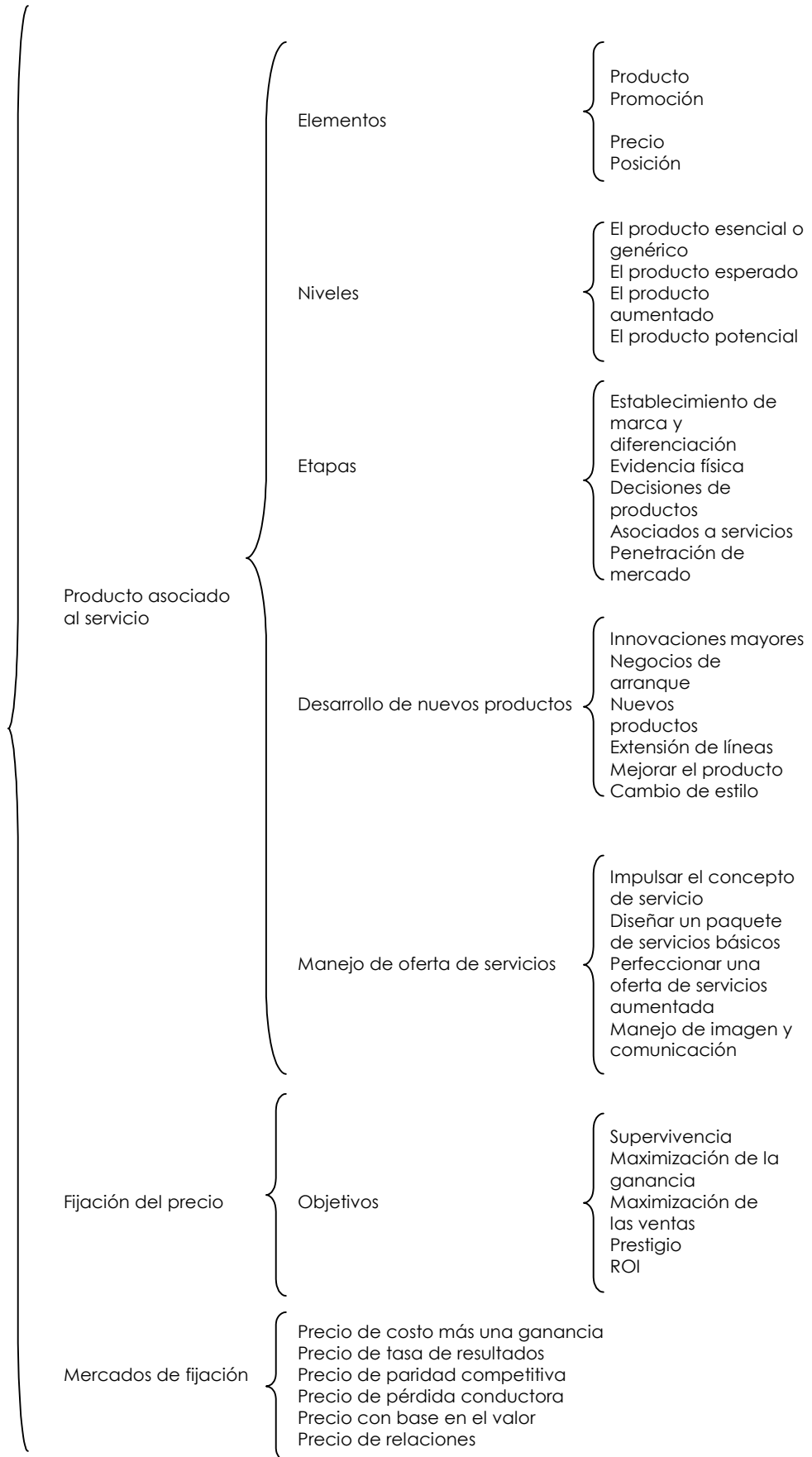




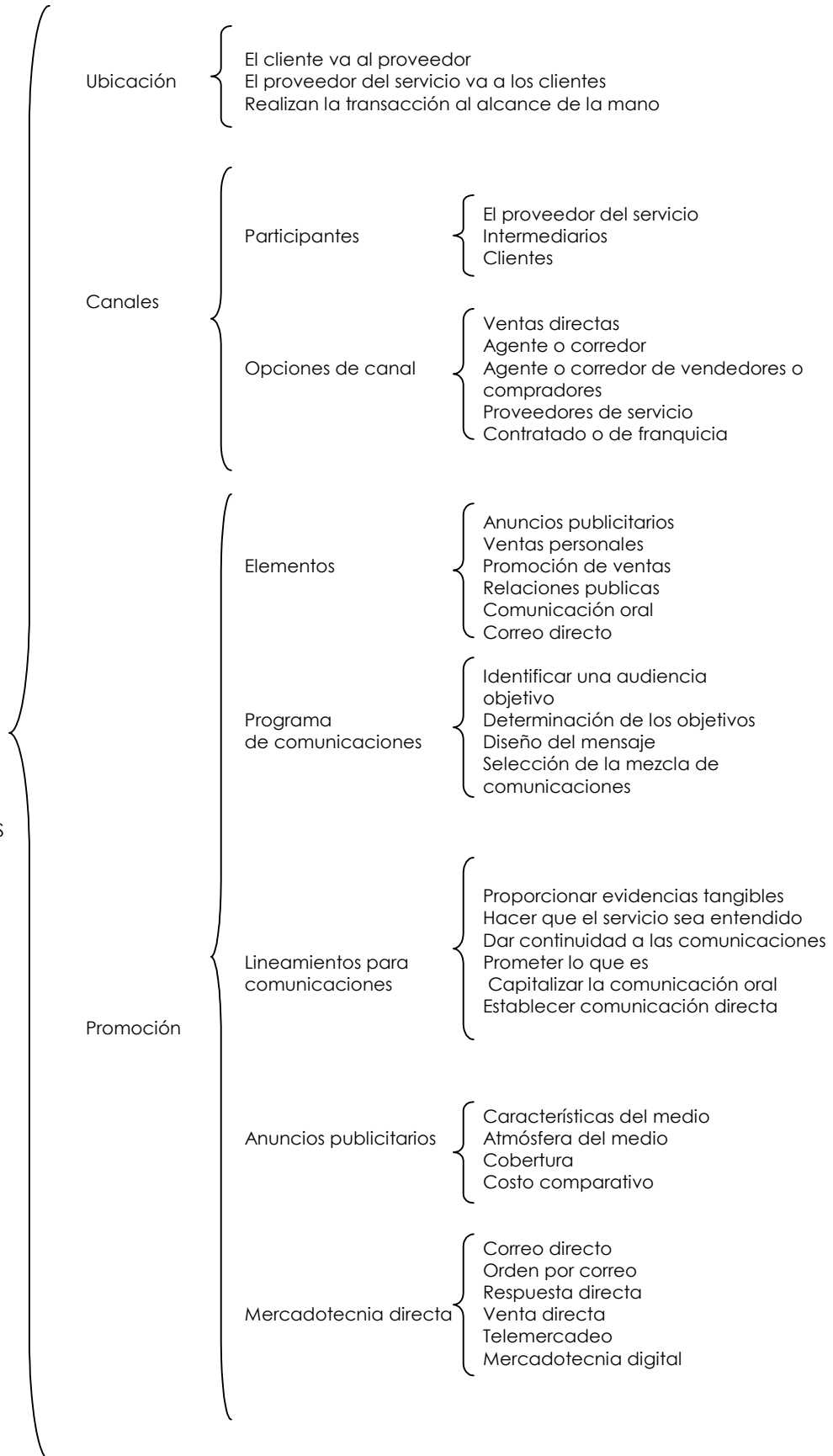


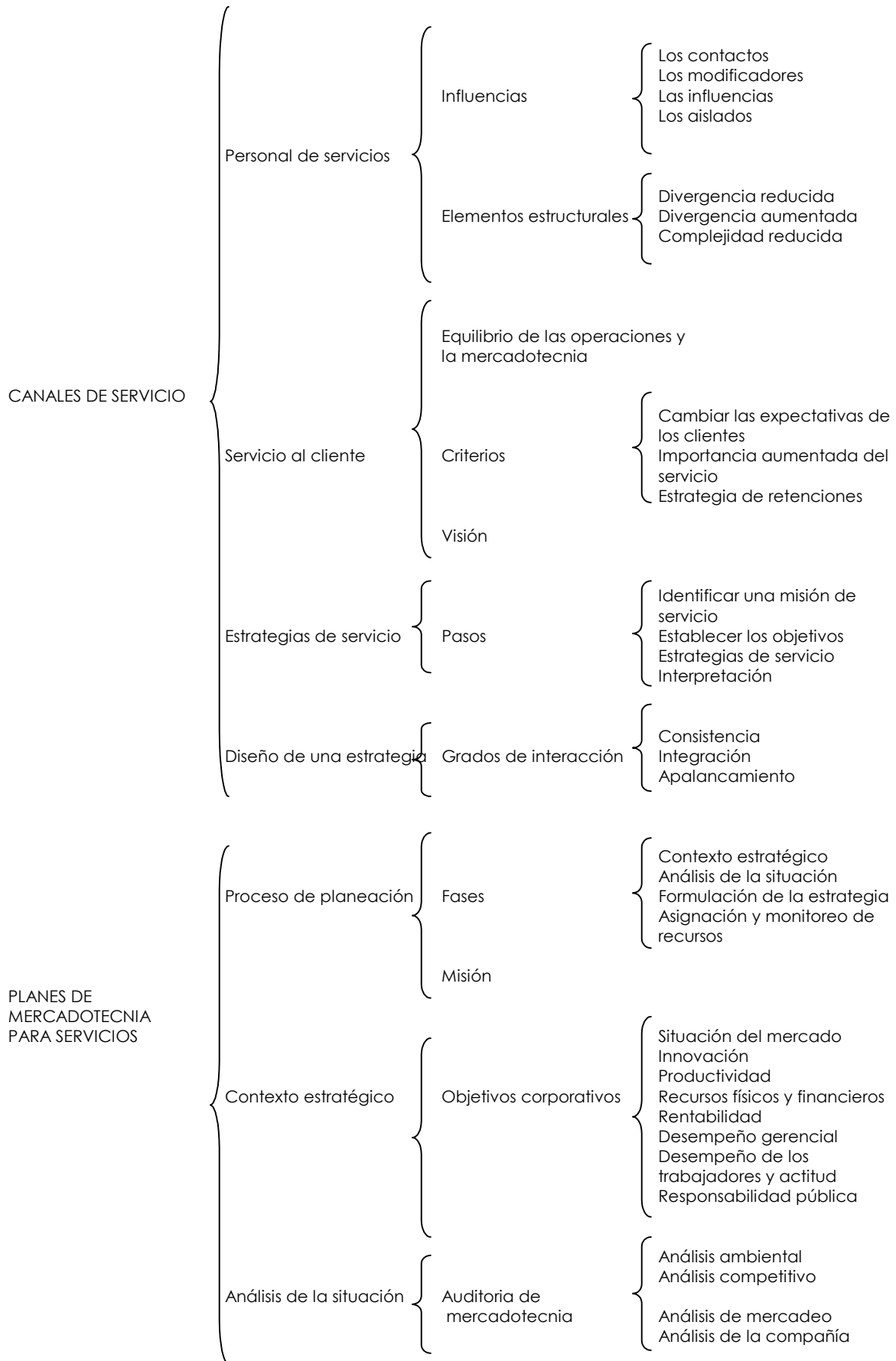


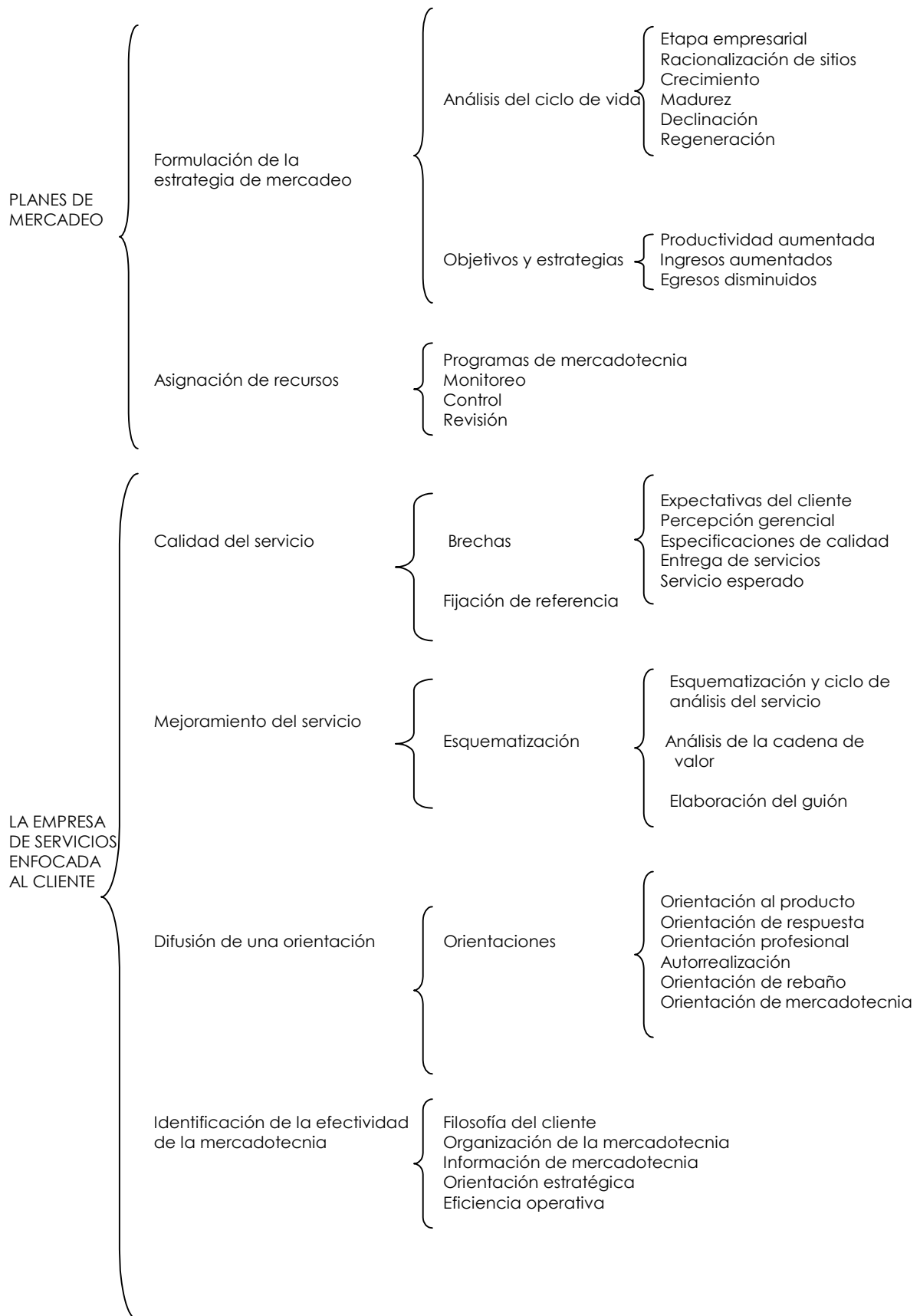
MEZCLA DE
MERCADOTECNIA
DE SERVICIOS

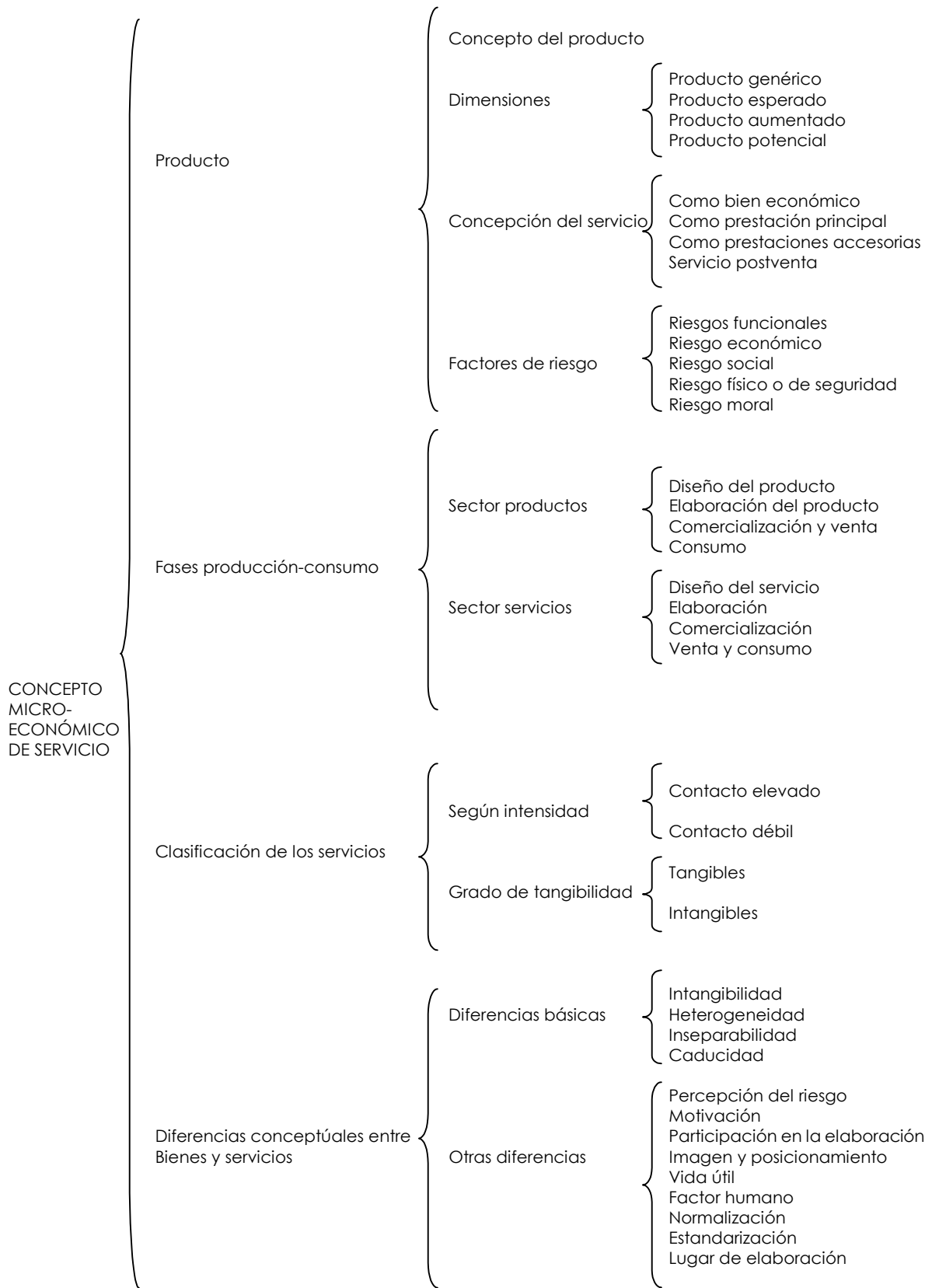


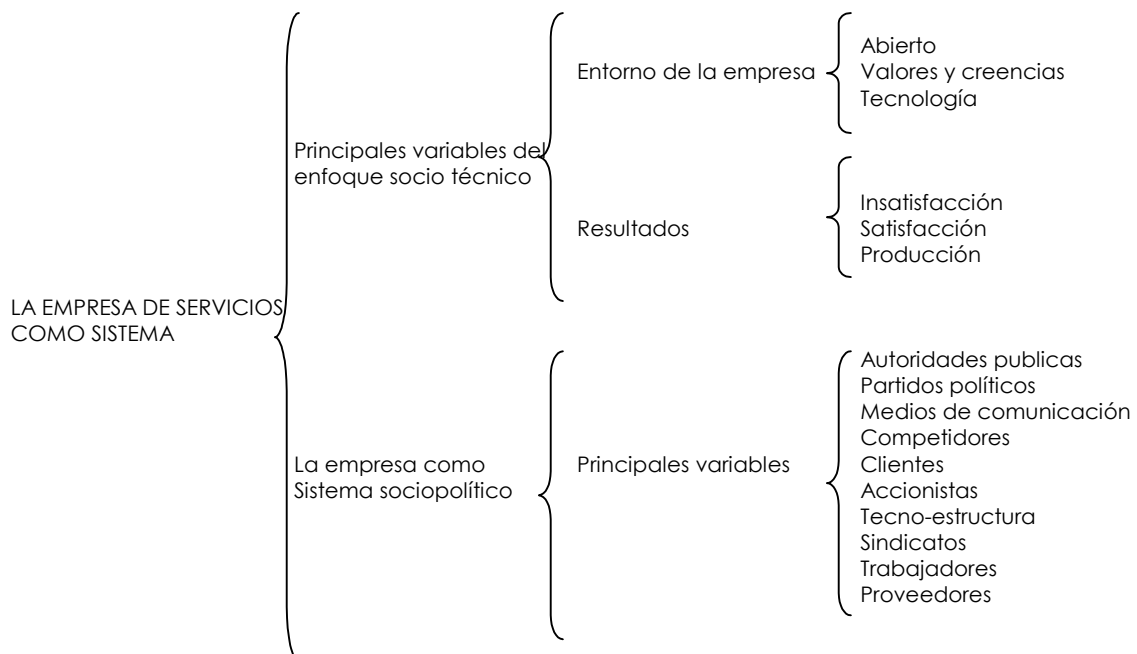
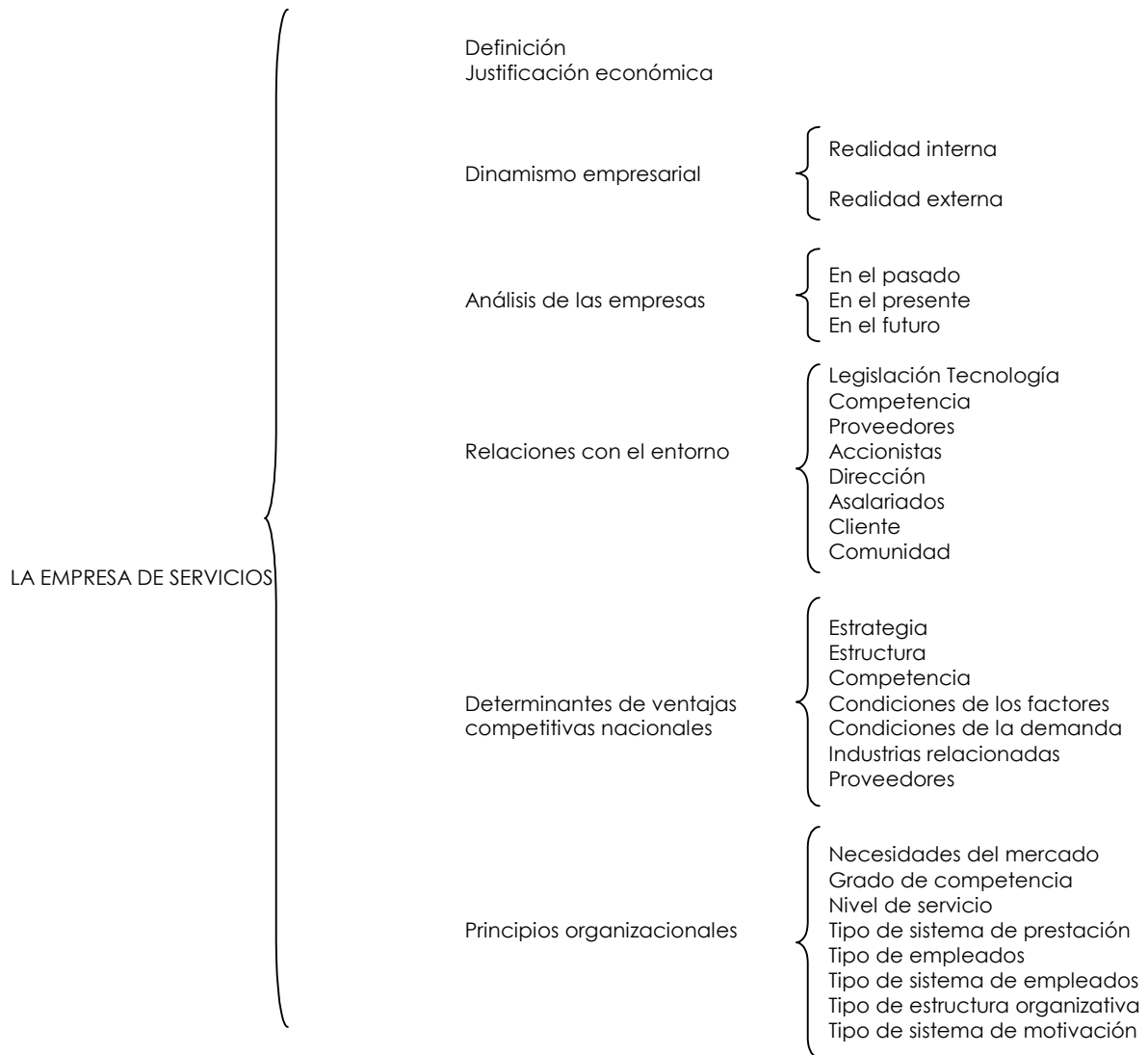
LUGAR
DE LOS SERVICIOS
CANALES
DE SERVICIO



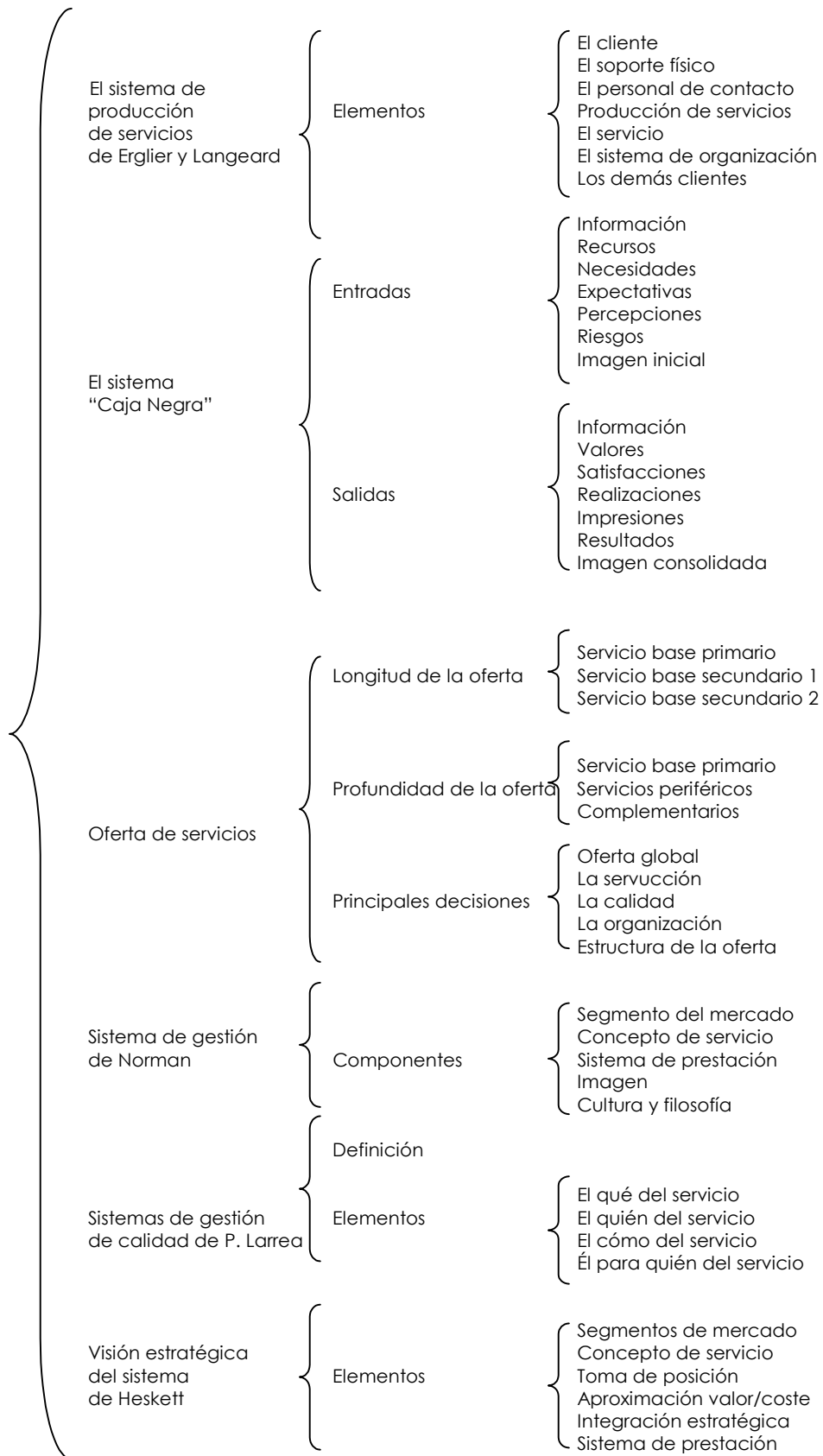




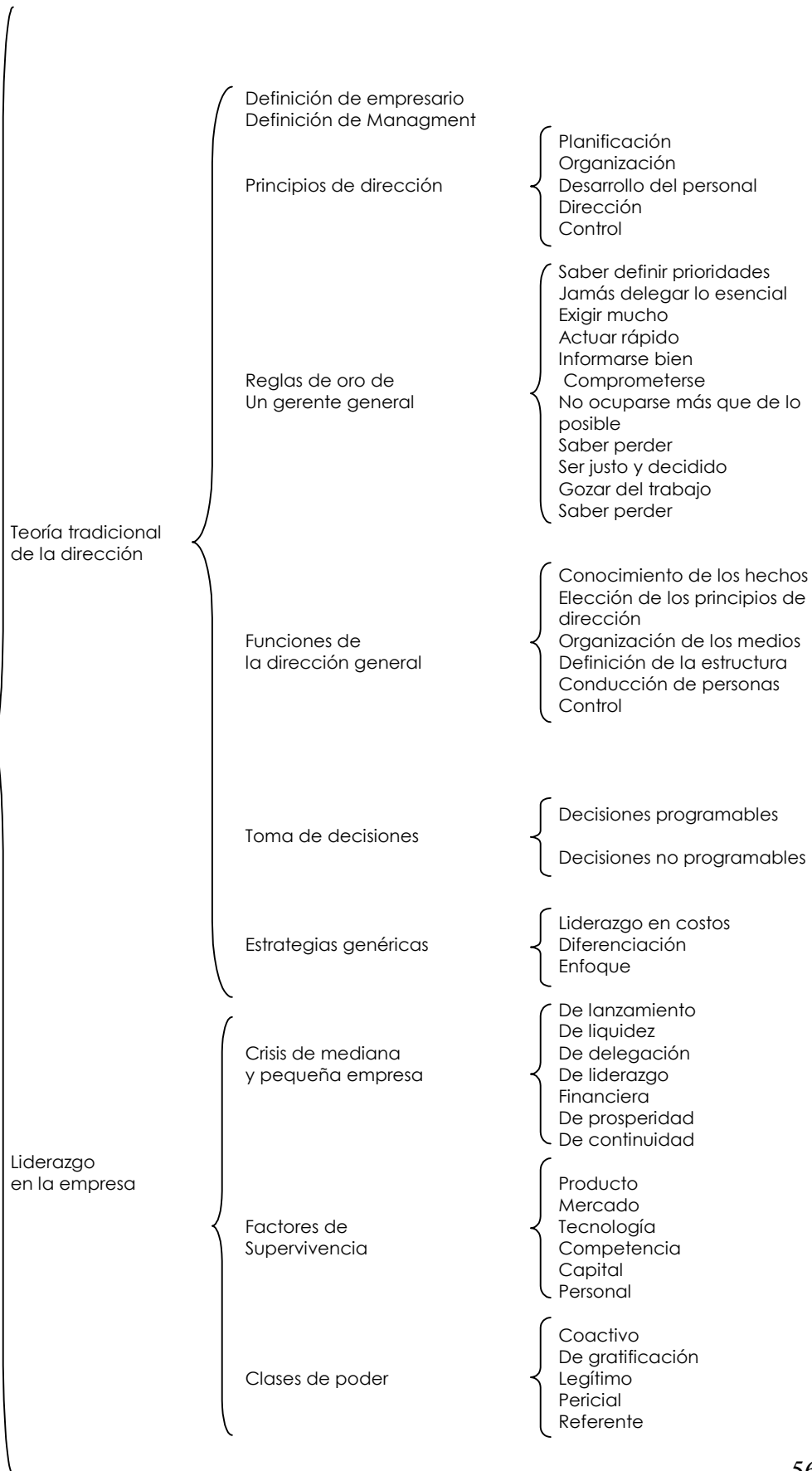




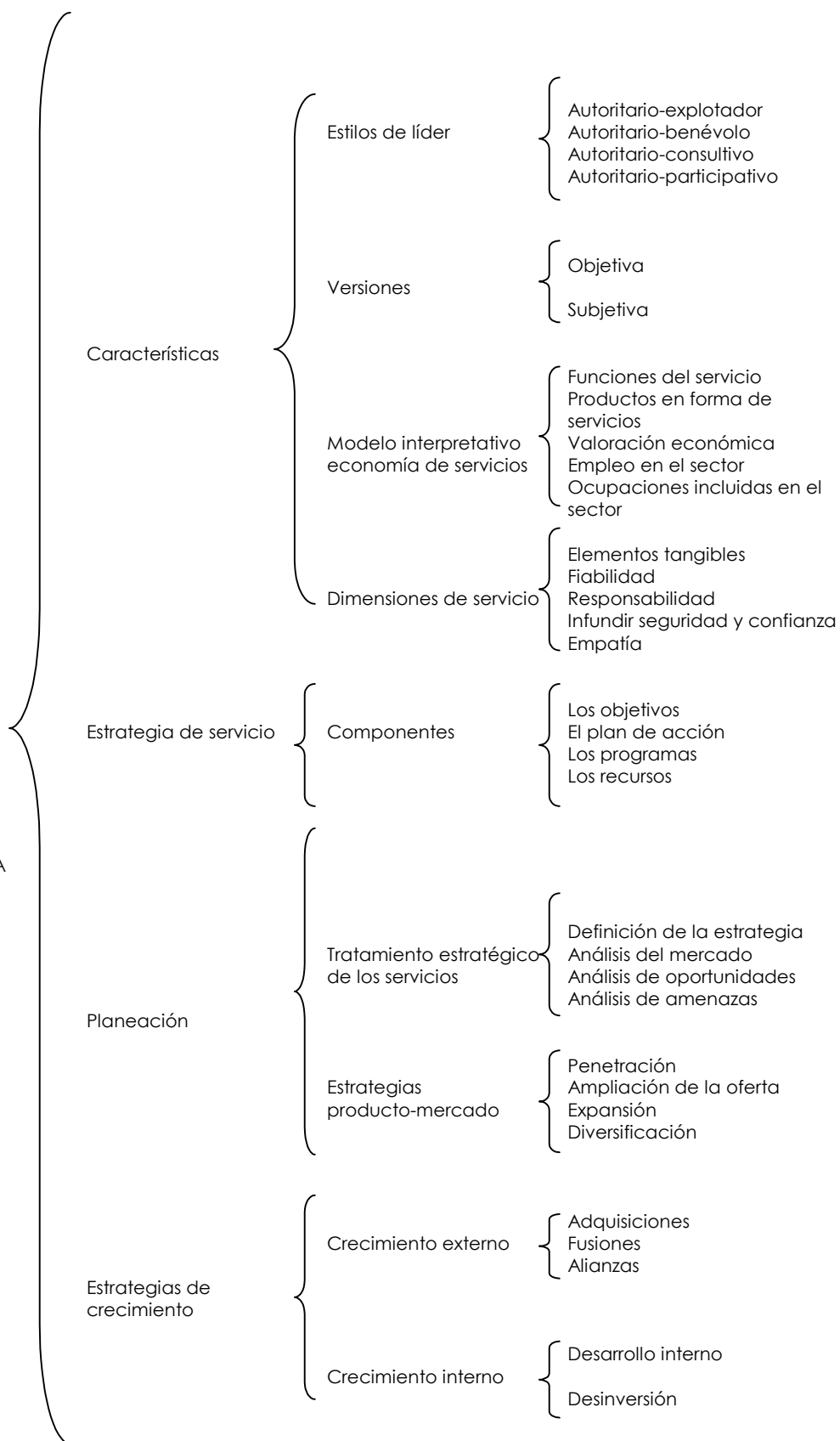
LA EMPRESA DE SERVICIO COMO SISTEMAS

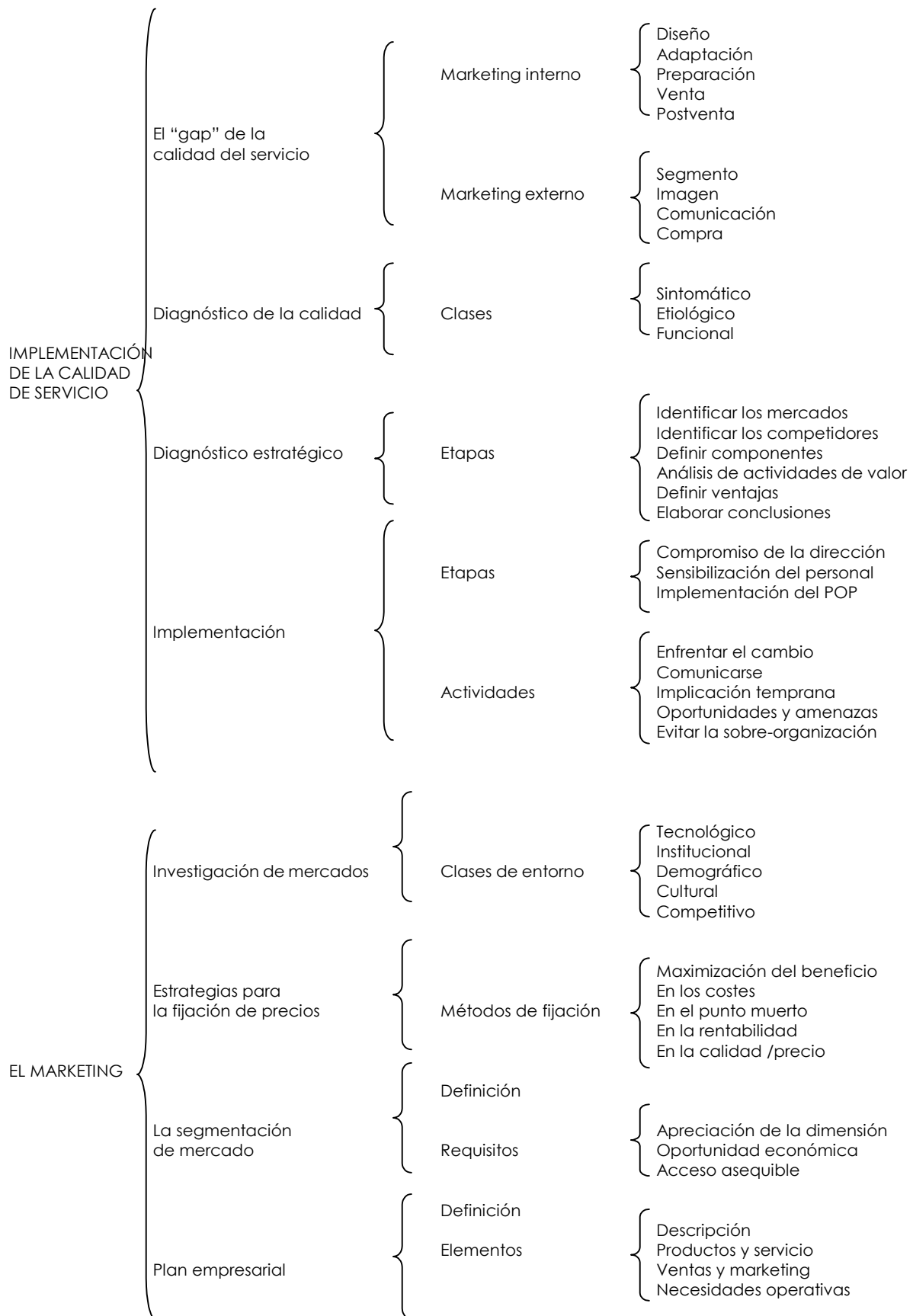


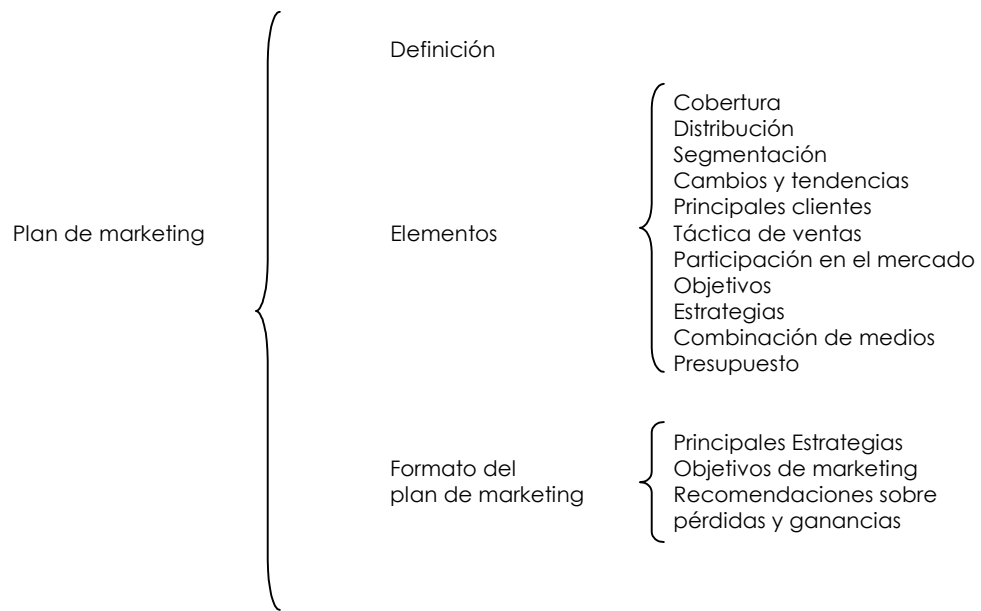
MODELOS DE MANAGEMENT PARA LAS EMPRESAS DE SERVICIOS



LA CALIDAD DEL SERVICIO COMO ESTRATEGIA PARA LAS EMPRESAS TERCIARIA







CAPITULO IX

GLOSARIO

DE MERCADEO

Con el fin de conceptualizar los términos que se derivan de la estructura de árbol, se presenta un completo glosario, que tiene como finalidad hacer concordar término a término y unificar significados.

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

1. ENTORNOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MARKETING

1.1. DEFINICIÓN INVESTIGACIÓN DE MERCADOS: Actividades que suponen la recogida sistemática, registro, procesamiento y análisis de la información de marketing. ¹¹⁸¹

1.2. CONSIDERACIONES ESTRATÉGICAS

1.2.1. BENEFICIOS FINALES: Características de un producto que satisfacen las necesidades y deseos de los consumidores. ¹¹⁸²

1.2.2. REPOSICIONAMIENTO : Estrategia que define un nuevo papel (nuevos usuarios o nuevos usos) para un producto que va haciéndose viejo en el mercado. ¹¹⁸³

1.2.3. MAPAS DE PERCEPCIÓN: Representaciones espaciales que muestran las posiciones relativas de un conjunto de productos con respecto a un grupo de dimensiones de valoración de los mismos. ¹¹⁸⁴

¹¹⁸¹ Serna, Humberto. Investigación de Mercados. pág. 5.

¹¹⁸² Ibid., pág. 7.

¹¹⁸³ Ibid., pág. 9.

¹¹⁸⁴ Ibid., pág. 9.

1.3. TIPOS DE PROVEEDORES DE SERVICIOS

1.3.1. PROVEEDORES DE INVESTIGACIÓN DE MARKETING: Empresas independientes que realizan estudios de investigación de marketing. ¹¹⁸⁵

1.3.2. PROVEEDOR DE SERVICIO COMPLETO: Empresa de investigación de marketing que puede ocuparse y lo hace normalmente de todos los aspectos de un proyecto de investigación. ¹¹⁸⁶

1.3.3. PROVEEDOR DE SERVICIO LIMITADO: Empresa de investigación de marketing especializada en una o más actividades de la investigación de marketing. ¹¹⁸⁷

1.3.4. SERVICIO DE INVESTIGACIÓN ESTANDARIZADA: Empresa de investigación de marketing que utiliza el mismo diseño de marketing para distintos clientes. ¹¹⁸⁸

1.3.5. AGENCIA DE PUBLICIDAD: Empresa cuya principal responsabilidad es crear y desarrollar material eficaz de comunicación y que durante el desarrollo de dichas actividades se relaciona estrechamente con el departamento de investigación de marketing del cliente y/o facilita apoyo para la investigación de marketing.

¹¹⁸⁹

¹¹⁸⁵ Ibid., pág. 5.

¹¹⁸⁶ Ibid., pág. 14.

¹¹⁸⁷ Ibid., pág. 14.

¹¹⁸⁸ Ibid., pág. 14.

¹¹⁸⁹ Ibid., pág. 16.

1.4. GRUPOS EXTERNOS DE APOYO

1.4.1. SERVICIOS DE CAMPO: Empresas de investigación de marketing especializadas en actividades dirigidas a recoger información. ¹¹⁹⁰

1.4.2. CASA DE TABULACIÓN: Empresas de investigación de marketing especializadas en tabular y analizar la información obtenida en la investigación de marketing. ¹¹⁹¹

1.4.3. CONSULTORES INDEPENDIENTES: Personas con conocimientos especializados que ayudan a las empresas de investigación de marketing en proyectos concretos. ¹¹⁹²

1.5. CICLO DE LA INVESTIGACIÓN: Reconoce que se llevan a cabo proyectos de investigación concretas a medida que el producto avanza en su ciclo vital. ¹¹⁹³

1.51. FASE PREVIA AL LANZAMIENTO: Fase del ciclo vital de la investigación que se caracteriza porque las actividades de investigación que van dirigidas a ayudar al gerente de marketing a desarrollar y a presentar nuevos y mejores productos, con probabilidades de alcanzar el éxito en el mercado. ¹¹⁹⁴

¹¹⁹⁰ Ibid., pág. 16.

¹¹⁹¹ Ibid., pág. 16.

¹¹⁹² Ibid., pág. 17.

¹¹⁹³ Ibid., pág. 17.

¹¹⁹⁴ Ibid., pág. 18.

1.5.1.1. PRUEBAS DE CONCEPTO: Pruebas realizadas para evaluar el relativo de ciertas ideas o posicionamientos alternativos de un producto que dirijan dicho producto a diferentes segmentos claves. ¹¹⁹⁵

1.5.1.2. PRUEBAS DE PRODUCTO: Pruebas que valoran la capacidad del producto para ofrecer las ventajas finales prometidas. ¹¹⁹⁶

1.5.1.3. PRUEBAS DE NOMBRES: Tipo de pruebas dirigidas a evaluar la información que transmite un determinado nombre. ¹¹⁹⁷

1.5.2. FASE DE DESARROLLO: Fase del ciclo de la investigación que proporciona información sobre actividades del producto/mercado durante las fases de presentación y crecimiento del ciclo vital de un producto. ¹¹⁹⁸

1.5.2.1. UBICACIÓN EN EL MERCADO: Pruebas diseñadas para establecer la posición que ocupa la empresa con respecto a los competidores. ¹¹⁹⁹

1.5.2.2. ESTUDIOS DE POSICIONAMIENTO DE UN PRODUCTO: Estudios que ofrecen cuadros o mapas de la estructura competitiva de determinados productos, marcas o servicios. ¹²⁰⁰

¹¹⁹⁵ Ibid., pág. 19.

¹¹⁹⁶ Ibid., pág. 20.

¹¹⁹⁷ Ibid., pág. 21.

¹¹⁹⁸ Ibid., pág. 21.

¹¹⁹⁹ Ibid., pág. 22.

¹²⁰⁰ Ibid., pág. 23.

1.5.3. FASE DE MERCADOS CONSOLIDADOS: Fase del ciclo de la investigación que la dirección puede emplear para manejar estratégicamente los productos que estén en fases de madurez y declive de su ciclo vital.

1.5.3.1. ESTUDIOS DE ESTRUCTURA DEL MERCADO: Estudios que buscan definir las relaciones de competencia dentro de un mercado de productos/servicios. ¹²⁰¹

1.5.3.2. ESTUDIOS DE SEGMENTACIÓN DE MERCADO: Estudios que facilitan normas para que una empresa distribuya sus recursos entre mercados y productos. ¹²⁰²

2. PLANIFICACIÓN DE UN PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

2.1. PROCESO DE INVESTIGACIÓN: Secuencia de fases que ofrecen un marco general a seguir al llevar a cabo un estudio de investigación de marketing. ¹²⁰³

2.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA: Definición precisa de los objetivos de la investigación a realizar. ¹²⁰⁴

2.2.1. OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN: Breve descripción del esfuerzo de investigación de marketing que sirve como eje a las actividades de investigación de marketing a realizar. ¹²⁰⁵

¹²⁰¹ Ibid., pág. 23.

¹²⁰² Ibid., pág. 24.

¹²⁰³ Ibid., pág. 30.

¹²⁰⁴ Ibid., pág. 30.

2.3. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN: Análisis de dónde ha estado la empresa, dónde está y dónde es probable que esté si sigue los planes actuales. ¹²⁰⁶

2.4. FASE DE PREPARACIÓN: La fase de preparación del proceso de investigación incluye una serie de actividades. El investigador debe: Identificar quién facilitará la información, establecer la forma en que se obtendrá la misma, diseñar el plan de muestreo, diseñar el instrumento a utilizar para recoger la información. ¹²⁰⁷

2.4.1. FUENTES DE INFORMACIÓN SECUNDARIA: Información ya existente que se puede encontrar en bibliotecas u otras instituciones públicas o en la propia empresa. ¹²⁰⁸

2.4.2. INFORMACIÓN PRIMARIA: Información obtenida específicamente para el problema de investigación que se trata de resolver. ¹²⁰⁹

2.4.3. EDICIÓN: Alude a la evaluación de la precisión y exactitud de los cuestionarios. ¹²¹⁰

2.5. PLAN DE TABULACIÓN: Disposición ordenada de datos en una tabla u otro formato resumido. ¹²¹¹

¹²⁰⁵ Ibid., pág. 31.

¹²⁰⁶ Ibid., pág. 33.

¹²⁰⁷ Ibid., pág. 40.

¹²⁰⁸ Ibid., pág. 41.

¹²⁰⁹ Ibid., pág. 41.

¹²¹⁰ Ibid., pág. 43.

¹²¹¹ Ibid., pág. 44.

2.6. OFERTA DE INVESTIGACIÓN: Documento que describe el problema de marketing, el objetivo del estudio y la metodología de la investigación. ¹²¹²

2.6.1. SOLICITUDES DE OFERTAS: Documentos que invitan a los proveedores a presentar ofertas de investigación. ¹²¹³

2.7. TIPOS DE INFORMACIÓN

2.7.1. INFORMACIÓN PRIMARIA: Datos obtenidos para atender a una necesidad concreta de una investigación. Es “a medida” y su obtención exige utilizar procedimientos especializados. ¹²¹⁴

2.7.2. INFORMACIÓN SECUNDARIA: Datos ya publicados, que se obtuvieron para atender a objetivos distintos de las necesidades de la investigación que se están llevando a cabo. ¹²¹⁵

2.7.3. INFORMACIÓN SECUNDARIA INTERNA: Datos disponibles dentro de una organización, por ejemplo, asientos contables, sistemas de apoyo a las decisiones de la dirección y registros de ventas. ¹²¹⁶

¹²¹² Ibid., pág. 46.

¹²¹³ Ibid., pág. 45.

¹²¹⁴ Ibid., pág. 60.

¹²¹⁵ Ibid., pág. 60.

¹²¹⁶ Ibid., pág. 60.

2.7.4. INFORMACIÓN SECUNDARIA EXTERNA: Datos existentes fuera de la organización y que pueden obtenerse en bibliotecas y servicios sindicalizados. ¹²¹⁷

3. MÉTODOS CUALITATIVOS DE ENTREVISTA

3.1. ENTREVISTA ESTRUCTURA: Método de entrevista en el que todas las preguntas se han decidido con anterioridad.

3.2. ENTREVISTA NO ESTRUCTURADA: Método de entrevista en el que las preguntas no se han decidido con anterioridad y los entrevistados gozan de libertad para sondear detalles y buscar sentimientos ocultos. ¹²¹⁸

3.3. MÉTODOS CUALITATIVOS DE INVESTIGACIÓN: Técnicas que implican a un pequeño número de entrevistados que facilitan información descriptiva con respecto a sus ideas y sentimientos, y que no son fácilmente proyectables a la población general.

3.3.1. ENTREVISTA DE GRUPO DE ESTUDIO: Entrevista en la que el entrevistador escucha a un grupo de personas, que pertenecen al mercado al que pretende llegar la empresa y que hablan de un importante tema de marketing. ¹²¹⁹

¹²¹⁷ Ibid., pág. 60.

¹²¹⁸ Ibid., pág. 114.

¹²¹⁹ Ibid., pág. 114.

3.3.2. ENTREVISTA UNIPERSONAL CON DETENIMIENTO: Sesiones en las que se habla de asociaciones libres y de fuentes ocultas de sentimientos, siguiendo por lo general un orden de preguntas flexible y no estructurado, que formula un entrevistador muy preparado. Trata de poner de manifiesto una serie de motivos, prejuicios y actitudes subyacentes con relación a temas comprometidos. ¹²²⁰

3.4. TÉCNICAS DE PROYECCIÓN: Tipo de técnicas que presumen que los entrevistados no podrán o no querrán expresar directamente sus sentimientos e ideas. Se atiende a un formato de cuestionario estructurado, al que los encuestados pueden contestar directamente, proyectando sus propios sentimientos e ideas a una situación en la que desempeñan el papel de otras personas. ¹²²¹

3.4.1. ASOCIACIÓN DE PALABRAS: Técnica de proyección en la que se presenta a los entrevistados, de una en una, una lista de palabras y se les pide que digan el primer término que les venga a la cabeza. ¹²²²

3.4.2. FINALIZACIÓN DE FRASES: Técnica de proyección en la que se pide a los entrevistados que completen una serie de frases incompletas con la primera palabra o frase que se les ocurra.

¹²²⁰ Ibid., pág. 120.

¹²²¹ Ibid., pág. 122.

¹²²² Ibid., pág. 122.

3.4.3. FINALIZACIÓN DE UNA HISTORIA: Técnica de proyección en la que entrevistados deben finalizar un relato o indicar el motivo por el que uno o más de los protagonistas actuaron como lo hicieron. ¹²²³

3.4.4. TERCERA PERSONA / ESCENIFICACIÓN: Técnica de proyección en la que se presenta a los entrevistados una situación verbal o visual y se les pide que indiquen los sentimientos e ideas de un tercero en dicha situación, en vez de pedirles que expresen directamente sus propios sentimientos e ideas con respecto a la misma. ¹²²⁴

4. MÉTODOS DE ENTREVISTAS PARA ENCUESTAS

4.1. ENCUESTAS DE SECCIONES CRUZADAS: Obtención de información de una serie de encuestados en un momento determinado. ¹²²⁵

4.2. ENCUESTAS LONGITUDINALES: Entrevistas a los mismos o parecidos encuestados en diferentes momentos. ¹²²⁶

4.3. ENCUESTA POR CORREO: Método de obtención de información que supone el envío de un cuestionario estructurado a una muestra de encuestados. ¹²²⁷

¹²²³ Ibid., pág. 123.

¹²²⁴ Ibid., pág. 123.

¹²²⁵ Ibid., pág. 136.

¹²²⁶ Ibid., pág. 136.

¹²²⁷ Ibid., pág. 138.

4.4. ENCUESTAS EN FRÍO POR CORREO DIRECTO: Encuestas en las que se envía el cuestionario en frío a un grupo de encuestados que no se ha comprometido previamente a participar en el estudio. ¹²²⁸

4.5. ENCUESTAS TELEFÓNICAS: Encuestas en las que se telefonea a una muestra de personas extraída de una población determinada y a las que se formulan una serie de preguntas. ¹²²⁹

5. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN EXPERIMENTAL

5.1. ENTORNO REALISTA DE INVESTIGACIÓN: Situación similar a aquella en la que se producirá normalmente el comportamiento objeto del estudio. ¹²³⁰

5.2. ENTORNO EXPERIMENTAL DE LABORATORIO: Entorno de investigación creado exclusivamente para realizar el experimento. El encargado del experimento controla directamente la mayoría o incluso la totalidad de los factores fundamentales que pudieron afectar el resultado del experimento.

5.3. ENTORNO EXPERIMENTAL DE CAMPO: Entorno natural. Los experimentos se realizan en el entorno en que normalmente se produciría el comportamiento objeto del estudio.

¹²²⁸ Ibid., pág. 138.

¹²²⁹ Ibid., pág. 145.

¹²³⁰ Ibid., pág. 170.

5.4. VARIABLE INDEPENDIENTE: Factor sobre el que el investigador tiene un cierto control en un experimento. Si éste manipula su valor, es de esperar que se produzca algún efecto sobre la variable dependiente.

5.5. VARIABLE DEPENDIENTE: Medida de respuesta objeto de estudio de un experimento cuyo valor viene dado por la variable independiente. ¹²³¹

5.6. CAUSALIDAD: Relación en la que un cambio en una variable produce un cambio en otra. Una variable afecta, influye o determina en otras variables. ¹²³²

5.7 TIPOS DE VALIDEZ

5.7.1. VALIDEZ: Alude a la mayor aproximación a la verdad o falsedad de una proposición, incluyendo las relativas a las relaciones de causalidad.

5.7.2. VALIDEZ INTERNA: Determinación de sí la manipulación experimental produjo realmente las diferencias observadas en la variable dependiente.

5.7.3. VALIDEZ EXTERNA: Determinación de sí las conclusiones del estudio (relaciones de causalidad) pueden generalizarse a poblaciones, lugares y momentos. ¹²³³

¹²³¹ Ibid., pág. 170.

¹²³² Ibid., pág. 170.

¹²³³ Ibid., pág. 178.

5.8. CLASES DE DISEÑOS

5.8.1 DISEÑO SOLO DESPUÉS: Experimento que expone a los encuestados a una sola condición de tratamiento, seguida por una valoración posterior a la misma.

¹²³⁴

5.8.2. DISEÑO ANTES-DESPUÉS: Experimento en el que se realiza una valoración de los encuestados antes de exponerlos a la condición de tratamiento experimental. Después se lleva a cabo dicha exposición y se realiza una nueva valoración posterior a la misma. ¹²³⁵

5.8.3. DISEÑO ANTES-DESPUÉS CON CONTROL: Experimento en el que se añade un grupo de control al diseño básico antes-después. Jamás se expone a dicho grupo al tratamiento experimental. ¹²³⁶

5.8.4. DISEÑO SOLO DESPUÉS CON CONTROL: Experimento en el que se añade un grupo de control al diseño estándar sólo después para poder controlar las fuentes extrañas de prejuicios. ¹²³⁷

5.8.5. CUASI DISEÑO NO EQUIVALENTE ANTES-DESPUÉS CON CONTROL: Diseño experimental, análogo al diseño antes-después con control, excepto en que no se emplea una norma de asignación aleatoria. En primer lugar, se hace coincidir a los encuestados en una serie de características relacionadas con sus

¹²³⁴ Ibid., pág. 184.

¹²³⁵ Ibid., pág. 185.

¹²³⁶ Ibid., pág. 186.

¹²³⁷ Ibid., pág. 188.

antecedentes para crear dos grupos de parejas coincidentes, y después uno de esos grupos es objeto del tratamiento experimental. ¹²³⁸

5.8.6. DISEÑOS CUASI EXPERIMENTALES: Diseños experimentales en los que el investigador no logra un total control sobre la programación de los tratamientos o no puede asignar aleatoriamente a los encuestados a las condiciones de tratamiento experimental. ¹²³⁹

5.8.7. DISEÑO SOLO DESPUÉS, DE DOS FACTORES, CON CONTROL: Experimento que difiere del diseño sólo después con grupo de control en que existe más de una variable independiente. ¹²⁴⁰

5.8.8. DISEÑOS FACTORIALES COMPLETAMENTE AL AZAR: Nombre genérico que se da a un tipo de diseños en que cada nivel de un determinado tratamiento está cruzado con cada nivel de otro tratamiento distinto. ¹²⁴¹

5.8.9. CUASIDISEÑO DE SERIE TEMPORAL: Experimento que supone realizar valoraciones periódicas de ciertos grupos o personas, introducir una manipulación experimental y realizar después valoraciones periódicas. ¹²⁴²

¹²³⁸ Ibid., pág. 190.

¹²³⁹ Ibid., pág. 190.

¹²⁴⁰ Ibid., pág. 193.

¹²⁴¹ Ibid., pág. 194.

¹²⁴² Ibid., pág. 197.

6. PRINCIPIOS FUNDAMENTALES DEL MUESTREO

6.1. MUESTREO: Identificación de un grupo de personas y hogares a los que se puede llegar por correo, teléfono o personalmente y que cuentan con la información pertinente para solucionar el problema de marketing al que nos enfrentamos. ¹²⁴³

6.2. MARCO DEL MUESTREO: Lista o conjunto de direcciones que identifican a la población – objetivo. ¹²⁴⁴

6.3. INCIDENCIA BRUTA: Incidencia del uso de productos y tipos en toda la población. ¹²⁴⁵

6.4. INCIDENCIA NETA: Incidencia bruta dividida en factores que incluyen todas las características de la población-objetivo. ¹²⁴⁶

6.5. PROBLEMAS PARA DETERMINAR EL TAMAÑO DE LA MUESTRA

6.5.1. ANÁLISIS BAYESIANO DE LAS DECISIONES: Proceso que basa la decisión sobre el tamaño de la muestra a seleccionar en el valor que se espera de la

¹²⁴³ Ibid., pág. 212.

¹²⁴⁴ Ibid., pág. 214.

¹²⁴⁵ Ibid., pág. 218.

¹²⁴⁶ Ibid., pág. 218.

información obtenida merced a la misma y también en el costo de la propia muestra. ¹²⁴⁷

6.5.2. ESTÁNDARES SECTORIALES: Normas de carácter práctico basadas en la experiencia que se han convertido en las directrices a seguir en un determinado sector de la actividad económica para determinar el tamaño de muestra a seleccionar. ¹²⁴⁸

6.6. MUESTRAS PIROBALÍSTICAS

6.6.1. MUESTREO ALEATORIO SIMPLE: Diseño que garantiza que todas las muestras de un determinado tamaño, así como todas las personas de una población-objetivo, tienen idénticas posibilidades de ser seleccionadas. ¹²⁴⁹

6.6.2. MUESTREO SISTEMÁTICO: Diseño merced a la cual la muestra que se busca se elabora seleccionando un punto arbitrario de partida y tomando luego todos los elementos que ocupen el lugar n-ésimo en dicha lista. ¹²⁵⁰

6.6.3. MUESTREO ESTRATIFICADO: Diseño que implica dividir a todos los elementos de la población en sub -poblaciones para luego seleccionar independientemente elementos de cada una de esas sub-poblaciones. ¹²⁵¹

¹²⁴⁷ Ibid., pág. 224.

¹²⁴⁸ Ibid., pág. 225.

¹²⁴⁹ Ibid., pág. 226.

¹²⁵⁰ Ibid., pág. 229.

¹²⁵¹ Ibid., pág. 229.

6.6.4. MUESTREO DE GRUPO CERRADO: Diseño merced a la cual se selecciona ante todo una muestra de grupos cerrados para decidir luego qué unidades del muestreo se deben incluir en la muestra. ¹²⁵²

6.7. PROCEDIMIENTOS DE MUESTREO NO PRO BALÍSTICO: Sistema de muestreo en el que no hay forma de determinar con exactitud cuál es la probabilidad de seleccionar a un determinado elemento o unidad de muestreo para que forme parte de la muestra. ¹²⁵³

6.7.1. MUESTRA DE CONVENIENCIA: Estudios en los que la participación de los encuestados es voluntaria o que deja básicamente en manos del entrevistador la selección de las unidades objeto del muestreo.

6.7.2. MUESTREO DE CRITERIO: Estudios en los que se selecciona a los encuestados porque se espera que sean representativos de la población-objetivo y/o satisfagan las necesidades concretas de la investigación.

6.7.3. MUESTREO DE CUOTA: Diseño que supone seleccionar cantidades concretas de encuestados de los que se sepa o se presuma que presentan determinadas características que tienen que ver con el tema del estudio. ¹²⁵⁴

6.8. TIPOS DE ERRORES

¹²⁵² Ibid., pág. 231.

¹²⁵³ Ibid., pág. 234.

¹²⁵⁴ Ibid., pág. 235.

6.8.1. ERROR TOTAL DE LA ENCUESTA: Diferencia entre el valor medio real de toda la población (con respecto a las variables que interesa) y el valor medio observado (con respecto a la misma variable) que se haya obtenido en una determinada muestra de encuestados. ¹²⁵⁵

6.8.2. ERROR DE MUESTREO ALEATORIO: Error debido a que la muestra seleccionada no representa adecuadamente a toda la población. Por lo tanto, el valor medio real de la muestra de encuestados no coincide con el valor medio real de toda la población respecto a la misma. ¹²⁵⁶

6.8.3. ERROR AJENO AL MUESTREO: Punto hasta el cual el valor medio observado (con respecto a la variable que interese) entre los encuestados de una determinada muestra difiere del valor medio real de dicha muestra (con respecto a la misma variable). ¹²⁵⁷

6.8.4. ERROR DEBIDO A FALTA DE RESPUESTAS: Error que se produce porque no todas las personas que forman parte de la muestra responden al cuestionario. Dicha de otro modo, al faltar respuestas, el valor medio real de quienes responden puede ser totalmente diferente del valor medio real de toda la muestra. ¹²⁵⁸

¹²⁵⁵ Ibid., pág. 238.

¹²⁵⁶ Ibid., pág. 238.

¹²⁵⁷ Ibid., pág. 239.

¹²⁵⁸ Ibid., pág. 239.

6.8.5. ERROR DE RESPUESTAS: Error que se produce porque los encuestados que responden al cuestionario ofrecen respuestas inciertas o porque sus respuestas no se registran correctamente.¹²⁵⁹

¹²⁵⁹ Ibid., pág. 239.

MERCADOTECNIA DE SERVICIOS

1. NATURALEZA DE LA MERCADOTECNIA DE SERVICIOS

1.1. DEFINICIÓN DE SERVICIO: Es una actividad con cierta intangibilidad asociada, lo cual implica alguna interacción con clientes o con propiedad de su posesión, que no resulta en una transferencia de propiedad. ¹²⁶⁰

1.2. CARACTERÍSTICAS

1.2.1. INTANGIBILIDAD: Caracteriza a los servicios que son en gran medida abstractos e intangibles. ¹²⁶¹

1.2.2. HETEROGENEIDAD: Los servicios no están estandarizados y hacen alta variabilidad. ¹²⁶²

1.2.3. INSEPARABILIDAD: Los servicios por lo general se producen y consumen al mismo tiempo con participación del cliente en el proceso. ¹²⁶³

¹²⁶⁰ Adrian, Payne. Mercadotecnia de Servicios. pág. 6.

¹²⁶¹ Ibid., pág. 6.

¹²⁶² Ibid., pág. 6.

¹²⁶³ Ibid., pág. 6.

1.2.4. MERCADOTECNIA: Es un proceso de percepción, comprensión, estímulo y satisfacción de necesidades de mercados objetivos seleccionados de forma especial al canalizar los recursos de una empresa para cumplir con esas necesidades.¹²⁶⁴

2. COMPONENTES

2.1. MEZCLA DE MERCADO: Los documentos internos importantes o ingredientes que constituyen un programa de mercadotecnia de una empresa.¹²⁶⁵

2.2. LA FUERZAS DEL MERCADO: Oportunidades externas o amenazas con las cuales las operaciones de la mercadotecnia interactúan.¹²⁶⁶

2.3. PROCESO DE ADAPTACIÓN: Es un proceso estratégico y gerencial que asegura que la mezcla de mercadotecnia y las políticas internas sean apropiadas a las fuerzas del mercado.¹²⁶⁷

¹²⁶⁴ Ibid., pág. 21.

¹²⁶⁵ Ibid., pág. 21.

¹²⁶⁶ Ibid., pág. 21.

¹²⁶⁷ Ibid., pág. 22.

3. ELEMENTOS ADICIONALES DEL SERVICIO

3.1. SERVICIO AL CLIENTE: Arma competitiva para establecer su sello distintivo y la necesidad de construir relaciones más próximas y duraderas con los clientes. ¹²⁶⁸

3.2. PERSONAS: Elemento esencial tanto en la producción como en la entrega de la mayoría de los servicios. ¹²⁶⁹

3.3. PROCESOS: Procedimientos, mecanismos y rutinas por medio de las cuales se crea un servicio y se entrega a un cliente, incluidas las decisiones de política con relación a ciertos asuntos de intervención del cliente y ejercicio del anterior empleado. ¹²⁷⁰

4. MERCADOTECNIA DE RELACIONES

4.1. DEFINICIÓN: Es la atracción y mantenimiento que en organizaciones multiservicios mejora las relaciones con los clientes. ¹²⁷¹

4.2. MERCADOTECNIA INTERNA: Es una actividad importante en la evolución de una empresa centrada en el cliente, se ocupa de las comunicaciones, al

¹²⁶⁸ Ibid., pág. 26.

¹²⁶⁹ Ibid., pág. 26.

¹²⁷⁰ Ibid., pág. 26.

¹²⁷¹ Ibid., pág. 30.

fomentar la capacidad de resultados, de la responsabilidad y homogeneidad, de los propósitos. ¹²⁷²

4.3. MISIÓN: Es una declaración perdurable de propósitos que proporciona una visión clara de las actividades urgentes y futuras de una empresa, en términos de productos, servicios y mercados, valores y creencias, así como sus puntos de diferencia con respecto a sus competidores. ¹²⁷³

4.4. ESTRATEGIA: La posición competitiva, las habilidades y conocimientos distintivos. ¹²⁷⁴

4.5. VALORES: En lo que la compañía cree. ¹²⁷⁵

4.6. ESTÁNDARES Y COMPORTAMIENTOS: Las políticas que fijan las habilidades y conocimientos distintivos y el sistema de valores. ¹²⁷⁶

¹²⁷² Ibid., pág. 37.

¹²⁷³ Ibid., pág. 42.

¹²⁷⁴ Ibid., pág. 42.

¹²⁷⁵ Ibid., pág. 42.

¹²⁷⁶ Ibid., pág. 42.

5. SEGMENTACIÓN DE MERCADO

5.1. DEFINICIÓN: Identificación de los beneficios que distintos grupos homogéneos buscan, permite determinar necesidades y características relevantes y se usa como una fuente de diferenciación del servicio. ¹²⁷⁷

5.2. SEGMENTACIÓN DE MERCADO EXITOSA: Significa satisfacer las necesidades de los clientes existentes y potenciales en un mercado bien definido. ¹²⁷⁸

5.3. SOLTERO: Un hogar donde el jefe es menos de 40 años, vive solo en un estado de "nido vacío". ¹²⁷⁹

5.4. MATRIMONIO JOVEN: Un hogar donde el jefe de familia es menor de 40 años, sin hijos dependientes. ¹²⁸⁰

5.5. NIDO COMPLETO JOVEN: Un hogar donde el jefe de familia es menor de 40 años con por lo menos un hijo dependiente. ¹²⁸¹

5.6. NIDO COMPLETO MAYOR: Un hogar donde el jefe de familia es de 40 años o más, y tiene por los menos un hijo dependiente. ¹²⁸²

¹²⁷⁷ Ibid., pág. 68.

¹²⁷⁸ Ibid., pág. 71.

¹²⁷⁹ Ibid., pág. 71.

¹²⁸⁰ Ibid., pág. 71.

¹²⁸¹ Ibid., pág. 71.

¹²⁸² Ibid., pág. 71.

5.7. NIDO VACÍO MAYOR CON EMPLEO: Hogar donde el jefe de familia tiene 40 años o más, tiene un empleo de tiempo completo y sin hijos dependientes. ¹²⁸³

5.8. NIDO VACÍO MAYOR JUBILADO: Un hogar donde el jefe de familia es de 40 años o más, es jubilado y no tiene hijos dependientes. ¹²⁸⁴

5.9. SEGMENTACIÓN PSICOGRÁFICA: Se ocupa de analizar las áreas del estilo de vida, las actitudes y la personalidad. ¹²⁸⁵

5.10. SEGMENTACIÓN GEOGRÁFICA: Divide a los clientes de acuerdo con el lugar donde viven o trabajan y se correlaciona con otras variables. ¹²⁸⁶

5.11. PERFIL DEMOGRÁFICO: Incluye la edad del jefe de familia, ocupación, nivel educativo, propiedad de la casa, número de asalariados de tiempo completo en el hogar, ingreso y patrimonio bruto familiar anual, y balance promedio. ¹²⁸⁷

5.12. SEGMENTACIÓN: Es la esencia de la estrategia de mercado y se ocupa de dejar una posición de modo que minimice las fortalezas de los competidores y al mismo tiempo maximizar las de su propia compañía. ¹²⁸⁸

¹²⁸³ Ibid., pág. 71.

¹²⁸⁴ Ibid., pág. 71.

¹²⁸⁵ Ibid., pág. 13.

¹²⁸⁶ Ibid., pág. 75.

¹²⁸⁷ Ibid., pág. 89.

¹²⁸⁸ Ibid., pág. 93.

6. POSICIONAMIENTO

6.1. DEFINICIÓN: Se ocupa de identificar, diseñar y comunicar una ventaja diferencial, que hace que los productos y servicios de la empresa se perciban como superiores y distintivos con respecto a los de los competidores enfrente de los clientes objetivo. ¹²⁸⁹

6.2. ANÁLISIS DE LA CADENA DE VALOR: Es identificar de manera sistemática, medios apropiados de diferenciación para una empresa, de manera que esta pueda proporcionar un valor integrado superior a sus clientes. ¹²⁹⁰

6.3. POSICIONAMIENTO DE LA INDUSTRIA: El posicionamiento de la industria de servicios como un todo. ¹²⁹¹

6.4. POSICIONAMIENTO EMPRESARIAL: El posicionamiento de la empresa como un todo. ¹²⁹²

6.5. POSICIONAMIENTO DEL SECTOR DE PRODUCTO: El posicionamiento de un rango o familia de productos y servicios relacionados ofrecidos por la institución. ¹²⁹³

¹²⁸⁹ Ibid., pág. 96.

¹²⁹⁰ Ibid., pág. 101.

¹²⁹¹ Ibid., pág. 105.

¹²⁹² Ibid., pág. 105.

¹²⁹³ Ibid., pág. 105.

6.6. POSICIONAMIENTO DE PRODUCTOS O SERVICIOS INDIVIDUALES:

Posicionamiento de productos específicos.¹²⁹⁴

7. PRODUCTO ASOCIADO AL SERVICIO

7.1. PRODUCTO ESENCIAL O GENÉRICO: Consiste en el producto de servicios básicos.¹²⁹⁵

7.2. PRODUCTO ESPERADO: Consiste en el producto genérico, junto con las condiciones mínimas de compra que deben cumplirse.¹²⁹⁶

7.3. PRODUCTOS AUMENTADOS: Es el área que permite diferenciar un producto de otro.¹²⁹⁷

7.4. PRODUCTO POTENCIAL: Consiste en todas las cargas agregadas potenciales y beneficios que son o pueden ser de utilidad para los compradores.¹²⁹⁸

7.5. EVIDENCIA FÍSICA: Es el ambiente físico de la empresa de servicios, donde el servicio se aya, y donde el proveedor del servicio y el cliente interactúan. Utilizando para comunicar o dar apoyo a la función del servicio.¹²⁹⁹

¹²⁹⁴ Ibid., pág. 105.

¹²⁹⁵ Ibid., pág. 104.

¹²⁹⁶ Ibid., pág. 104.

¹²⁹⁷ Ibid., pág. 125.

¹²⁹⁸ Ibid., pág. 125.

¹²⁹⁹ Ibid., pág. 131.

8. DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS Y SERVICIOS

8.1. PENETRACIÓN DE MERCADO: Se ocupa de cómo aprovechar mejor la posición del mercado. ¹³⁰⁰

8.2. INNOVACIONES MAYORES: Estas innovaciones representan nuevos modos. ¹³⁰¹

8.3. NEGOCIOS DE ARRANQUE: Estas son maneras nuevas e innovadoras de atender las actuales necesidades de los clientes y de incrementar el rango de opciones disponibles para ellos. ¹³⁰²

8.4. NUEVOS PRODUCTOS PARA EL MERCADO SERVIDOR EN LA ACTUALIDAD: Permite que el proveedor de los servicios, utilice la base del cliente para su mayor provecho y pueda vender de manera alterna otros productos. ¹³⁰³

8.5. EXTENSIONES DE LÍNEA DE PRODUCTO: Ofrecen a los clientes mayor variedad de opciones dentro de líneas de servicios existentes. ¹³⁰⁴

8.6. MEJORAS DE PRODUCTOS: Consiste en alterar o mejorar características de productos en servicios existentes. ¹³⁰⁵

¹³⁰⁰ Ibid., pág. 131.

¹³⁰¹ Ibid., pág. 131.

¹³⁰² Ibid., pág. 134.

¹³⁰³ Ibid., pág. 134.

¹³⁰⁴ Ibid., pág. 134.

¹³⁰⁵ Ibid., pág. 135.

8.7. CAMBIO DE ESTILO: Implican alteraciones cosméticas o mejoras de elementos tangibles de productos o servicios. ¹³⁰⁶

8.8. EXTENSIÓN DE MERCADOS: Buscan nuevo grupos de compradores con las actuales ofertas de servicios de una empresa. ¹³⁰⁷

9. FIJACIÓN DEL PRECIO DEL SERVICIO

9.1. SUPERVIVENCIA: En condiciones adversas de mercado, el objetivo del precio, puede sacrificar los niveles de rentabilidad para asegurar la supervivencia.¹³⁰⁸

9.2. MAXIMIZACIÓN DE LA GANANCIA: Precio que asegura la maximización de la ganancia en un periodo determinado. ¹³⁰⁹

9.3. MAXIMIZACIÓN DE LAS VENTAS: Precio que construye una participación del mercado. ¹³¹⁰

9.4. PRESTIGIO: Una compañía de servicios puede utilizar el precio para posicionarse como exclusiva. ¹³¹¹

¹³⁰⁶ Ibid., pág. 135.

¹³⁰⁷ Ibid., pág. 135.

¹³⁰⁸ Ibid., pág. 138.

¹³⁰⁹ Ibid., pág. 138.

¹³¹⁰ Ibid., pág. 138.

¹³¹¹ Ibid., pág. 138.

9.5. ROI: Los objetivos del precio pueden basarse en lograr un resultado de la inversión (return of investment, OROI por siglas en ingles). ¹³¹²

10. MERCADOS DE FIJACIÓN

10.1. PRECIO DE COSTO MÁS GANANCIA: Método de fijación de precios, donde se busca una marca de porcentaje determinado. ¹³¹³

10.2. PRECIO DE FASE DE RESULTADOS: Donde los precios se establecen sobre la base de seguir a aquellos establecidos por el líder del mercado. ¹³¹⁴

10.3. PRECIO DE PARIDAD COMPETITIVA: Donde los precios se establecen sobre la base de seguir aquellos establecidos por el líder del mercado. ¹³¹⁵

10.4. PRECIO DE PERDIDA CONDUCTORA: Por lo general se aplica a corto plazo para establecer una posición en el mercado o para proporcionar una oportunidad de vender otros servicios de manera recíproca. ¹³¹⁶

10.5. PRECIO CON BASE EN EL VALOR: Donde los precios se basan en el valor percibido del servicio para un segmento de clientes. ¹³¹⁷

¹³¹² Ibid., pág. 138.

¹³¹³ Ibid., pág. 142.

¹³¹⁴ Ibid., pág. 142.

¹³¹⁵ Ibid., pág. 142.

¹³¹⁶ Ibid., pág. 142.

¹³¹⁷ Ibid., pág. 142.

10.6. PRECIO DE RELACIONES: Donde el precio se basa en la consideración de futuros flujos de ganancias potenciales durante la vida de los clientes. ¹³¹⁸

11. CANALES DEL SERVICIO

11.1. UBICACIÓN: Se ocupa de las decisiones que una empresa hace con relación a donde estarán situados, sus productos o sus operaciones. ¹³¹⁹

11.2. CANALES: Participantes en la entrega de servicio en términos de las organizaciones y las personas. ¹³²⁰

12. PROMOCIÓN

12.1. DEFINICIÓN: Es un medio por el cual la organización de servicios, se comunica con sus mercados objetivos. ¹³²¹

12.2. ANUNCIOS PUBLICITARIOS: Son las formas principales de comunicación y personal utilizadas por las empresas de servicios. ¹³²²

¹³¹⁸ Ibid., pág. 142.

¹³¹⁹ Ibid., pág. 144.

¹³²⁰ Ibid., pág. 146.

¹³²¹ Ibid., pág. 151.

¹³²² Ibid., pág. 154.

12.3. PROMOCIÓN DE VENTAS: Actividades dirigidas a proporcionar incentivos para estimular las ventas. ¹³²³

12.4. RELACIONES PÚBLICAS (RP): Esfuerzo planeado y sostenido para establecer y mantener la buena voluntad entre una organización y sus públicos. ¹³²⁴

12.5. PÚBLICOS: Son los grupos de personas y empresas que tienen interés en el servicio de la compañía. ¹³²⁵

12.6. MERCADOTECNIA DIRECTA: Es el elemento final de la mezcla de comunicaciones que se considera. ¹³²⁶

12.7. LOS CONTACTOS: Tienen contacto frecuente o regular con el cliente y por lo general están muy involucrados en la actividad de mercadotecnia convencionales. ¹³²⁷

12.8. LOS MODIFICADORES: Son personas como recepcionistas y conmutadores que aunque no están implicados en forma directa en la actividad y mercadotecnia convencionales en gran medida, sin embargo tienen un fuerte contacto con el cliente. ¹³²⁸

¹³²³ Ibid., pág. 158.

¹³²⁴ Ibid., pág. 158.

¹³²⁵ Ibid., pág. 159.

¹³²⁶ Ibid., pág. 162.

¹³²⁷ Ibid., pág. 164.

¹³²⁸ Ibid., pág. 165.

12.9. LAS INFLUENCIAS: Tienen contacto infrecuente o nulo con el cliente. ¹³²⁹

12.10. LOS AISLADORES: Desempeñan varias acciones de apoyo y no tienen contacto frecuente con el cliente, tienen mucho que ver con las actividades de mercadotecnia convencionales. ¹³³⁰

13. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

13.1. DEFINICIÓN: Identifica los compuestos claves del servicio y su importancia relativa, así como mejorar segmentos del servicio. ¹³³¹

13.2. CONSISTENCIA: Donde hay un ajuste lógico de dos o más elementos de la mezcla de mercadotecnia. ¹³³²

13.3. INTEGRACIÓN: Implica interacción armónica y activa entre los elementos de la mezcla. ¹³³³

13.4. APALANCAMIENTO: Que incluye un enfoque mas sofisticado y se ocupa de utilizar cada elemento de la mejor manera en apoyo de la mezcla de mercadotecnia total. ¹³³⁴

¹³²⁹ Ibid., pág. 165.

¹³³⁰ Ibid., pág. 166.

¹³³¹ Ibid., pág. 178.

¹³³² Ibid., pág. 180.

¹³³³ Ibid., pág. 180.

¹³³⁴ Ibid., pág. 180.

13.5. AUDITORIA DE MERCADO

13.5.1. DEFINICIÓN: Consiste en recuperar todos los datos necesarios para determinar la manera, en que los negocios pueden tener éxito en cada segmento del mercado, en el cual elige competir. ¹³³⁵

13.5.2. ETAPA EMPRESARIAL: Donde un innovador ofrece un servicio en un número limitado.¹³³⁶

13.5.3. RACIONALIZACIÓN DE SITIOS MÚLTIPLES: Donde los servicios empresariales exitosos agregan un número limitado de ubicaciones. ¹³³⁷

14. FASES DE CRECIMIENTO DE LOS SERVICIOS

14.1. CRECIMIENTO: Donde ocurre un período de rápida expansión con frecuencia por medio de la adquisición de competidores o el otorgamiento de franquicias o la concesión de contratos de licencia. ¹³³⁸

¹³³⁵ Ibid., pág. 189.

¹³³⁶ Ibid., pág. 189.

¹³³⁷ Ibid., pág. 189.

¹³³⁸ Ibid., pág. 189.

14.2. MADUREZ: Donde el crecimiento es determinado por factores como cambios demográficos, la competencia aumentada o cambio en el gusto de los clientes.¹³³⁹

14.3. DECLINACIÓN / REGENERACIÓN: Hay una extensión exitosa del concepto de servicio o la empresa de servicios entra en una etapa de declinación. ¹³⁴⁰

15. HERRAMIENTAS

15.1. MATRIZ DE BCG: Usada para medir el atractivo del mercado y la fortaleza del negocio o la posición competitiva, se basa en la suposición de que dos factores: la tasa de crecimiento del mercado y la participación relativa del mercado son cuentas en la lista de éxito de un negocio. ¹³⁴¹

15.2. PORTAFOLIO DE FACTOR MÚLTIPLE: Son más complejos que la matriz BCG y están basados en el supuesto de que los factores que determinan el atractivo del mercado y la posición competitiva en diferentes medios varían en forma considerable y que los factores tienen que seleccionarse por medio de criterios apropiados para medios específicos. ¹³⁴²

¹³³⁹ Ibid., pág. 189.

¹³⁴⁰ Ibid., pág. 192.

¹³⁴¹ Ibid., pág. 194.

¹³⁴² Ibid., pág. 194.

15.3. ANÁLISIS SWOT: Evaluación de la posición interna de la compañía con relación a sus fortalezas y debilidades particulares comparada con las amenazas y oportunidades presentadas por el ambiente externo. ¹³⁴³

15.4. OBJETIVO DE LA MERCADOTECNIA: Es una declaración precisa que describe lo que se debe lograr con la actividad de mercadotecnia de una compañía de servicios. ¹³⁴⁴

15.5. ESTRATEGIAS DE MERCADO: Son los medios por los cuales se cumplen los objetivos de mercadotecnia. ¹³⁴⁵

15.6. MONITOREO, CONTROL Y REVISIÓN: Aseguran que las estrategias de corto plazo funcionen para conducir el negocio en forma consistente hacia el logro de sus objetivos de largo plazo y su misión. ¹³⁴⁶

15.7. CALIDAD TÉCNICA: La dimensión de recursos en el proceso de operaciones de servicio. ¹³⁴⁷

15.8. CALIDAD FUNCIONAL: La dimensión de procesos en términos de la interacción entre el cliente y el proveedor de servicios. ¹³⁴⁸

¹³⁴³ Ibid., pág. 197.

¹³⁴⁴ Ibid., pág. 201.

¹³⁴⁵ Ibid., pág. 201.

¹³⁴⁶ Ibid., pág. 209.

¹³⁴⁷ Ibid., pág. 220.

¹³⁴⁸ Ibid., pág. 220.

15.9. PERCEPCIÓN DEL CLIENTE: Es un flujo continuo de experiencias que en su conjunto determina la calidad del servicio. ¹³⁴⁹

15.10. UN ADALID DE LA MERCADOTECNIA: La actitud del ejecutivo superior es la que adopta la orientación a la mercadotecnia. ¹³⁵⁰

15.11. AVANCE GERENCIAL: Intento por mejorar actuales y futuros desempeños gerenciales al impartir información, condicionar actitudes o aumentar habilidades. ¹³⁵¹

¹³⁴⁹ Ibid., pág. 226.

¹³⁵⁰ Ibid., pág. 240.

¹³⁵¹ Ibid., pág. 240.

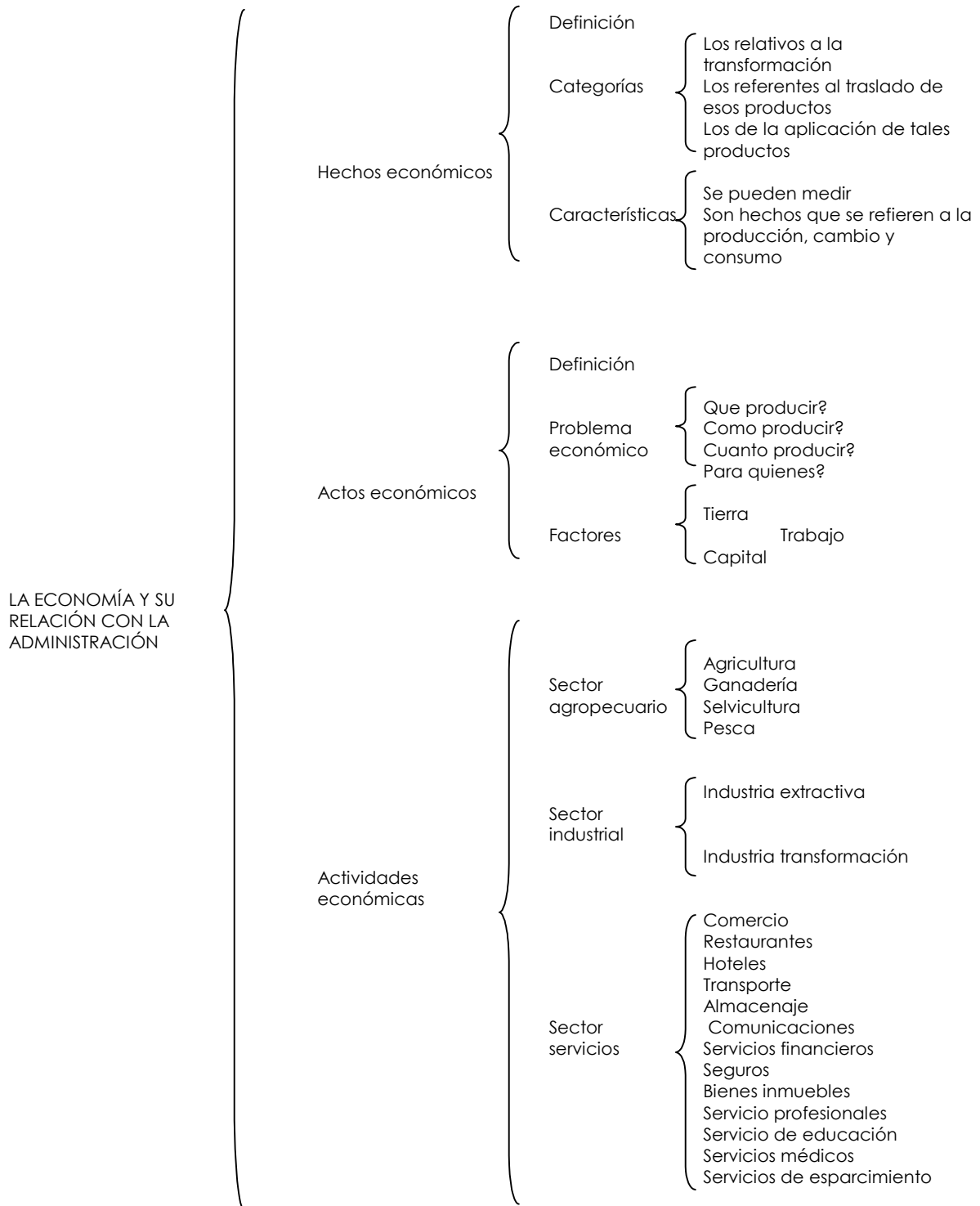
CAPITULO X

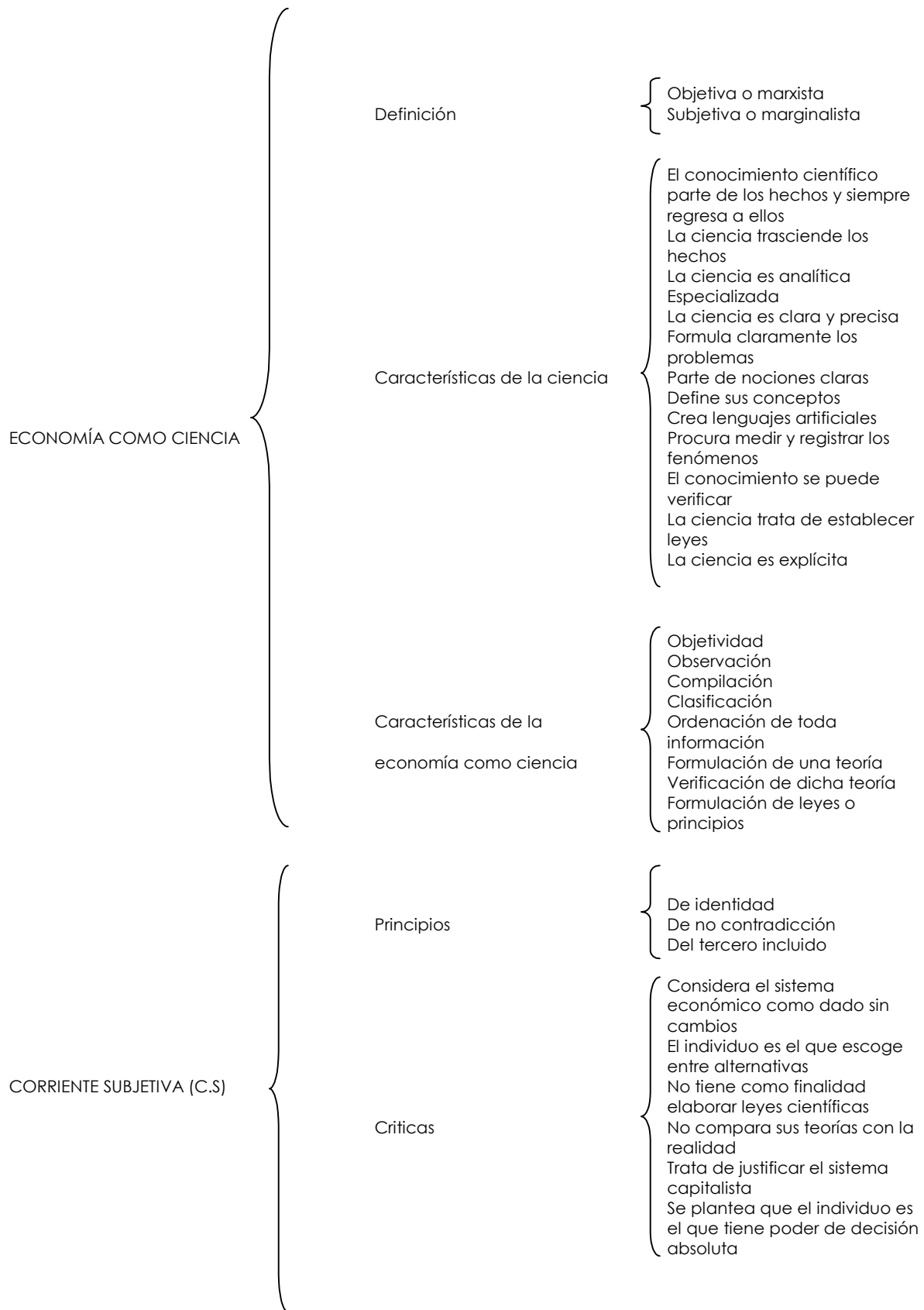
DESCRIPCIÓN DE MATERIAS

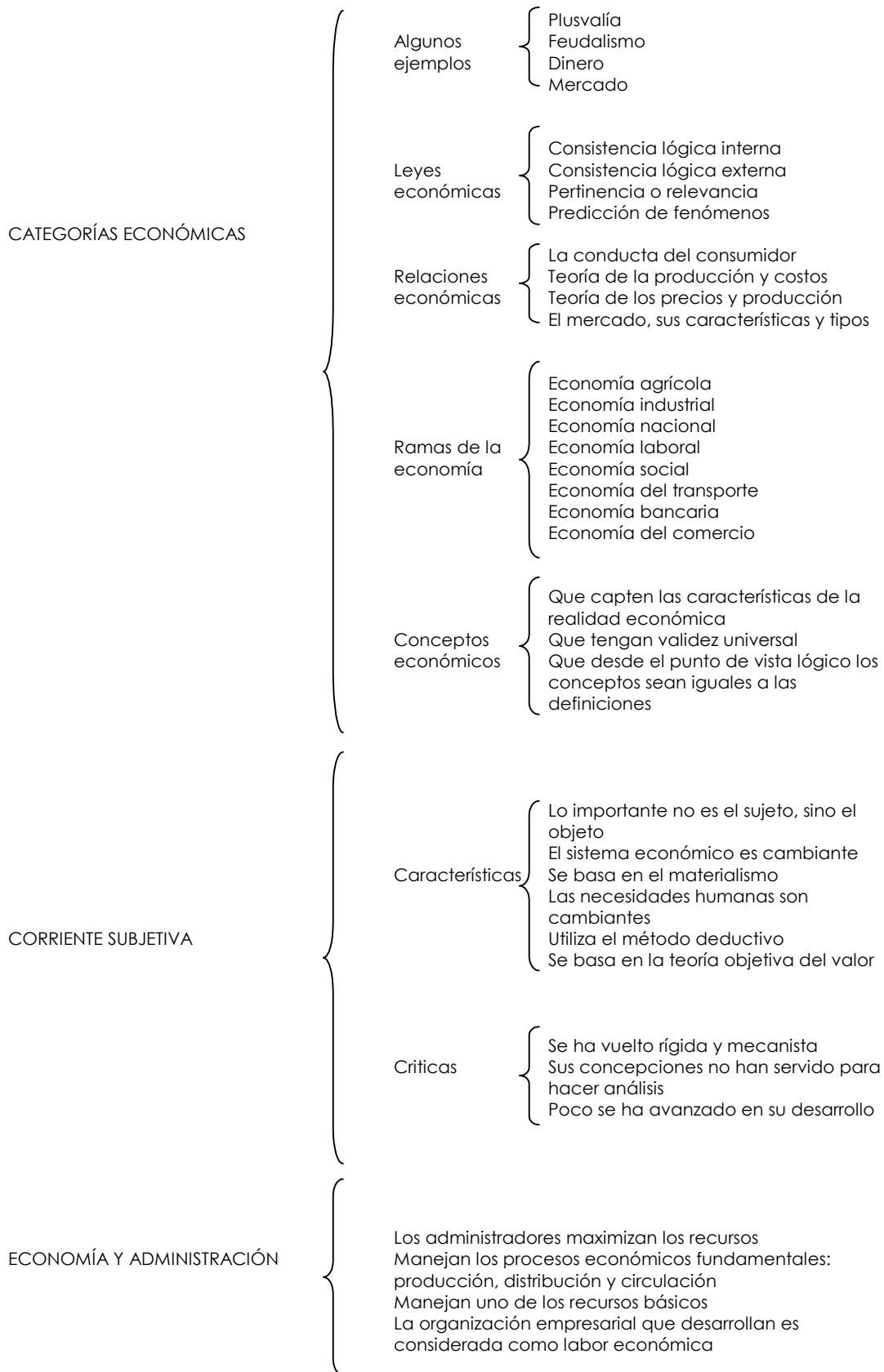
DE ECONOMIA Y FINANZAS

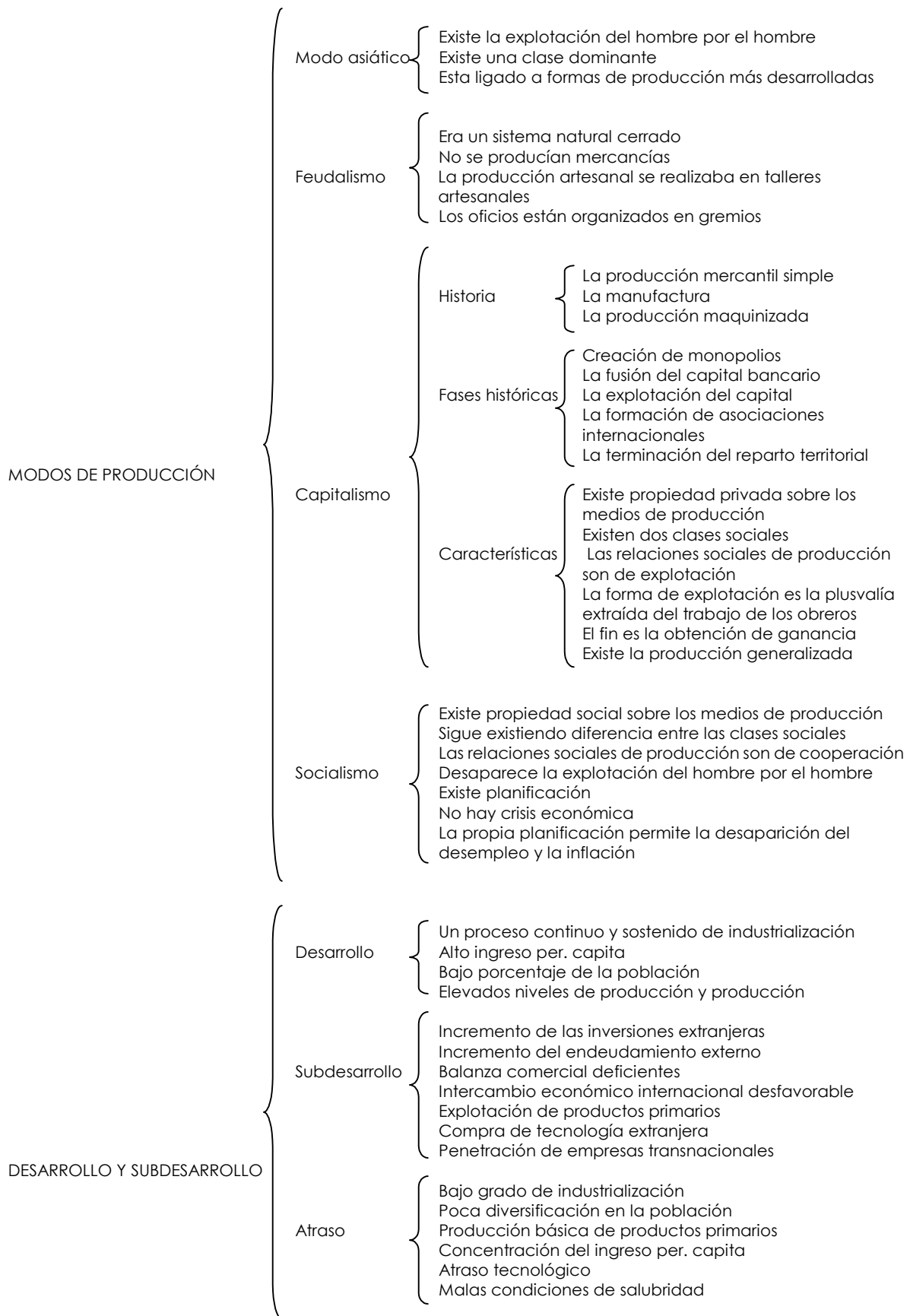
Para visualizar el contexto general en el que se subdivide las materias correspondientes al área de economía y finanzas se requiere de una estructura de árbol, que es la división de un tema en sus partes componentes desde lo más general hasta lo más específico generando una sinopsis de terminología pertinente a dicho tema, que presente los contenidos en términos específicos de cada uno de estos, dicha estructura se presenta a continuación:

ECONOMÍA GENERAL









TEORÍA OBJETIVA DEL VALOR

Mercancía { Características { Es histórica
Es objetiva
Es social
Es un valor de uso
Es un valor de cambio

Formas de valor { Forma simple
Forma concreta o fortuita
Forma total o desarrollada del valor
Forma general del valor
Forma total o desarrollada

Componentes { Capital constante
Capital variable
Plusvalía

Jerarquía de las Necesidades { Fisiológicas
De seguridad
Pertenencia y afecto
Estimación
Autorrealización

Características { Tiene un objetivo que finalmente
satisface una necesidad
No existirían si el individuo no estuviera
consiente de los bienes que satisface
Calidad
Cantidad
Intensidad

Calidad { Son ilimitadas en número
Compiten entre sí
Son complementarios
Pueden crearse artificialmente

Cantidad { No siempre es posible medir la
satisfacción de la necesidad
La cantidad de las necesidades es
variable, aunque con ciertos límites para
la persona
La cantidad tiene un límite máximo

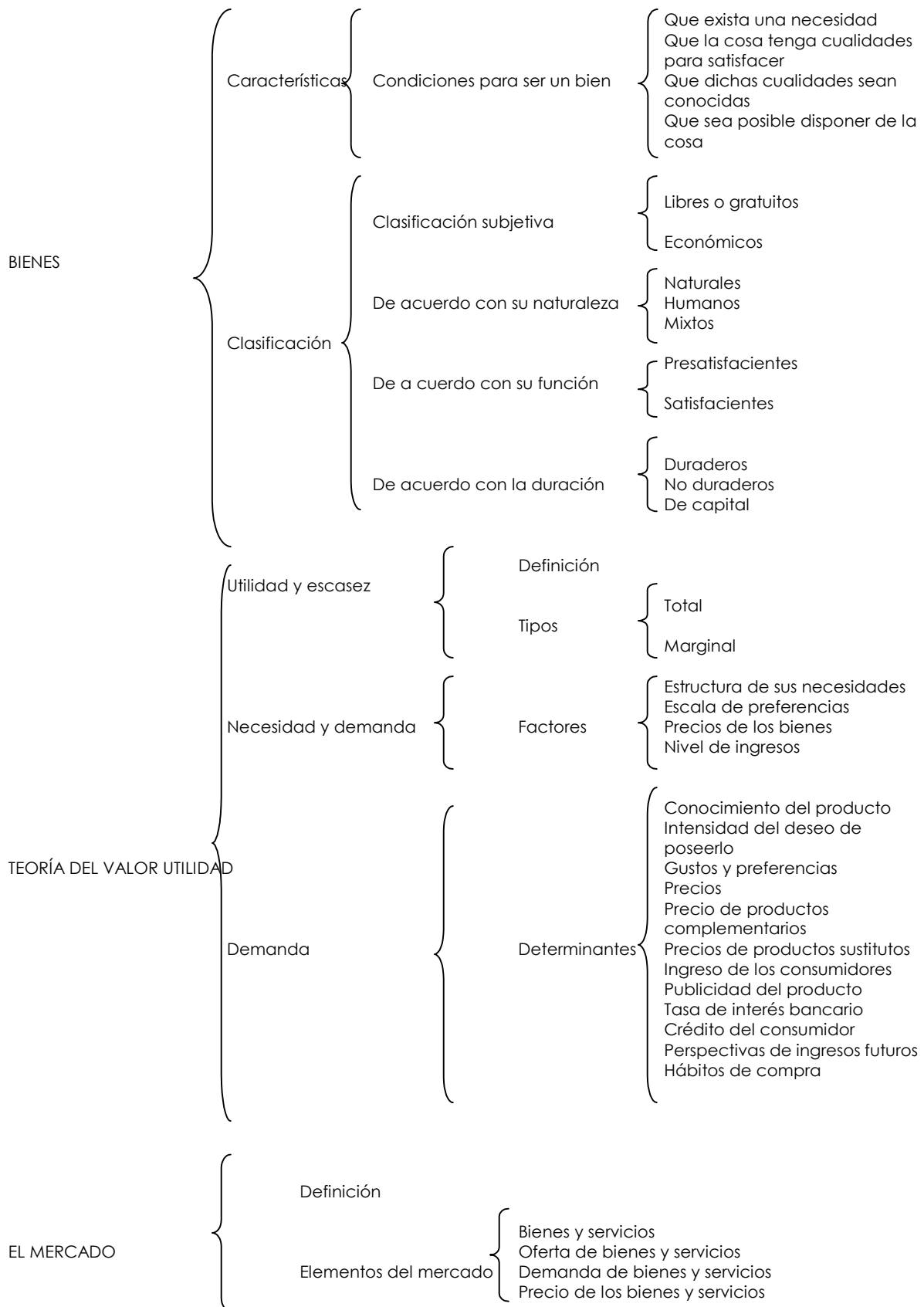
Intensidad { Aumenta la conciencia que tenemos
de la necesidad
La intensidad crece hasta un límite
máximo

TEORÍA SUBJETIVA DEL VALOR

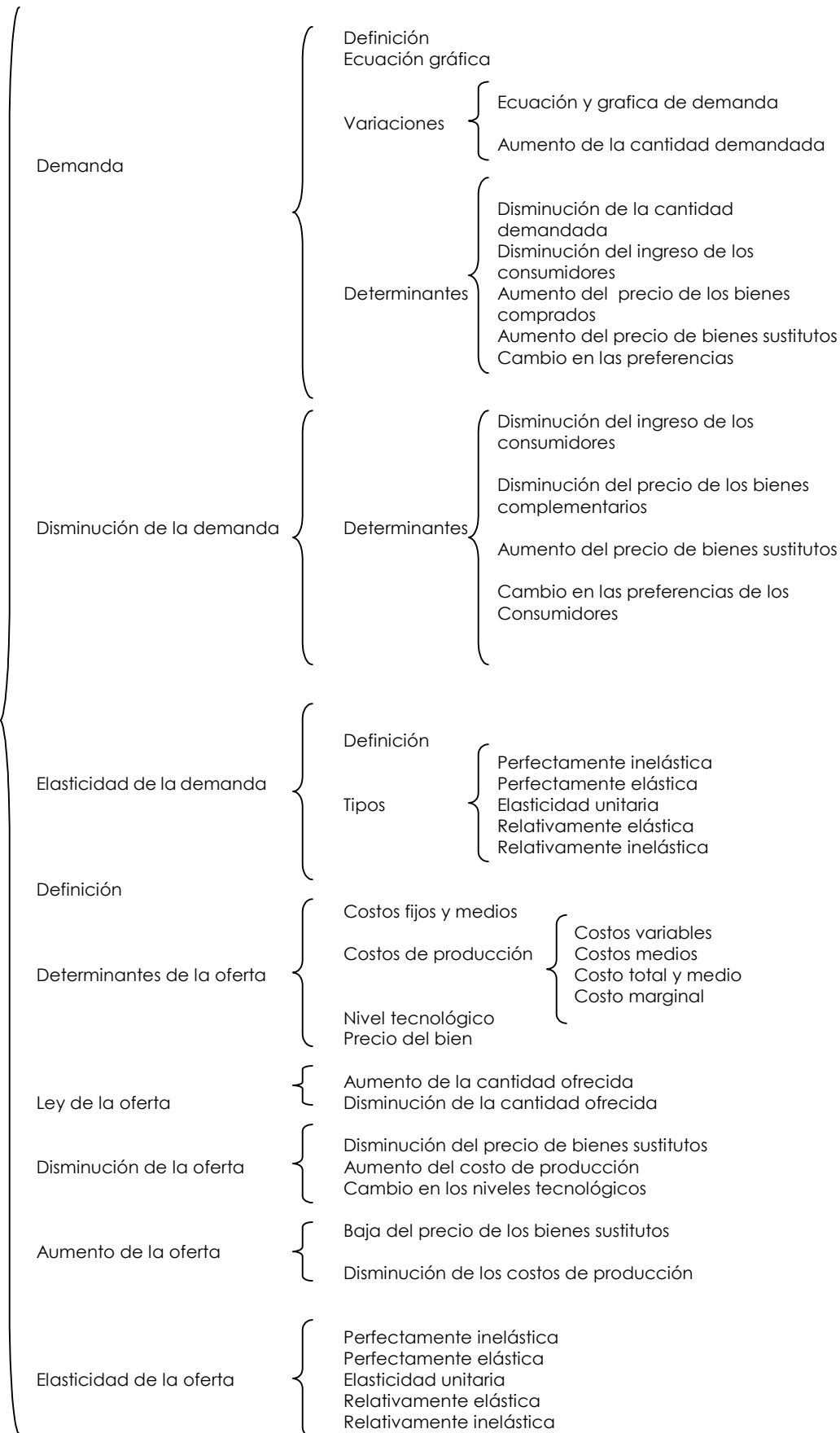
Clasificación de necesidades { Por su naturaleza { Naturales
Superiores

{ Por su satisfacción { Biológicas
Intuitivas
Psíquicas
Sociales

{ Por su pertenencia { Individuales
Colectivas



DEMANDA Y OFERTA



PRECIO	<ul style="list-style-type: none"> Definición Funciones 	<ul style="list-style-type: none"> Regulador de la población Regulador del uso y disposición de los recursos económicos Regulador de la distribución y el consumo Agente equilibrador del sistema económico
LA COMPETENCIA PERFECTA	Características	<ul style="list-style-type: none"> La oferta y demanda deben ser atómicas Debe existir plena movilidad de mercancía y factores productivos No hay barreras de entrada para otras empresas Las mercancías deben ser homogéneas Los demandantes y oferentes deben tener conocimiento de todos los movimientos que ocurran en el mercado
	Fijación del precios	<ul style="list-style-type: none"> Disminución en la demanda con una oferta corriente Disminución de la oferta con una demanda corrientes Aumento de la demanda con una oferta corriente Aumento de la oferta y demandada de la misma magnitud Disminución de la oferta y demanda de la misma longitud Disminución de la oferta y demanda de diferente magnitud
COMPETENCIA IMPERFECTA	Definición	<ul style="list-style-type: none"> El número de oferentes no es tan grande como en competencia perfecta No existe plena movilidad de mercancía Puede haber diferenciación de los productos No hay plena libertad para que nuevos oferentes entren
	Características	
	Rasgos del monopolio	<ul style="list-style-type: none"> No existe perfecto conocimiento de todos los movimientos del mercado No existen productos sustitutos La empresa puede modificar la cantidad con el fin de controlar el precio No hay competencia
COMPETENCIA MONOPOLÍSTICA	Rasgos	<ul style="list-style-type: none"> Existe diferenciación de producto en el mercado Esta característica les otorga cierto poder monopolizador Las nuevas empresas pueden entrar al mercado
	Manifestación a nivel internacional	<ul style="list-style-type: none"> Competencia por controlar el mercado Competencia por el control de materias primas Competencia por controlar los adelantos tecnológicos Competencia por el uso y control de marcas y patentes

OLIGOPOLIO

Definición

Rasgos

Unos cuantos productores dominan el mercado
Puede haber o no-diferenciación de productos
Los productores no actúan en forma independiente
Existen productos sustitutos semejantes

Concepto

Categorías afines

Sueldo
Pago
Redistribución
Emolumento
Estipendio
Cobro
Remuneración
Jornal
Honorarios

Clases de salario

Individual
Total
Nominal
Real
Base
Mínimo
Por tiempo
A destajo
Por obra determinada
Relativo
Máximo
Promedio
Contractual

SALARIO

Teoría Objetiva

El salario es el precio de la fuerza de trabajo
La fuerza de trabajo es una mercancía
Las leyes que determinan el salario son las mismas que determinan el precio de cualquier mercancía
El precio de la fuerza de trabajo, se encuentra determinado por la competencia
El costo de producción de la fuerza de trabajo es lo que cuesta sostener al obrero
El trabajo asalariado presume capital
La ley general del alza y la baja

Comparación crítica de las teorías

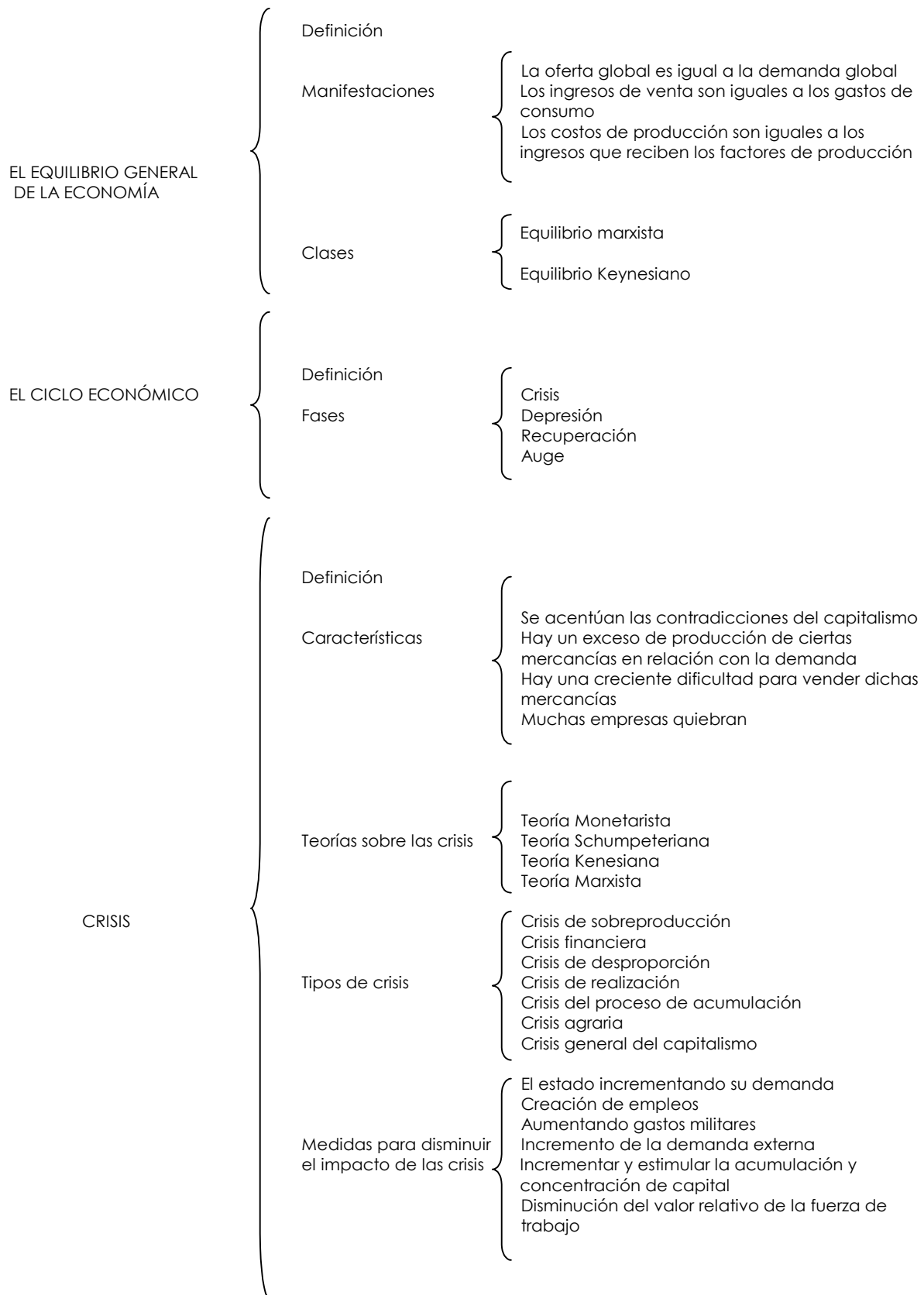
Teoría Objetiva

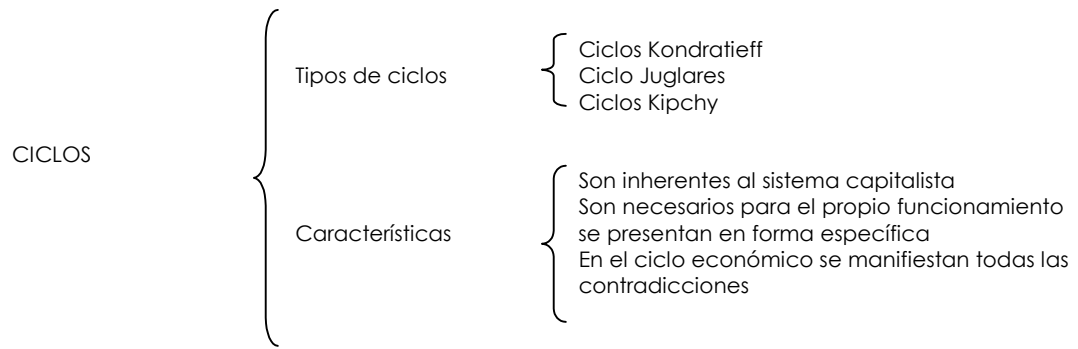
Científica
Racionalidad del trabajo
Social
Objetiva
Total-
macroeconómica
Realista
Histórico-dinámico
Abierta y crítica

Teoría subjetiva

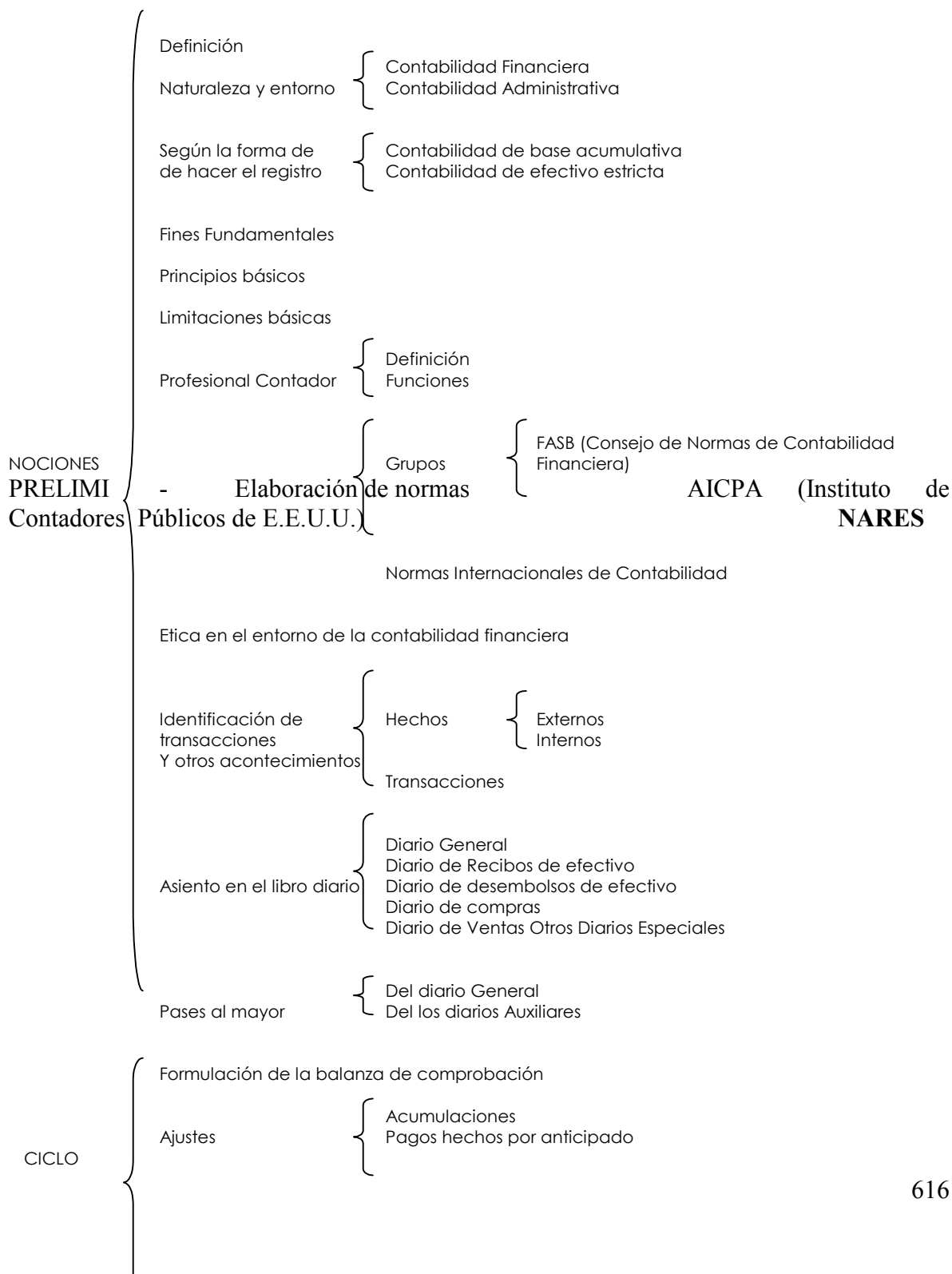
Apologética
Racionalidad
Marginalidad
Técnica
Subjetiva
Parcial-
macroeconómica
Idealista
Ahistórico-estático
Cerrado y acrífico

EL CAPITAL	<ul style="list-style-type: none"> Definición Consecuencias de la acumulación 	<ul style="list-style-type: none"> Se incrementa la producción y productividad de mercancías Aumentan las ganancias de los capitalistas Aumenta la competencia entre capitalistas Se reproducen las relaciones sociales de producción Disminuye la explotación de los obreros Se incrementa el capital de los capitalistas Conduce a la concentración y centralización del capital
LA GANANCIA	<ul style="list-style-type: none"> Concepto 	<ul style="list-style-type: none"> Se representa <ul style="list-style-type: none"> En forma de ganancia interés Renta
	<ul style="list-style-type: none"> Ganancia y plusvalía 	<ul style="list-style-type: none"> Tipos-extracción <ul style="list-style-type: none"> Absoluta Relativa Extraordinaria
	<ul style="list-style-type: none"> Teoría acerca de la ganancia 	<ul style="list-style-type: none"> Teoría marginalista Teoría objetiva
INVERSIÓN	<ul style="list-style-type: none"> Concepto 	<ul style="list-style-type: none"> Económico real Potencial Planificado
	<ul style="list-style-type: none"> Tipos de excedentes 	<ul style="list-style-type: none"> Como consumo excesivo de la sociedad Como producto que se pierde por la existencia de trabajadores improductivos Como producción que se pierde debido a la irracional organización
	<ul style="list-style-type: none"> Formas de presentarse 	<ul style="list-style-type: none"> Interés a corto plazo Interés a largo plazo Interés nominal Interés efectivo Interés bancario Interés privado Interés corriente Interés del mercado Interés simple Interés compuesto
EL INTERÉS	<ul style="list-style-type: none"> Clasificación 	<ul style="list-style-type: none"> Teoría marginalista Teoría marxista Teoría keynesiana
	<ul style="list-style-type: none"> Teorías sobre el interés 	





CONTABILIDAD DE GERENCIA

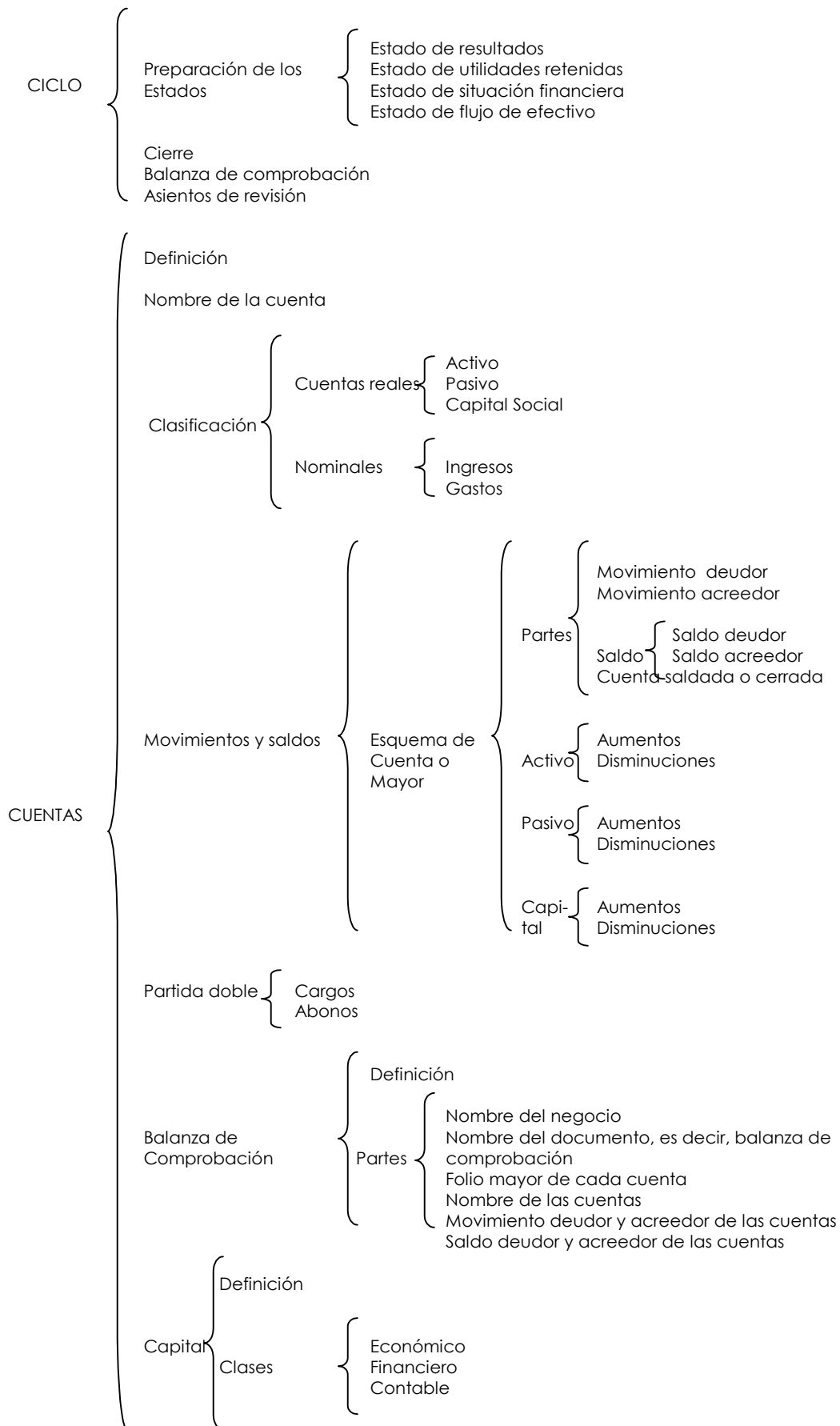


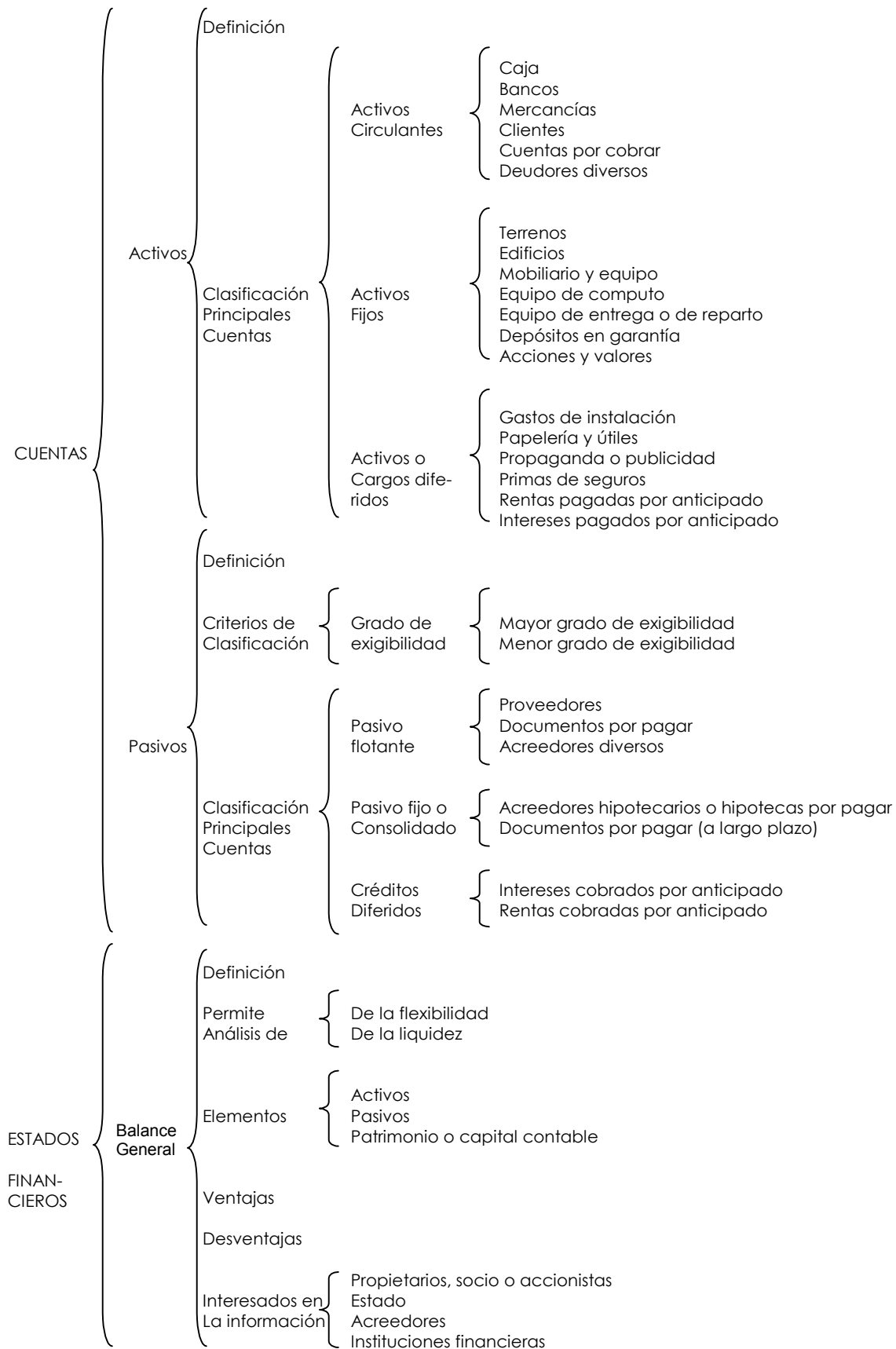
Partidas estimadas

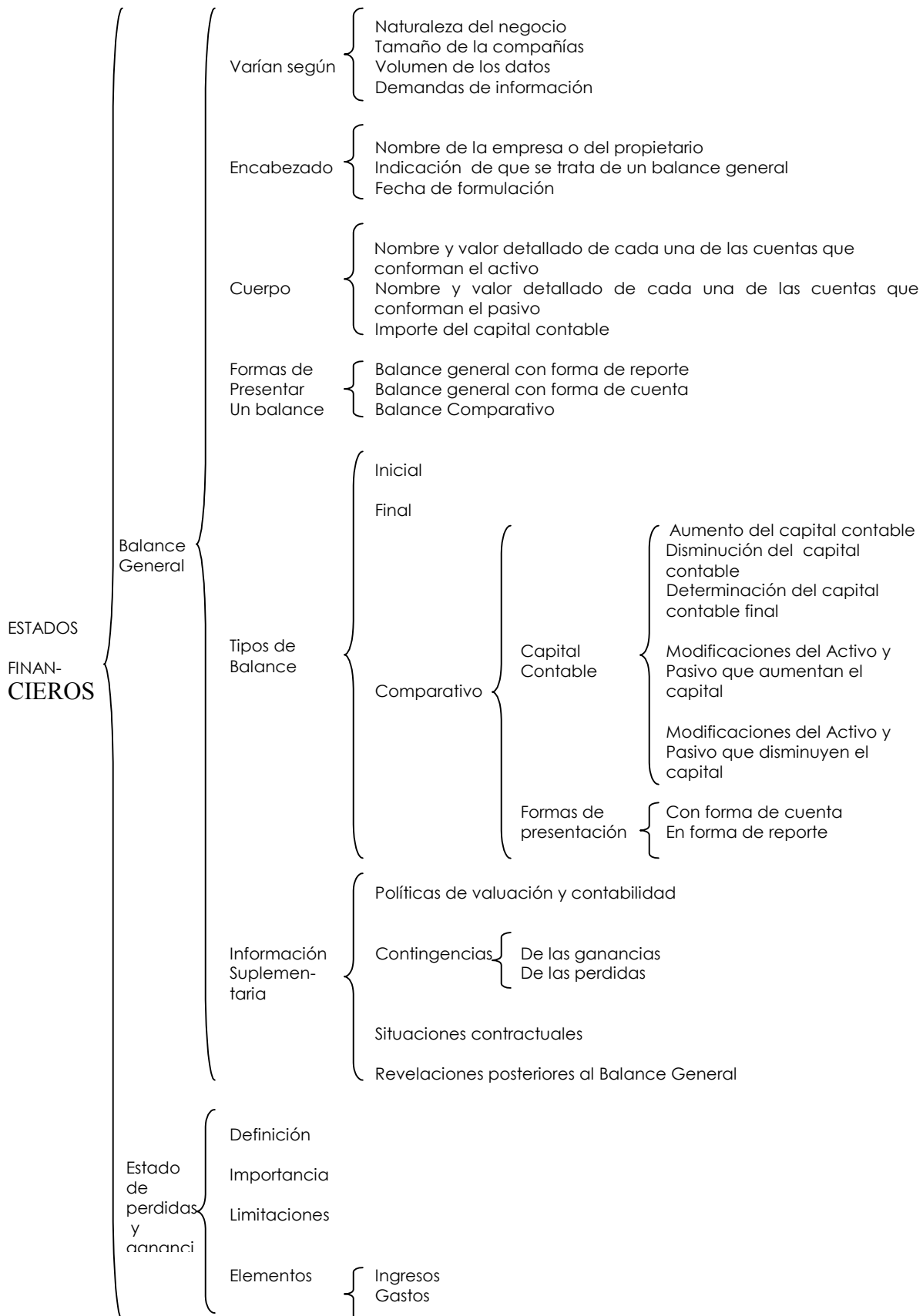
Hoja de trabajo

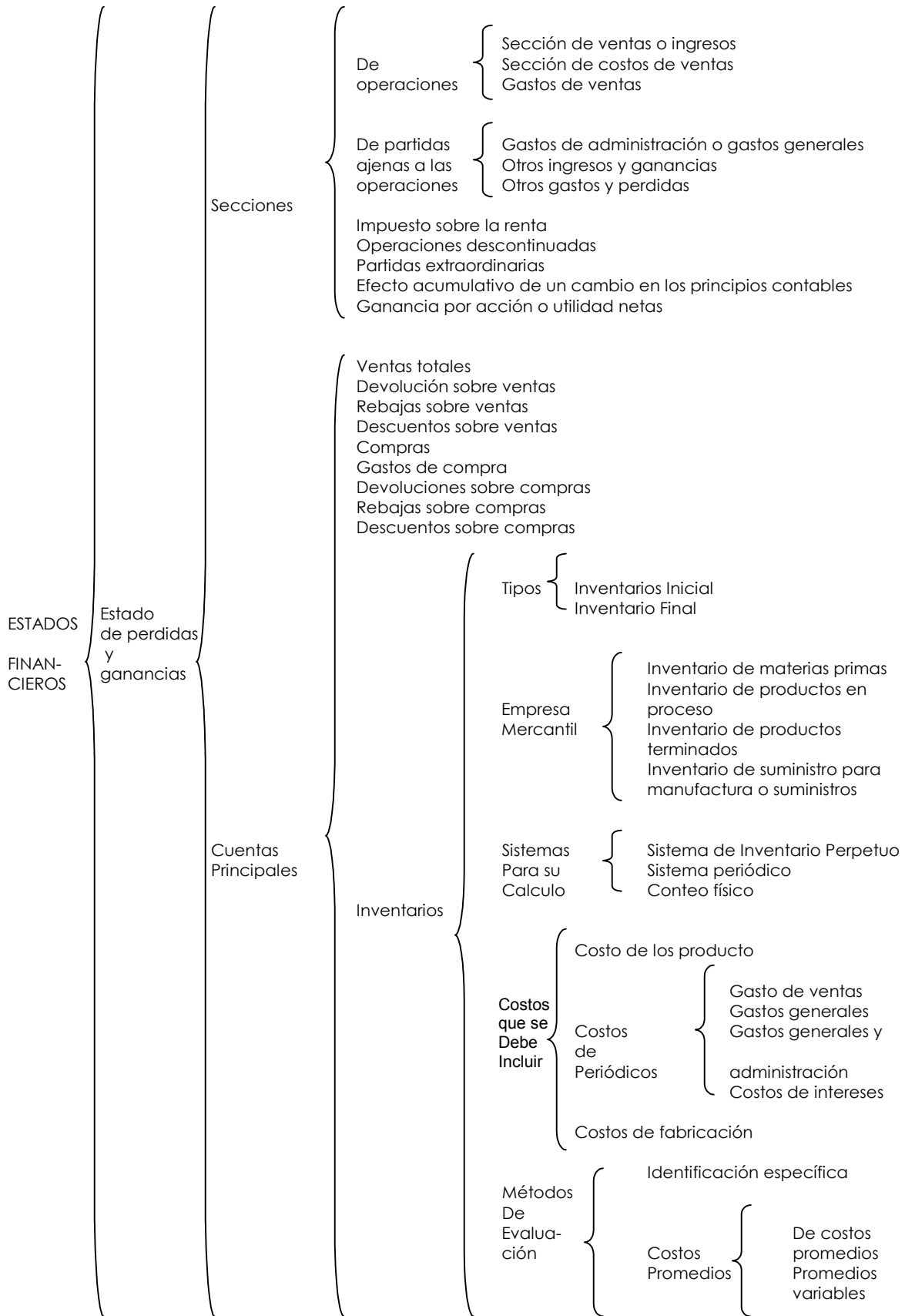
{ Proceso fin de
ejercicio

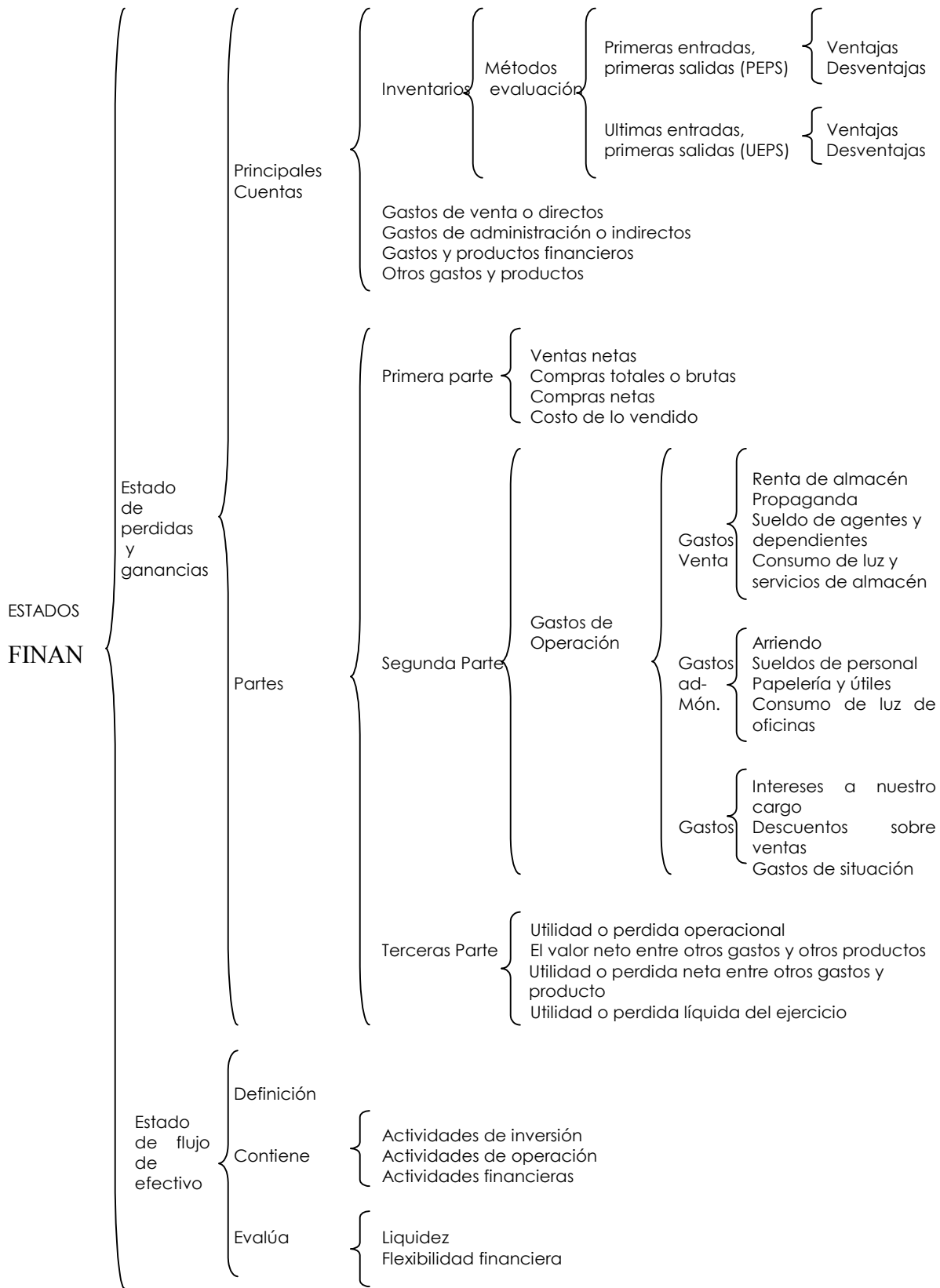
{ Cuentas de inventario
Cuentas relativas

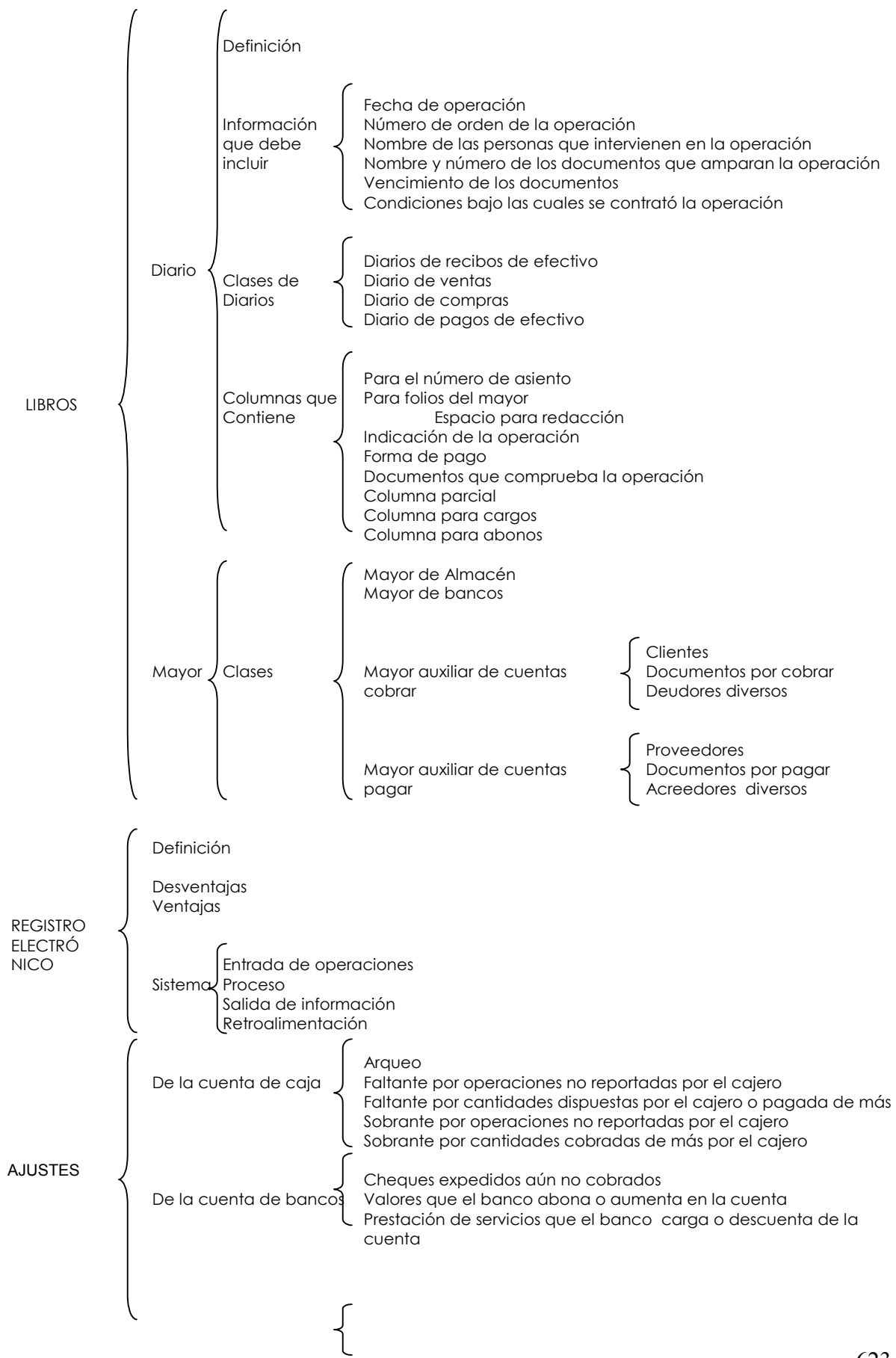


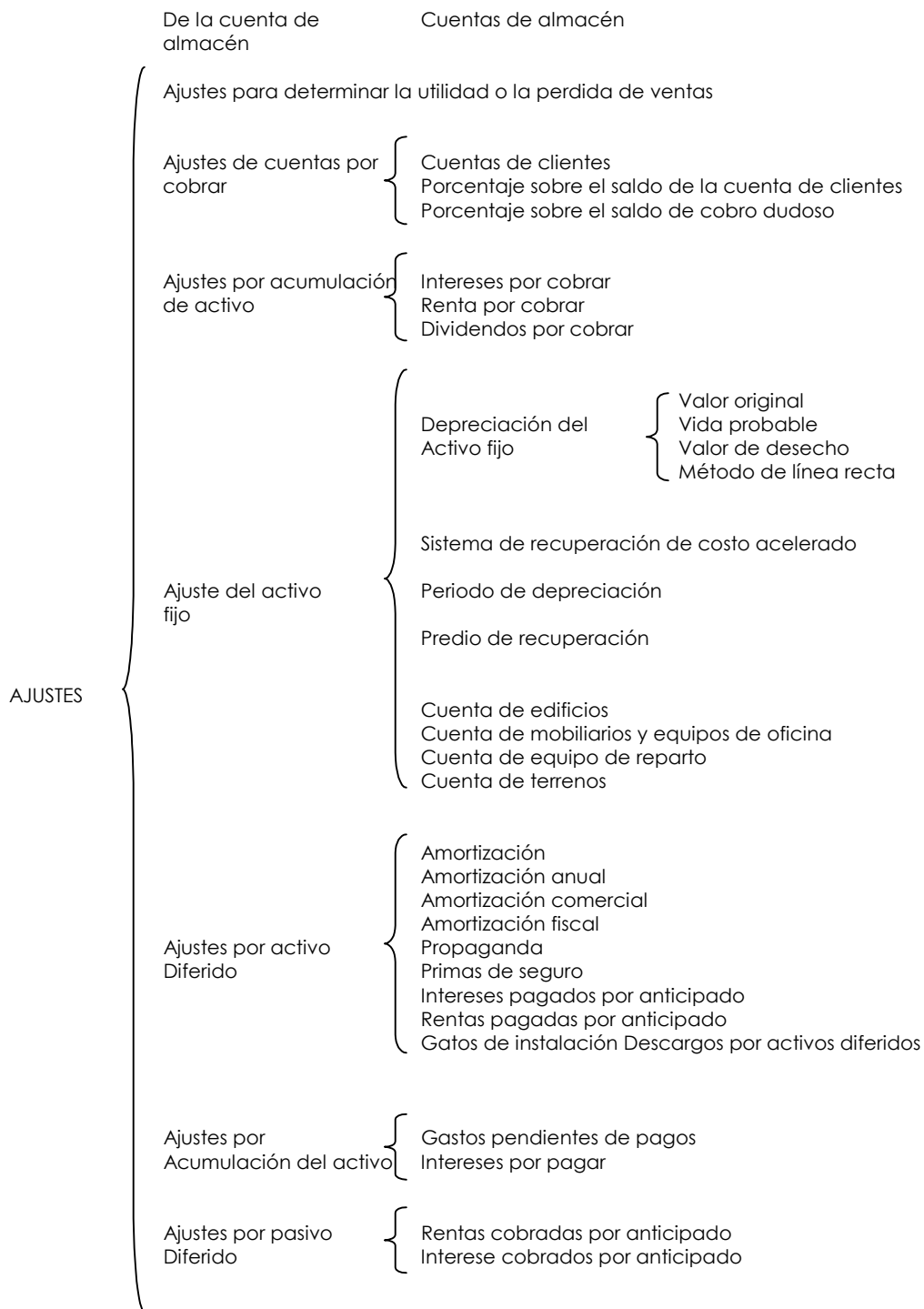




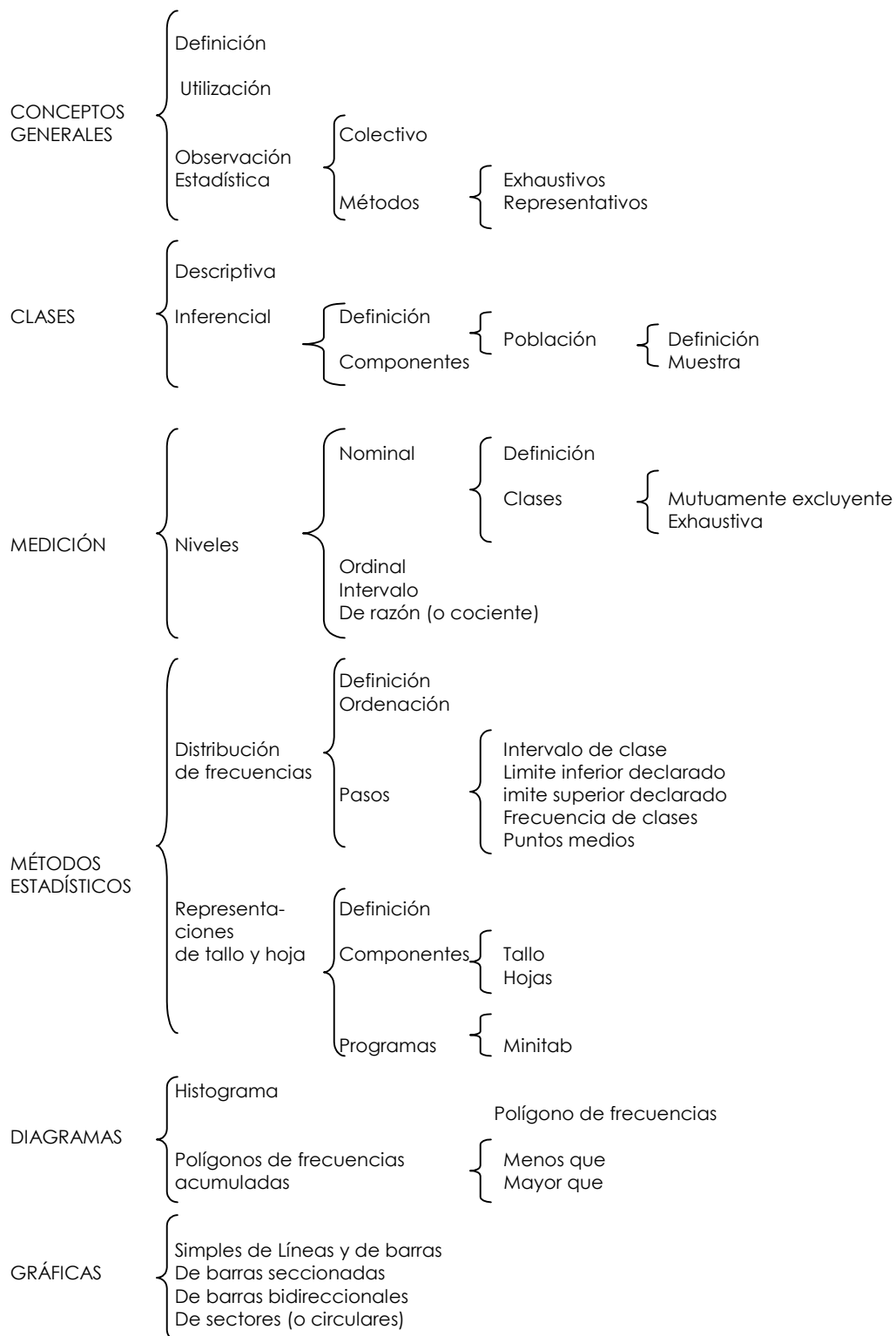


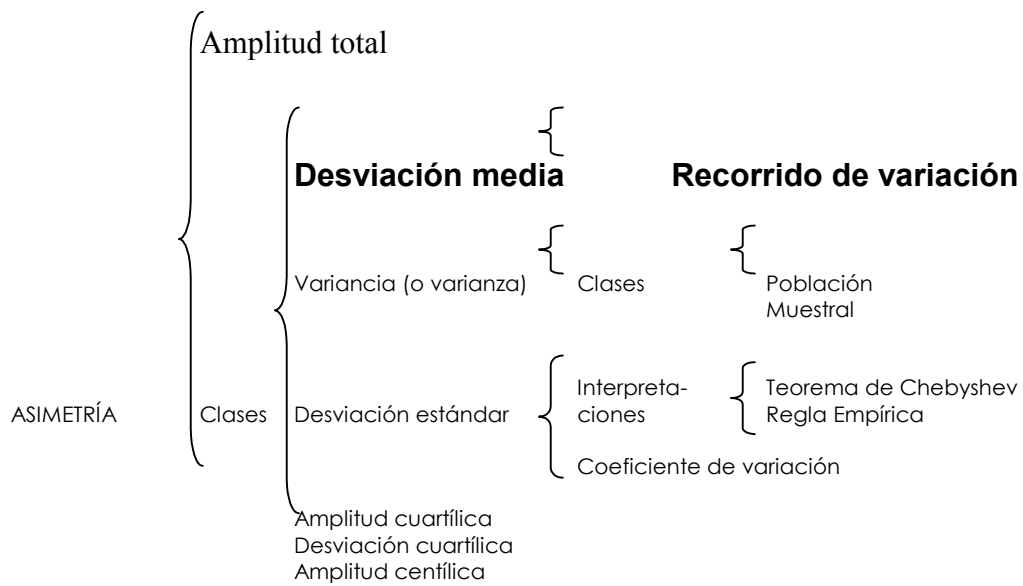
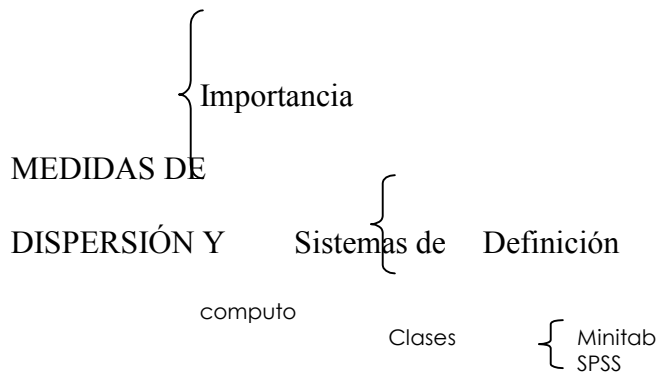
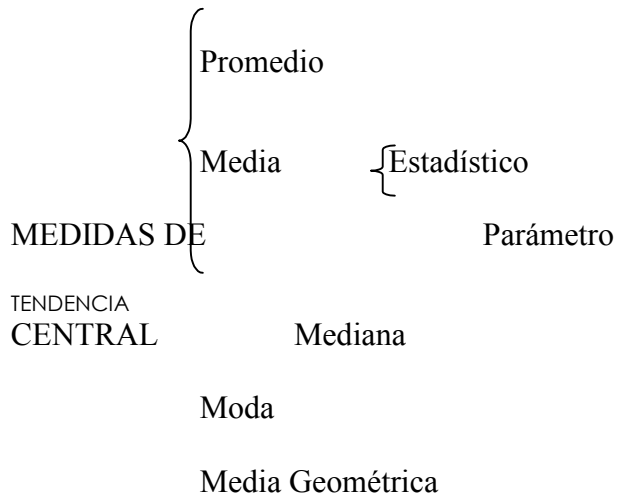


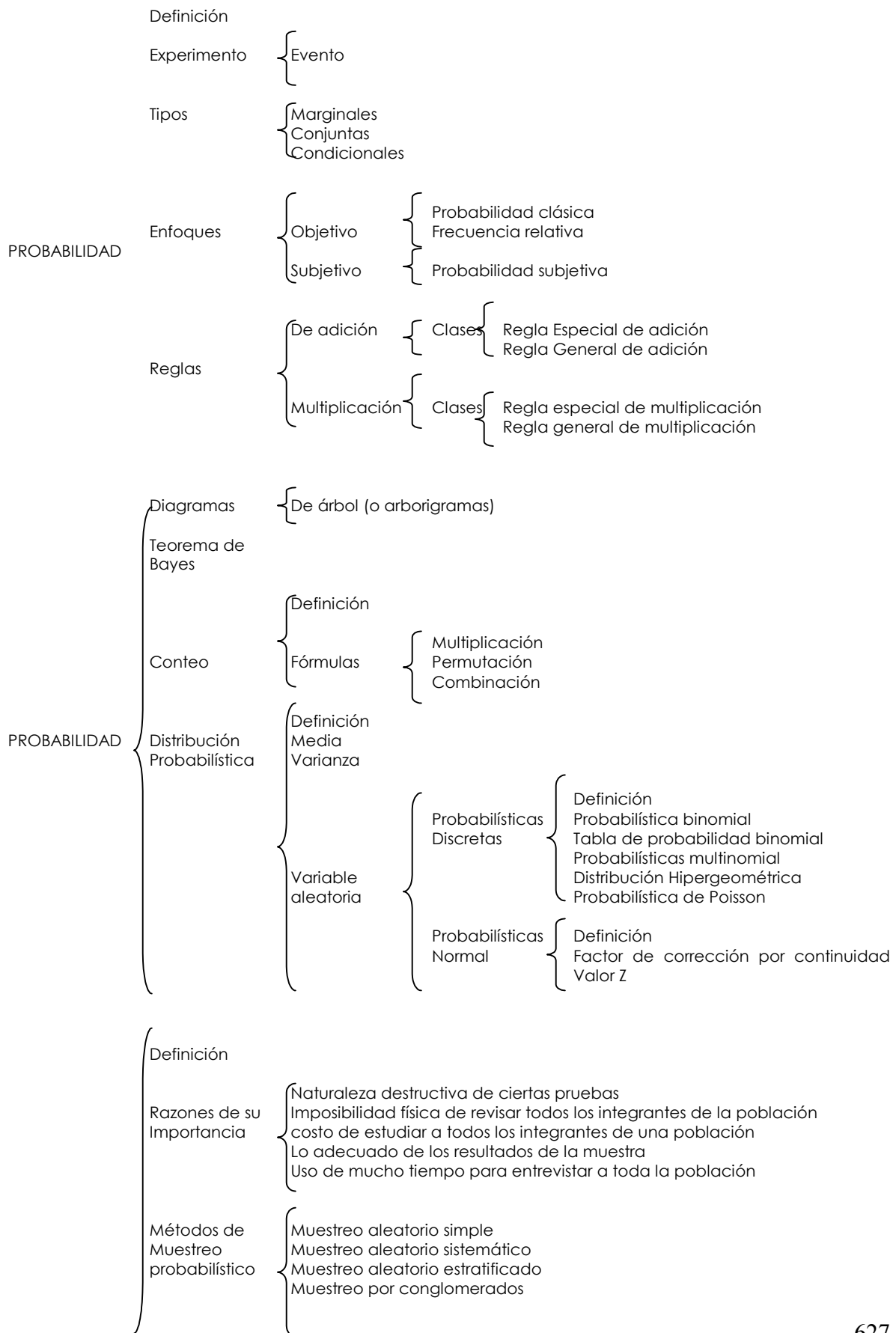




ESTADÍSTICA



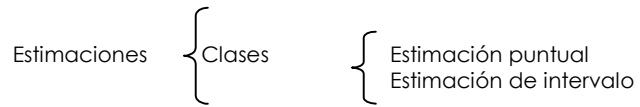




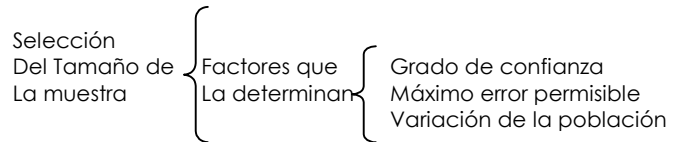
Distribución muestral de medias

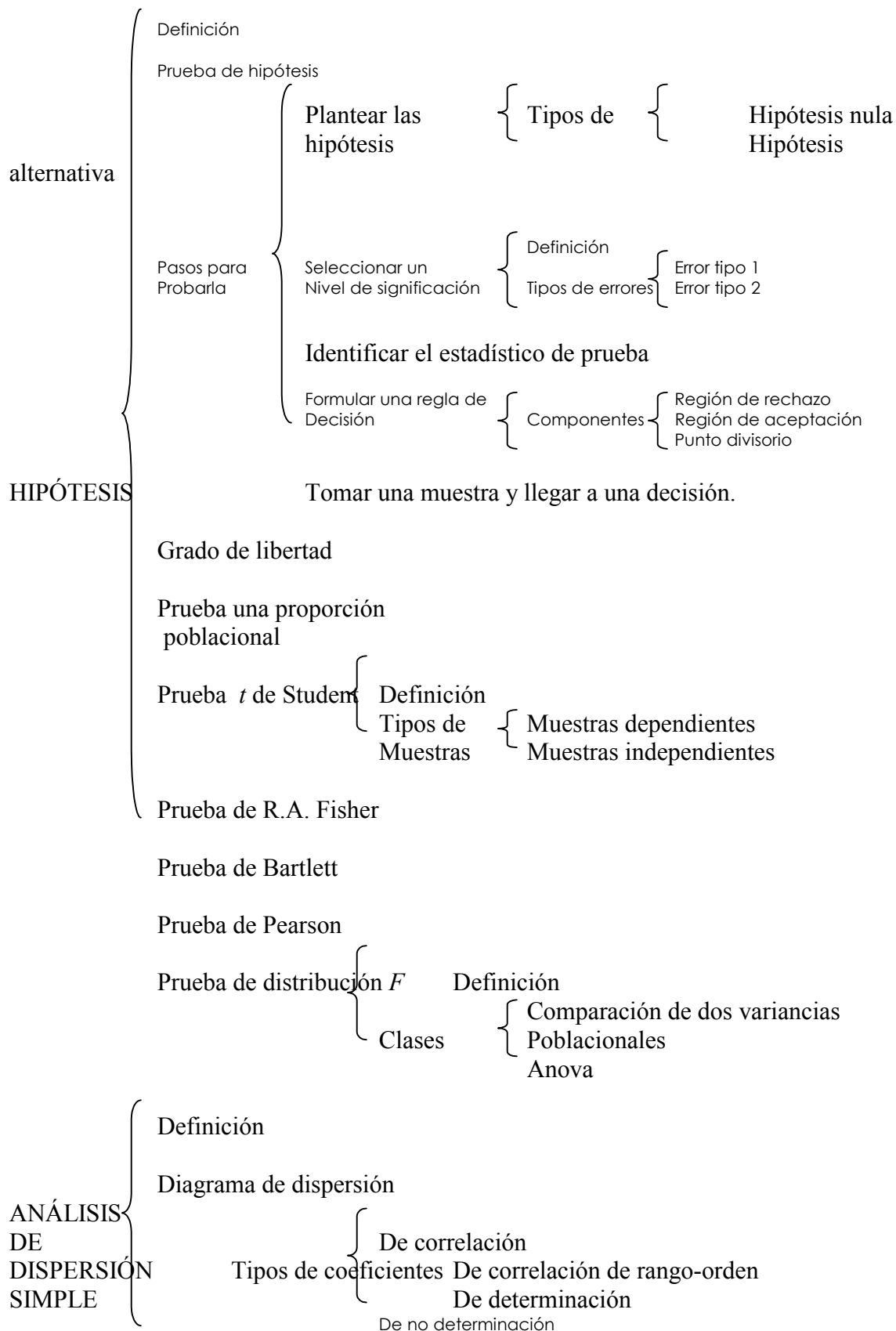
MUESTREO

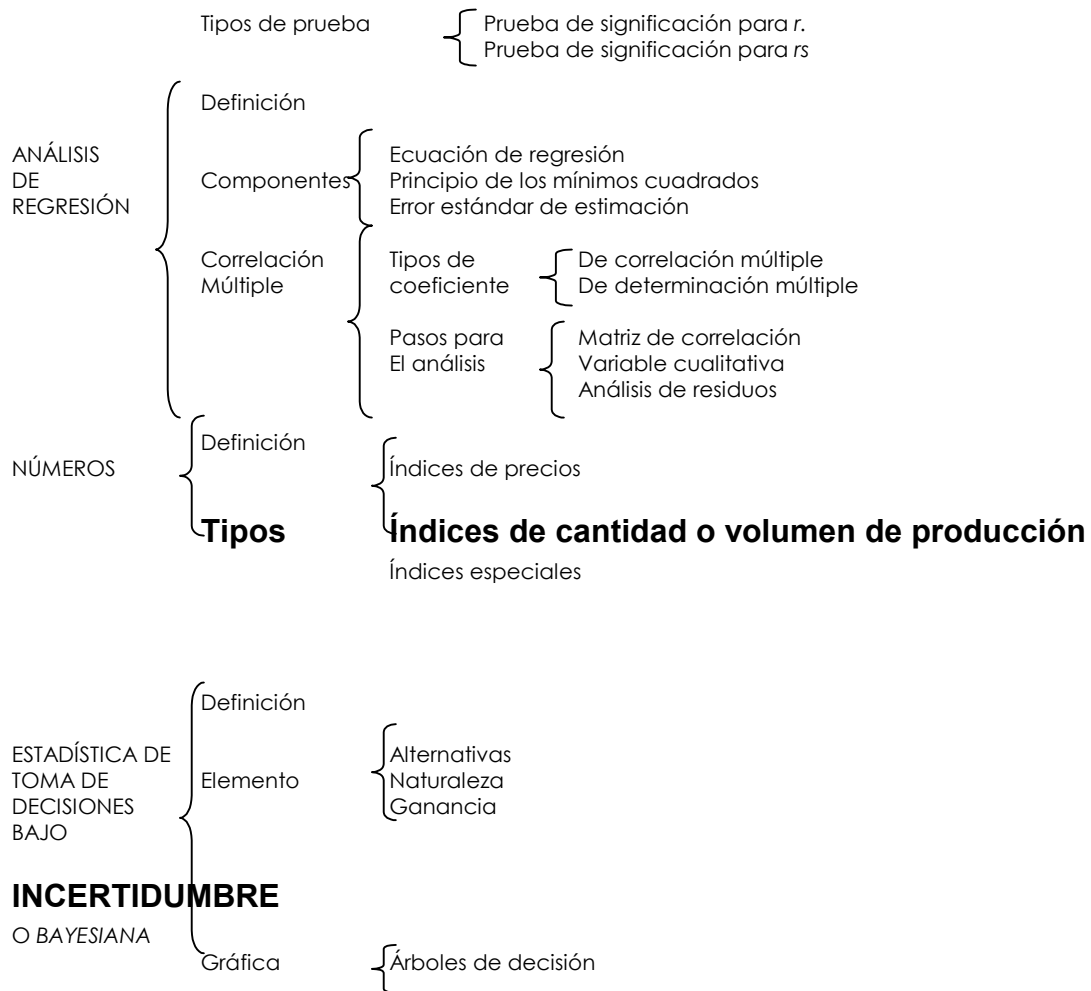
Error de muestreo



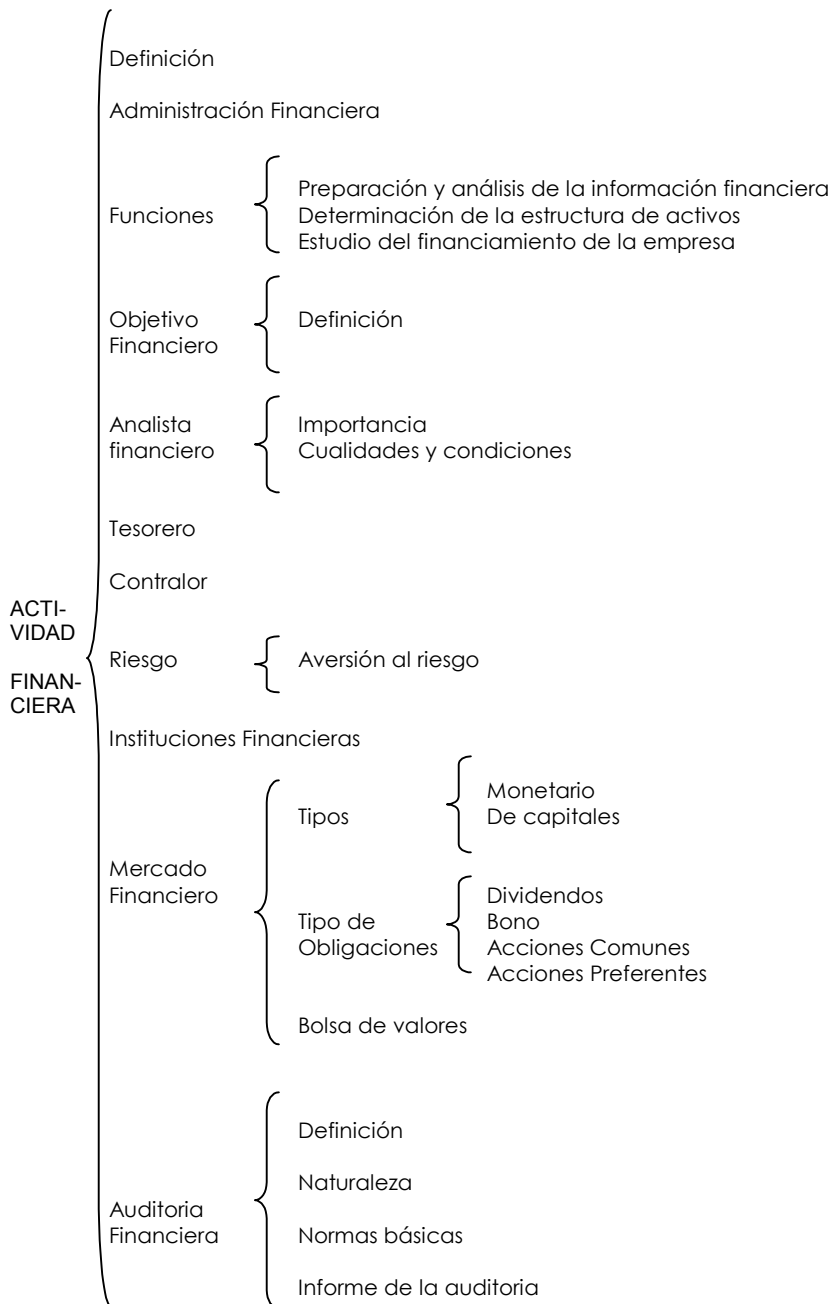
Error estándar de la media

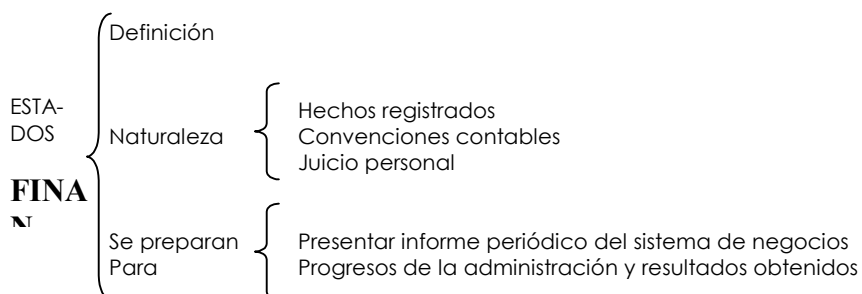
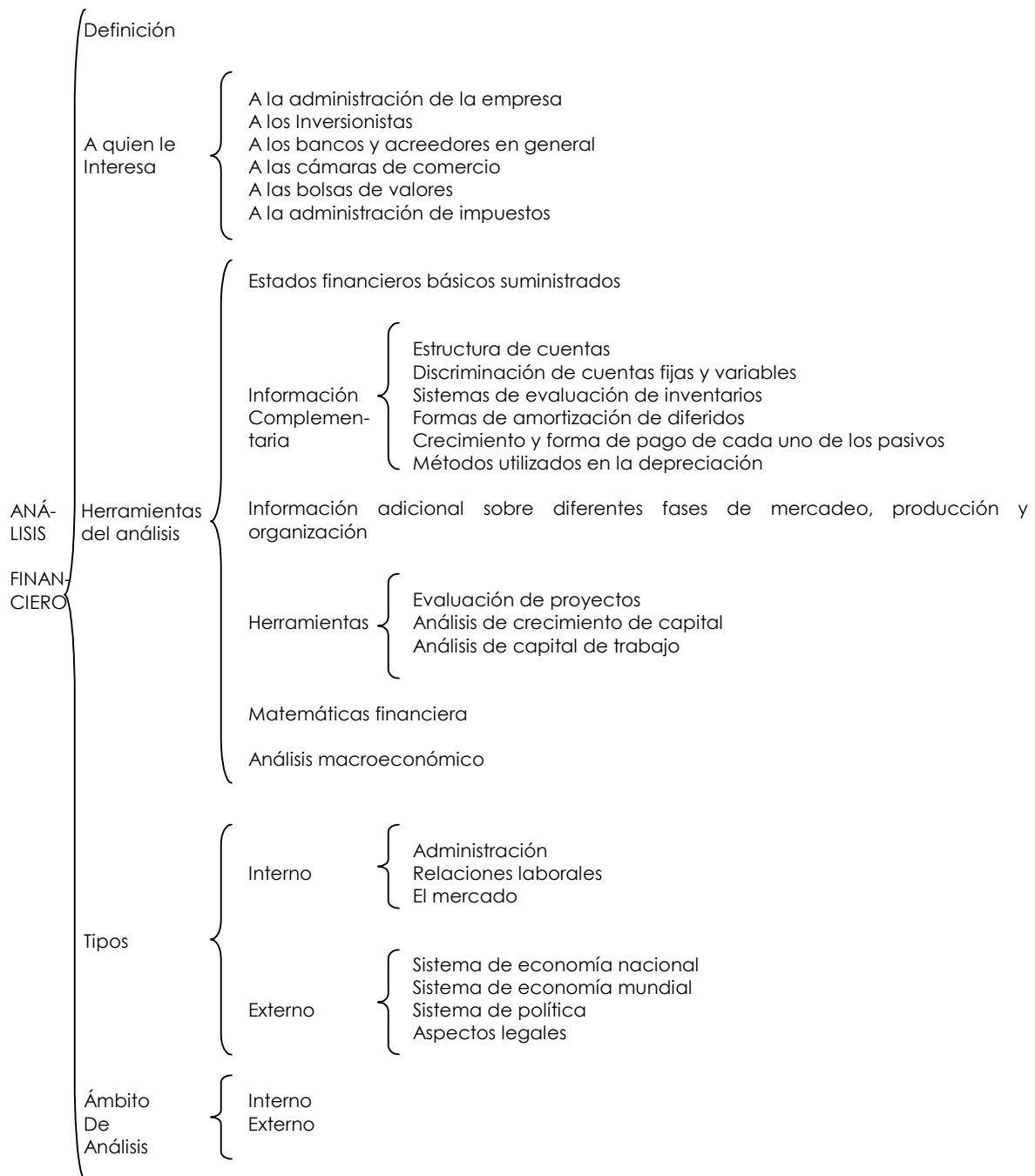


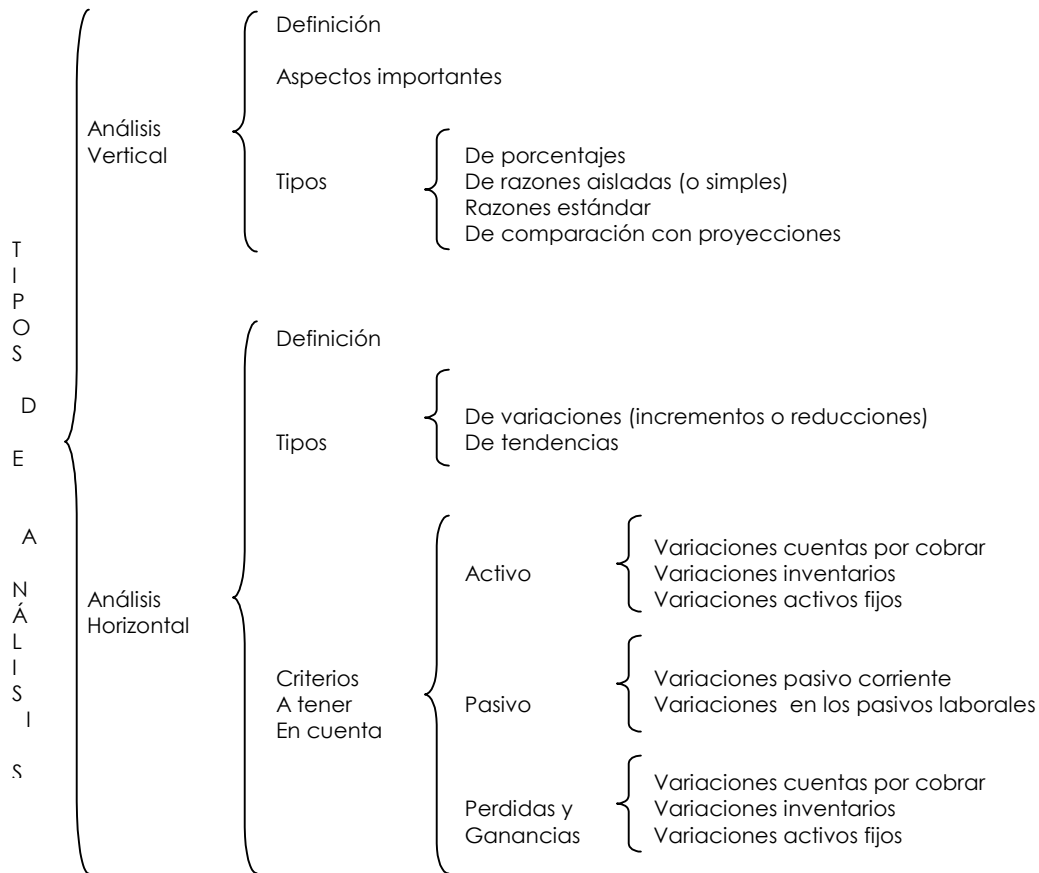
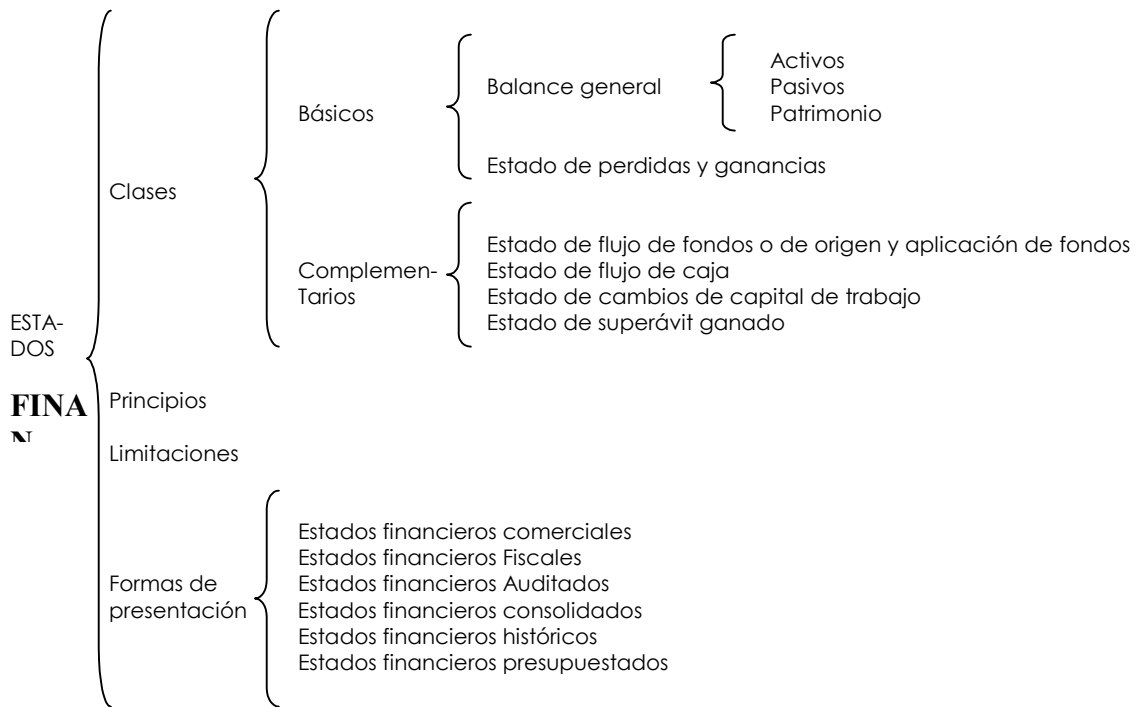




ANALISIS FINANCIERO







RAZONES
E
INDICADO-
RES
FINAN-
CIEROS

Definición

Análisis de razones

Propósito

Comparación
De indicadores
Frente a

- Estándares mentales del analista
- Indicadores de la misma empresa
- Indicadores calculados con base en lo presupuestos de la empresa
- Indicadores representativos de la industria

Clasificación

De liquidez

- Razón corriente
- Prueba ácida

De Endeuda-
Miento

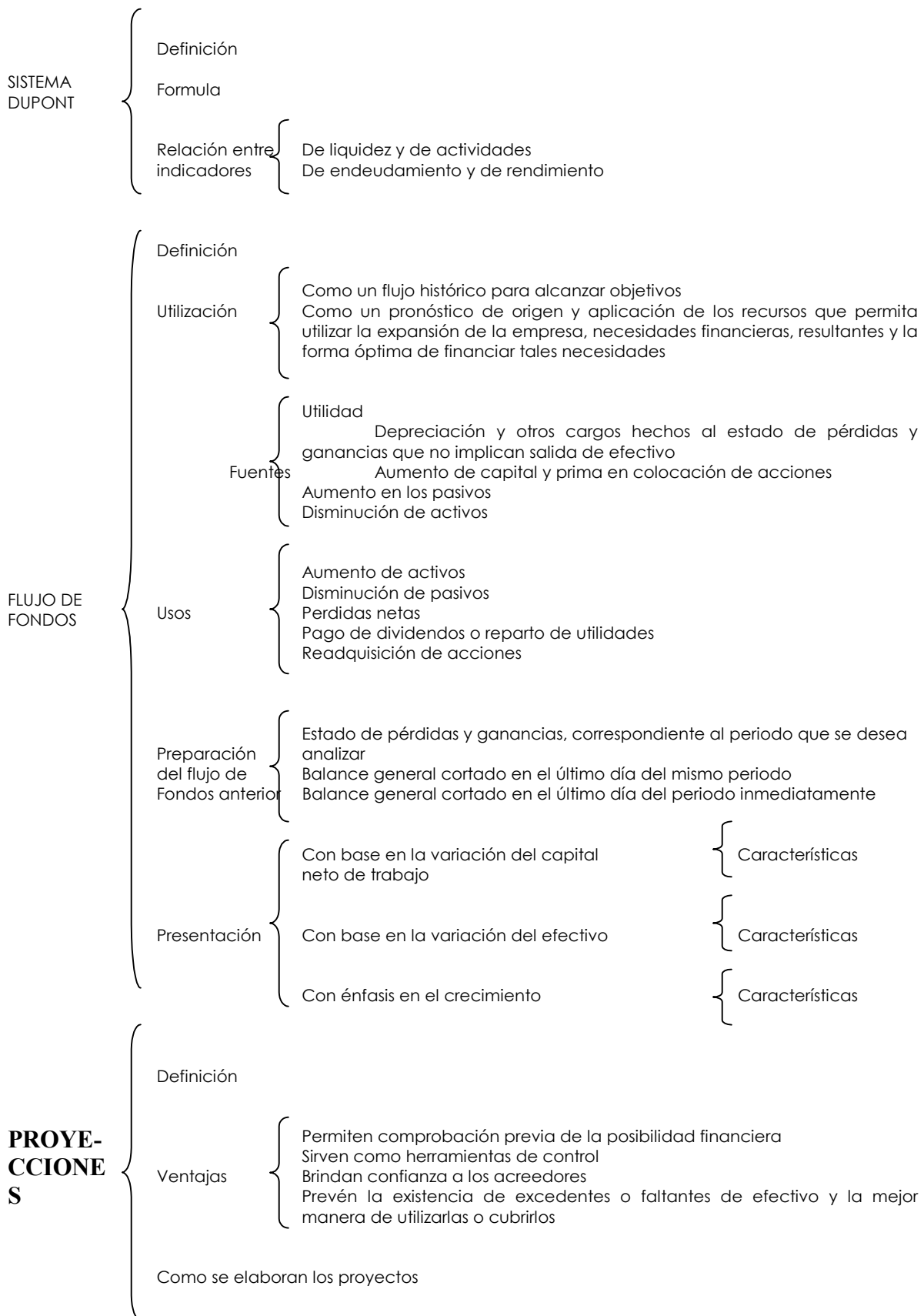
- Nivel de endeudamiento
- Concentración de endeudamiento en el corto plazo
- Número de veces que se gana el interés
- Leverage o Apalanca-
Miento
 - Leverage a largo plazo
 - Leverage financiero
 - Leverage total

De Actividad

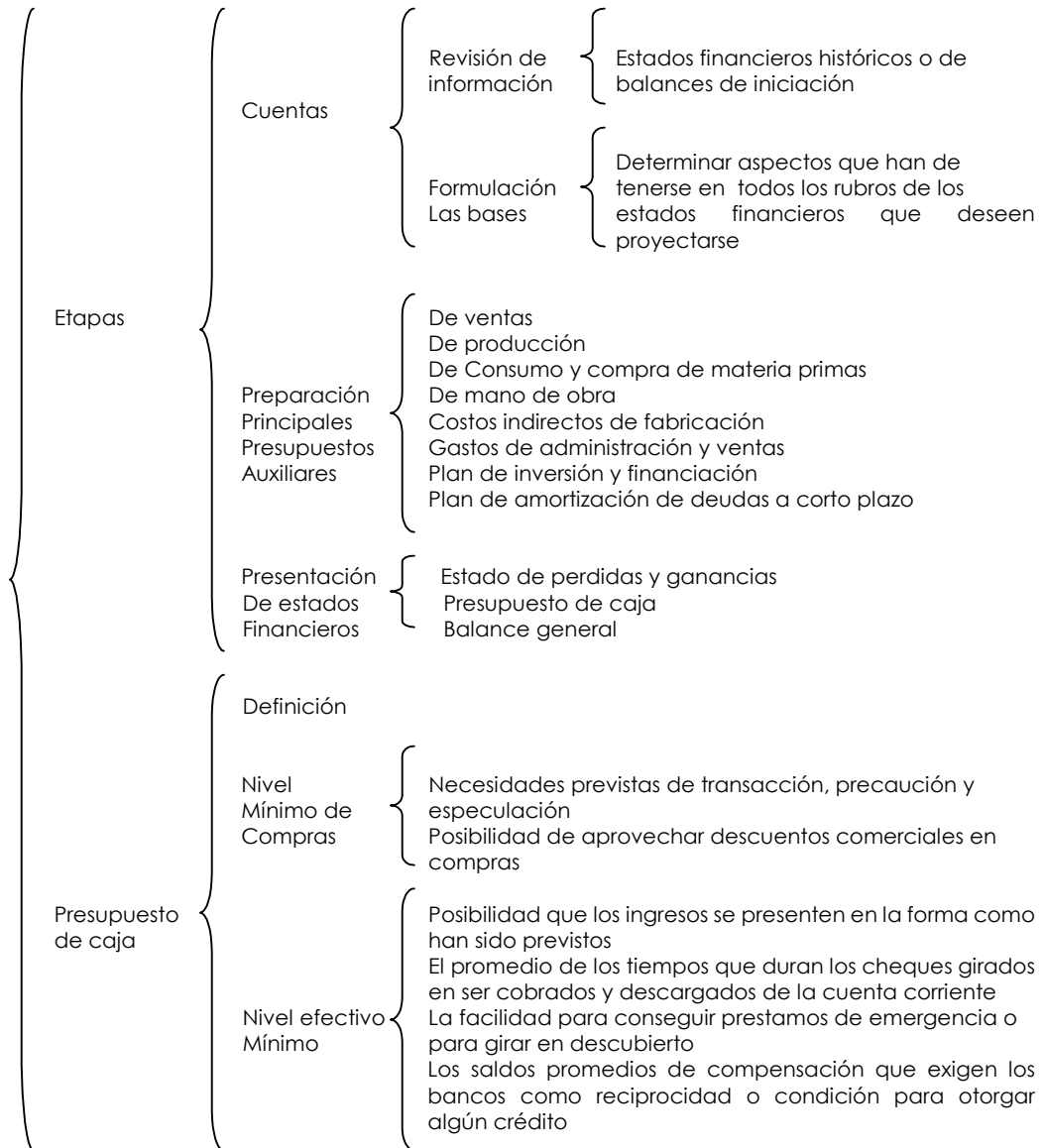
- Rotación de cartera
- Periodo de promedio de cobro (días)
- De empresas
Comerciales
 - Rotación inventario de mercancías
 - Días de inventarios a mano
- Rotación de
inventarios de
Empresas
Industriales
 - Rotación inventario de materias primas (veces)
 - Días de inventarios de materia prima a mano
 - Rotación de productos en proceso (veces)
 - Días de inventario de productos en proceso
 - Rotación de productos terminados (veces)
 - Días de inventarios de productos terminados
- Rotación de activos fijos (veces)
- Rotación de activos operacionales (veces)
- Rotación de activos (veces)

Rendimiento

- Margen bruto de utilidad
- Margen operacional de utilidad
- Margen neto de utilidad
- Margen del patrimonio
- Margen de activos totales



**PROY
E-
CCIO
MFC**



CAPITULO XI

GLOSARIO

DE ECONOMIA Y FINANZAS

Con el fin de conceptualizar los términos que se derivan de la estructura de árbol, se presenta un completo glosario, que tiene como finalidad hacer concordar término a término y unificar significados.

ECONOMÍA

1. LA ECONOMÍA Y SU RELACIÓN CON LA ADMINISTRACIÓN

1.1. HECHOS ECONÓMICOS

1.1.1. DEFINICIÓN: Se relacionan con actividades que los hombres desarrollan, no aisladamente, sino como miembros de grupos humanos, lo cual nos autoriza a calificarlos de sociales... que los mismos hombres despliegan en sus esfuerzos para procurarse medios de satisfacción que no puede allegarse de manera gratuita. ¹³⁵²

1.1.2. PRODUCCIÓN: Indica la transformación de ciertos objetos por medio del trabajo y el resultado son productos o bienes que pueden consumirse. ¹³⁵³

1.1.3. CONSUMO: Es la utilización individual de los bienes producidos, aunque también se puede hablar de consumo de servicios. ¹³⁵⁴

¹³⁵² Méndez Morales, José Silvestre. Fundamentos de Economía. pág. 7

¹³⁵³ Ibid., pág. 7.

¹³⁵⁴ Ibid., pág. 7.

1.1.4. ACTOS ECONÓMICOS: Es cuando el hombre toma conciencia de sus necesidades y de cómo satisfacerlas, por lo tanto son actos consientes del hombre para satisfacer sus necesidades. ¹³⁵⁵

1.1.5. TIERRA: En su sentido más amplio, se refiere a los recursos naturales que intervienen en el proceso de producción: Tierra, agua, minerales, atmósfera, animales, etc. El pago o remuneración al factor tierra es la renta. ¹³⁵⁶

1.1.6. EL TRABAJO: Es la actividad humana (consiente) mediante la cual se transforma y adaptan los elementos de la naturaleza para satisfacer necesidades humanas, cuya remuneración es el salario. ¹³⁵⁷

1.1.7. EL CAPITAL: Son todos aquellos recursos económicos susceptibles de reproducirse y que ayudan a la producción (también se le llama inversión): Maquinaria, equipo, herramientas, instalaciones edificios, etc. ¹³⁵⁸

1.2. ACTIVIDADES ECONÓMICAS: El sistema económico puede ser explicado como el conjunto de actividades económicas que se agrupan en ramas productivas, las cuales en conjunto forman los sectores productivos. ¹³⁵⁹

¹³⁵⁵ Ibid., pág. 8.

¹³⁵⁶ Ibid., pág. 7.

¹³⁵⁷ Ibid., pág. 7.

¹³⁵⁸ Ibid., pág. 7.

¹³⁵⁹ Ibid., pág. 10.

1.3. DEFINICIÓN OBJETIVA O MARXISTA: La definición clásica de la corriente objetiva proviene de Federico Engels quien señala: La economía política es la ciencia que estudia las leyes que rigen la producción, la distribución la circulación y el consumo de los bienes materiales que satisfacen necesidades humanas. ¹³⁶⁰

1.4. DEFINICIONES

1.4.1. DEFINICIÓN SUBJETIVA O MARGINALISTA: La definición clásica de la orientación subjetivista es de Lionel Robbins , quien dice: "La economía es la ciencia que se encarga del estudio de la satisfacción de las necesidades humanas mediante bienes que siendo escasos tienen usos alternativos entre los cuales hay que optar". ¹³⁶¹

1.5. CATEGORÍAS ECONÓMICAS: Expresión teórica de las relaciones sociales y de producción que existe realmente entre los hombres. ¹³⁶²

2. CLASES DE CATEGORÍAS

2.1. PLUSVALÍA: Dado que ésta sólo ha existido durante el desarrollo del capitalismo. ¹³⁶³

¹³⁶⁰ Ibid., pág. 11.

¹³⁶¹ Ibid., pág. 11.

¹³⁶² Ibid., pág. 19.

2.2. FEUDALISMO: Que sólo existió durante parte del desarrollo de la sociedad “básicamente durante la edad media”.¹³⁶⁴

2.3. DINERO: Que apareció cuando las relaciones comerciales se volvieron más generales. no siempre ha existido el dinero.¹³⁶⁵

2.4. MERCADO: Cuando se desarrolló ampliamente el intercambio, hubo necesidad del surgimiento de una institución (el mercado) que favoreciera dichas relaciones de intercambio.¹³⁶⁶

2.5. TEORÍA ECONÓMICA: La teoría económica es el conjunto de principios o enunciados generales integrados en un cuerpo doctrinario, sistematizado que pretende explicar la realidad económica.¹³⁶⁷

2.6. CONCEPTOS ECONÓMICOS: Un concepto es una representación abreviada de una diversidad de hechos. Su propósito es simplificar el pensamiento resumido en un número de acontecimientos bajo un epígrafe general.¹³⁶⁸

¹³⁶³ Ibid., pág. 19.

¹³⁶⁴ Ibid., pág. 19.

¹³⁶⁵ Ibid., pág. 19.

¹³⁶⁶ Ibid., pág. 19.

¹³⁶⁷ Ibid., pág. 17.

¹³⁶⁸ Ibid., pág. 18.

3. LEYES ECONÓMICAS

3.1. DEFINICIÓN: Leyes que rigen la producción, la distribución, el cambio y el consumo de los bienes materiales en los diferentes estados de desarrollo de la sociedad humana. Expresan los nexos y relaciones más esenciales estables, causalmente condicionados entre los fenómenos y los procesos de la vida económica de la sociedad. ¹³⁶⁹

3.2. TIPOS

3.2.1. CONSISTENCIA LÓGICA INTERNA: Se refiere a que las conclusiones se deriven de las premisas y supuestos establecidos. ¹³⁷⁰

3.2.2. CONSISTENCIA LÓGICA EXTERNA: Es que las conclusiones de la ley sean confrontadas con la propia realidad para que tengan validez científica. ¹³⁷¹

3.2.3. LA PERTINENCIA: Se refiere a que la ley económica tenga relevancia; es decir que ayude a resolver los principales problemas de los seres humanos. ¹³⁷²

3.2.4. PREDICCIÓN: De fenómenos económicos es muy importante, ya que nos permite eliminar todos aquellos problemas que en el futuro tienden a crear

¹³⁶⁹ Ibid., pág. 20.

¹³⁷⁰ Ibid., pág. 20.

¹³⁷¹ Ibid., pág. 20.

¹³⁷² Ibid., pág. 20.

obstáculos para el mejoramiento de las condiciones de vida de los seres humanos. ¹³⁷³

4. RAMAS DE LA ECONOMÍA

4.1. ECONOMÍA AGRÍCOLA: Todos los aspectos económicos relacionados con las actividades agrícolas: producción, comercialización, precios, etc. ¹³⁷⁴

4.2. ECONOMÍA INDUSTRIAL: Abarca desde la teoría de la localización industrial /(establecimiento de plantas productoras) hasta la producción y comercialización de productos industriales. ¹³⁷⁵

4.3. ECONOMÍA NACIONAL: Es el estudio de los agregados macroeconómicos. También se le llama cuentas nacionales o contabilidad nacional y abarca los aspectos de producción nacional, ingreso nacional, cuentas de capital, cuadro de insumo producto, etc. ¹³⁷⁶

4.4. ECONOMÍA INTERNACIONAL: Comprende todas las transacciones económicas que realiza un país con el exterior. Algunos aspectos que estudia son: Balanza de pagos, comercio externo, transferencia tecnológica, fuentes de

¹³⁷³ Ibid., pág. 20.

¹³⁷⁴ Ibid., pág. 21.

¹³⁷⁵ Ibid., pág. 21.

¹³⁷⁶ Ibid., pág. 22.

financiamiento externo, participación en organismos económicos internacionales, etc.¹³⁷⁷

4.5. ECONOMÍA SOCIAL: Trata fenómenos económicos que tienen incidencia en el bienestar social; por ejemplo, consecuencias ecológicas de la producción, aspectos económicos de la educación, la vivienda, etc.¹³⁷⁸

5. LOS SISTEMAS HISTÓRICOS DE ORGANIZACIÓN ECONÓMICA Y LAS CORRIENTES DE PENSAMIENTO ECONÓMICO

5.1. MODO ASIÁTICO DE PRODUCCIÓN: "...EL modo de producción asiático no se confunde con la comunidad primitiva, puesto que su funcionamiento implica y desarrolla la explotación del hombre por el hombre, la formación de una clase dominante, y aparece más bien como una forma de evolución y de disolución de las comunidades primitivas ligadas a nuevas formas de producción como la agricultura sedentaria, la intensificación de la ganadería, y el uso de metales, etc."¹³⁷⁹

¹³⁷⁷ Ibid., pág. 22.

¹³⁷⁸ Ibid., pág. 22.

¹³⁷⁹ Ibid., pág. 37.

5.2. FEUDALISMO: "El feudalismo es el régimen característico de la edad media Europea. Su importancia radica en que constituye la forma de la que nacerá el sistema predominante hoy en la mayor parte del mundo, el capitalista....".¹³⁸⁰

5.3. SOCIALISMO: Es el modo de producción que se desarrollo en el siglo XX como consecuencia del rompimiento de las relaciones sociales capitalistas.¹³⁸¹

6. TEORÍA DEL VALOR

6.1. TEORÍA OBJETIVA DEL VALOR: Pretende explicar históricamente el concepto del valor, es decir, explicar que es y como funciona el valor en una sociedad históricamente determinada, esta sociedad es la capitalista.¹³⁸²

6.2. COMPONENTES DEL VALOR

6.2.1. CAPITAL CONSTANTE: Es la parte del capital que se incorpora a las mercancías bajo la forma de medios de producción. El capital constante se forma principalmente de instalaciones, edificios, maquinaria, herramientas, materias primas, combustibles, etc.¹³⁸³

¹³⁸⁰ Ibid., pág. 40.

¹³⁸¹ Ibid., pág. 46.

¹³⁸² Ibid., pág. 78.

¹³⁸³ Ibid., pág. 87.

6.2.2. CAPITAL VARIABLE: Es la parte del capital que el capitalista invierte al comprar fuerza de trabajo; es decir, el capital variable representa el salario de los obreros. ¹³⁸⁴

6.2.3. PLUSVALÍA: Es el valor creado por el obrero en el tiempo de trabajo excedente del cual se apropia el capitalista por ser el dueño de los medios de producción. ¹³⁸⁵

6.3. TEORÍA SUBJETIVA DEL VALOR

6.3.1. CALIDAD: Son los rasgos específicos de cada necesidad que la hacen diferente de los demás. ¹³⁸⁶

6.3.2. CANTIDAD: Es la expresión cuantitativa del desequilibrio que la genera y se puede medir por la cantidad de satisfacción o también por el tiempo de uso. ¹³⁸⁷

6.3.3. INTENSIDAD: Es la fuerza con que siente la necesidad independientemente de la calidad o cantidad. ¹³⁸⁸

¹³⁸⁴ Ibid., pág. 88.

¹³⁸⁵ Ibid., pág. 88.

¹³⁸⁶ Ibid., pág. 100.

¹³⁸⁷ Ibid., pág. 100.

¹³⁸⁸ Ibid., pág. 100.

6.3.4. BIENES Son objetos materiales que por sus características tienen la capacidad de satisfacer necesidades humanas, por ejemplo: mesas, jabones, etc. ¹³⁸⁹

7. CLASIFICACIÓN DE LOS BIENES

7.1. CLASIFICACIÓN SUBJETIVA

7.1.1. BIENES ECONÓMICOS: Son aquellos que no se encuentran en abundancia, que es difícil obtener por su escasez y, por lo tanto, son objeto de estudio de la economía, ya que para obtenerlos se realizan actos económicos.

¹³⁹⁰

7.1.2. BIENES DE ACUERDO A SU NATURALEZA

7.1.2.1. BIENES NATURALES: Son aquellos que se obtienen directamente de la naturaleza sin ninguna intervención humana. Ejemplo: bosques, tierra, ríos, mares, etc. ¹³⁹¹

7.1.2.2. BIENES HUMANOS: Éstos son los hombres mismos y sus cualidades o facultades que los hacen aptos para satisfacer necesidades. ¹³⁹²

¹³⁸⁹ Ibid., pág. 102.

¹³⁹⁰ Ibid., pág. 103.

¹³⁹¹ Ibid., pág. 103.

7.1.2.3. BIENES MIXTOS: Son todos aquellos que se obtienen de la naturaleza mediante alguna transformación o adaptación que los hombres hacen. Ejemplos: productos agrícolas, productos minerales, etc. ¹³⁹³

7.1.3. DE ACUERDO A SU FUNCIÓN

7.1.3.1. BIENES PRESATISFACIENTES: Son todos aquellos que no satisfacen necesidades vitales, sino que sirven para producir otros bienes; también se les llama insumos o materias primas. ¹³⁹⁴

7.1.3.2. BIENES SATISFACIENTES: Son todos aquellos que satisfacen necesidades finales; entre ellos figuran los bienes de consumo final y los de capital. También se les llaman bienes de consumo final. Ejemplo: pan, coches, muebles, ropa, etc. ¹³⁹⁵

8. TEORÍA DEL VALOR UTILIDAD

¹³⁹² Ibid., pág. 103.

¹³⁹³ Ibid., pág. 103.

¹³⁹⁴ Ibid., pág. 103.

¹³⁹⁵ Ibid., pág. 103.

8.1. UTILIDAD: Para los subjetivistas es precisamente la capacidad que tienen los bienes para satisfacer necesidades humanas. La utilidad es un concepto general que se aplica a cualquier bien que satisfaga necesidades. ¹³⁹⁶

8.2. UTILIDAD TOTAL: Es la satisfacción total que obtiene un individuo por la posesión o consumo de un bien. ¹³⁹⁷

8.3. UTILIDAD MARGINAL: Es un aumento de la utilidad total provocado por un incremento de una unidad consumida, poseída o producida. ¹³⁹⁸

8.4. EL MERCADO: Grupo de personas más o menos organizado en constante comunicación para realizar transacciones comerciales. También es la relación que existe entre oferentes y demandantes de bienes y servicios. ¹³⁹⁹

9. DEMANDA Y OFERTA

9.1. DEMANDA: Es la cantidad de mercancías que pueden ser compradas a los diferentes precios por un individuo o por un conjunto de individuos de una sociedad. ¹⁴⁰⁰

¹³⁹⁶ Ibid., pág. 104.

¹³⁹⁷ Ibid., pág. 106.

¹³⁹⁸ Ibid., pág. 106.

¹³⁹⁹ Ibid., pág. 123.

¹⁴⁰⁰ Ibid., pág. 127.

9.2. LEY DE LA DEMANDA: Siempre y cuando las condiciones no varíen (ingreso de los consumidores, gustos, precios de los bienes complementarios y sustitutos, distribución del ingreso, etc), la cantidad que se depende de un bien en el mercado varía en relación inversa de su precio. ¹⁴⁰¹

9.3. ELASTICIDAD DE LA DEMANDA: “El concepto de elasticidad precio de la demanda fue desarrollado por Alfred Marshall con el fin de estimular la sensibilidad que muestra la cantidad que se toma ante los pequeños cambios registrados por el precio. Se puede definir como la medida o cambio porcentual en la cantidad demandada cuando varía el precio. ¹⁴⁰²

9.4. LEY DE LA OFERTA: Siempre y cuando las condiciones no varíen (costo de producción y nivel tecnológico), la cantidad que se ofrezca de un bien en el mercado varía en relación directa de su precio. ¹⁴⁰³

10. COSTOS

10.1. COSTOS FIJOS: Son aquellos que no cambian aunque cambien los volúmenes de producción. ¹⁴⁰⁴

10.2. COSTOS VARIABLES: Los costos variables son aquellos que cambian cuando hay diferentes volúmenes de producción. El costo variable de la

¹⁴⁰¹ Ibid., pág. 128.

¹⁴⁰² Ibid., pág. 131.

¹⁴⁰³ Ibid., pág. 136.

¹⁴⁰⁴ Ibid., pág. 137.

empresa es la suma de los costos de los factores variables como son las materias primas y el trabajo. ¹⁴⁰⁵

10.3. COSTO TOTAL: El costo total es la suma de los costos fijos y los costos variables. ¹⁴⁰⁶

10.4. COSTO FIJO MEDIO: El costo fijo medio de la producción es igual al costo fijo total dividido entre el número de unidades producidas (UP). ¹⁴⁰⁷

10.5. COSTO VARIABLE MEDIO: El costo variable medio es igual al costo variable total dividido entre el número de unidades producidas (UP). ¹⁴⁰⁸

10.6. COSTO TOTAL MEDIO: El costo total medio de la producción es igual al costo total dividido entre el número de unidades producidas (UP). También se puede expresar como la suma del costo fijo medio y del costo variable medio. ¹⁴⁰⁹

10.7. COSTO MARGINAL: El costo marginal es lo que cuesta al oferente producir una unidad más del producto. ¹⁴¹⁰

¹⁴⁰⁵ Ibid., pág. 137.

¹⁴⁰⁶ Ibid., pág. 137.

¹⁴⁰⁷ Ibid., pág. 137.

¹⁴⁰⁸ Ibid., pág. 137.

¹⁴⁰⁹ Ibid., pág. 137.

¹⁴¹⁰ Ibid., pág. 138.

10.8. ELASTICIDAD DE LA OFERTA: Se puede definir como la medida o el cambio porcentual en la cantidad ofrecida cuando ocurre una variación en el precio, medida en porcentaje. La elasticidad de la oferta se obtiene dividiendo el incremento porcentual de la cantidad ofrecida entre el incremento porcentual del precio. ¹⁴¹¹

11.TIPOS DE MERCADOS

11.1. COMPETENCIA PERFECTA: El mercado de competencia perfecta es aquel en que existe un gran número de compradores y vendedores de una mercancía; se ofrecen productos similares (producto tipificado); existe libertad absoluta para los compradores y vendedores y no hay control sobre los precios ni reglamento para fijarlos. Por ello el precio de equilibrio se da cuando la cantidad ofrecida es igual a la cantidad demandada. ¹⁴¹²

11.2. MONOPOLIO: Un solo productor tiene el control absoluto del mercado, de hecho el monopolio puro es la negación absoluta de la competencia. ¹⁴¹³

11.3. COMPETENCIA MONOPOLÍSTICA: Existen algunas empresas que pueden hacer que los consumidores prefieran sus productos a los producidos por la competencia. La competencia monopolística existe cuando unas cuantas

¹⁴¹¹ Ibid., pág. 141.

¹⁴¹² Ibid., pág. 147.

¹⁴¹³ Ibid., pág. 151.

empresas, cuyas mercancías están diferenciadas controlan el mercado, de tal manera que alguna o algunas pueden inducir a los consumidores a que prefieran lo que ellas producen con base en dicha diferenciación de productos (que puede ser más aparente que real).¹⁴¹⁴

11.4. OLIGOPOLIO PERFECTO: Existen cuando los oligopolistas producen buenos sustitutos de mercancías de los otros oligopolios.¹⁴¹⁵

12. TEORÍA DE LA DISTRIBUCIÓN

12.1. SALARIO: Es la remuneración al factor trabajo. Es una categoría histórica porque se da en un periodo históricamente determinado: El capitalismo. El salario es el pago de la mano de obra o el pago por el uso de la mano de obra ajena. Es la remuneración a la mano de obra asalariada, es la expresión monetaria del valor de la fuerza de trabajo o bien es la remuneración de la fuerza de trabajo.¹⁴¹⁶

12.2. CLASIFICACIÓN

¹⁴¹⁴ Ibid., pág. 151.

¹⁴¹⁵ Ibid., pág. 156.

¹⁴¹⁶ Ibid., pág. 167.

12.2.1. SALARIO INDIVIDUAL: Son los ingresos que percibe una persona por el alquiler o venta de su fuerza de trabajo, por ejemplo, el salario de un obrero. ¹⁴¹⁷

12.2.2. SALARIO TOTAL: Es el conjunto de los ingresos de todos los asalariados de un país en un periodo determinado. Es la suma de los salarios de un país. ¹⁴¹⁸

12.2.3. SALARIO NOMINAL: Es la cantidad de salario que recibe el trabajador por su fuerza de trabajo, es "... La expresión monetaria del precio del trabajo". ¹⁴¹⁹

12.2.4. SALARIO REAL: Cantidad de mercancías y servicios que realmente se pueden obtener con la cantidad de dinero que se recibe. Es la relación que existe entre salario nominal y precios de las mercancías que el trabajador consume. ¹⁴²⁰

12.2.5. SALARIO BÁSICO: Es la cantidad de dinero que recibe el trabajador por su trabajo y que se encuentra especificada en un tabulador. No incluye sobre sueldos, prestaciones, horas extras, ni otras remuneraciones. ¹⁴²¹

12.2.6. SALARIO MINIMO: Es el de menor cantidad que la ley permite pagar a un trabajador. Representa el costo de producción de fuerza de trabajo simple y se integra por los gastos de existencia y reproducción del obrero y su familia. ¹⁴²²

¹⁴¹⁷ Ibid., pág. 169.

¹⁴¹⁸ Ibid., pág. 169.

¹⁴¹⁹ Ibid., pág. 169.

¹⁴²⁰ Ibid., pág. 169.

¹⁴²¹ Ibid., pág. 169.

¹⁴²² Ibid., pág. 169.

12.2.7. SALARIO POR TIEMPO: Es aquel que se calcula sobre la base de unidades de tiempo; por ejemplo; salario diario, semanal, etc. ¹⁴²³

12.2.8. SALARIO A DESTAJO: Es aquel que se calcula sobre la base de unidades producidas; por ejemplo: 3 sacos cortados, 2 camisas cosidas. Etc. ¹⁴²⁴

12.2.9. SALARIO POR OBRA DETERMINADA: Es aquel que se calcula sobre la base de la terminación de un trabajo específico, por ejemplo: afinación de un coche, tapizado de una sala, Etc. ¹⁴²⁵

12.2.10. SALARIO RELATIVO: Es la producción que recibe el trabajador directo por su trabajo en comparación con la parte que recibe el capitalista y que acumula por su capital. ¹⁴²⁶

12.2.11.SALARIO MÁXIMO: En algunas empresas se acostumbra fijar el tabulador que contempla salarios mínimos y máximos, el salario máximo es el que puede obtener un trabajador como tope y en esa organización no podrá ganar más.

¹⁴²⁷

12.2.12. SALARIO PROMEDIO: Es el conjunto de los ingresos de todos los asalariados dividido entre el número de trabajadores. ¹⁴²⁸

¹⁴²³ Ibid., pág. 169.

¹⁴²⁴ Ibid., pág. 169.

¹⁴²⁵ Ibid., pág. 169.

¹⁴²⁶ Ibid., pág. 169.

¹⁴²⁷ Ibid., pág. 169.

¹⁴²⁸ Ibid., pág. 169.

12.2.13. SALARIO CONTRACTUAL: Es el que esta determinado en el contrato colectivo de trabajo. ¹⁴²⁹

13. TEORÍAS DEL SALARIO

13.1. TEORÍA OBJETIVA DEL SALARIO: La parte objetiva del salario parte de la teoría objetiva del valor afirmando que el trabajo socialmente necesario de toda la población económicamente activa de la sociedad, crea el producto social y esto es lo que se reparte entre las distintas clases sociales. ¹⁴³⁰

13.2. TEORÍA SUBJETIVA: También llamada marginalista sostiene que el salario es la remuneración del factor trabajo. Parte de los supuestos de la teoría subjetiva del valor y de la productividad decreciente de los factores. ¹⁴³¹

14. EL CAPITAL: En términos generales se puede decir que el capital es todo lo que hace posible la producción. Es el conjunto de los medios de producción. ¹⁴³²

15. LA GANANCIA: Es el ingreso excedente que recibe el capitalista por su inversión de capital.¹⁴³³

¹⁴²⁹ Ibid., pág. 169.

¹⁴³⁰ Ibid., pág. 172.

¹⁴³¹ Ibid., pág. 173.

¹⁴³² Ibid., pág. 175.

¹⁴³³ Ibid., pág. 184.

16. INVERSIÓN: La compra de medios de producción y fuerza de trabajo; contribuye a la formación y acumulación de capital. ¹⁴³⁴

17. TIPOS DE EXCEDENTE

17.1. EXCEDENTE ECONÓMICO POTENCIAL: Es la diferencia entre la producción que podría obtenerse en un ambiente técnico y natural dado con la ayuda de los recursos productivos utilizables, y lo que pudiera considerarse como consumo esencial. ¹⁴³⁵

17.2. EXCEDENTE ECONÓMICO PLANIFICADO: Es la diferencia entre el producto óptimo que puede obtener la sociedad en un ambiente natural y técnico históricamente dado y en condiciones de una utilización planeada 'óptima' de todos los recursos productivos disponibles, y el volumen óptimo de consumo que se elige. ¹⁴³⁶

¹⁴³⁴ Ibid., pág. 189.

¹⁴³⁵ Ibid., pág. 190.

¹⁴³⁶ Ibid., pág. 191.

18. EL INTERÉS

18.1. DEFINICIÓN: Es otra categoría de la distribución que corresponde al capital en su forma monetaria, es el precio pagado por el uso de fondos tomados a préstamo. Estos fondos pueden emplearse en compra de artículos o como capital en el proceso de la producción. ¹⁴³⁷

18.2. CLASIFICACIÓN

18.2.1. INTERÉS A CORTO PLAZO: Es el que se recibe por un crédito que no excede de un año, aunque puede ser de menor tiempo. ¹⁴³⁸

18.2.2. INTERÉS A LARGO PLAZO: Es el que se recibe por créditos de un año, los créditos a largo plazo se llaman créditos de capital y funcionan en el mercado de capitales. ¹⁴³⁹

18.2.3. INTERÉS NOMINAL: Es el que se dice que se cobra por determinado crédito. El tipo de interés nominal es del 10%. ¹⁴⁴⁰

18.2.4. INTERÉS EFECTIVO: Es el que realmente se cobra. Por ejemplo, aunque se nos diga que el tipo de interés es del 10%, si se nos exige pagar una comisión

¹⁴³⁷ Ibid., pág. 191.

¹⁴³⁸ Ibid., pág. 193.

¹⁴³⁹ Ibid., pág. 193.

¹⁴⁴⁰ Ibid., pág. 193.

dejar un depósito, etc, entonces el tipo de interés efectivo es mayor al nominal.

1441

18.2.5. INTERÉS CORRIENTE: Se establece en la sociedad en un momento dado como promedio se conoce como interés del mercado y sirve para normar los criterios de las personas o instituciones que van a hacer uso del crédito. ¹⁴⁴²

18.2.6. INTERÉS SIMPLE: Es el que se cobra por el uso del capital en un periodo determinado, es directamente proporcional al capital y al tiempo que dura el préstamo. Los intereses producidos no se acumulan sino que se cobra en cada periodo convenido. ¹⁴⁴³

19. EL EQUILIBRIO GENERAL DE LA ECONOMÍA Y EL CICLO ECONÓMICO

19.1. CLASES DEL CICLO

19.1.1. RECESIÓN: En la recesión hay un retroceso relativo de toda la actividad económica en general. Las actividades económicas: Producción, comercio, banca, disminuyen en forma notable. ¹⁴⁴⁴

¹⁴⁴¹ Ibid., pág. 193.

¹⁴⁴² Ibid., pág. 194.

¹⁴⁴³ Ibid., pág. 194.

¹⁴⁴⁴ Ibid., pág. 289.

19.1.2. DEPRESIÓN: En la fase depresiva hay periodos de estancamiento donde prácticamente se detiene el proceso de producción, constituye una verdadera caída, un hundimiento general de la economía. ¹⁴⁴⁵

19.1.3. RECUPERACIÓN: Es la fase del ciclo económico que se caracteriza por una reanimación de todas las actividades económicas. Aumentan el empleo, la producción, la inversión, las ventas, etc. ¹⁴⁴⁶

19.1.4. AUGE: Es la fase del ciclo económico donde toda la actividad económica se encuentra en un periodo de prosperidad y apogeo, representa todo lo contrario de la depresión, dónde hay una decadencia absoluta de la actividad económica. ¹⁴⁴⁷

¹⁴⁴⁵ Ibid., pág. 289.

¹⁴⁴⁶ Ibid., pág. 1289.

¹⁴⁴⁷ Ibid., pág. 290.

20. TIPOS DE CICLO

20.1. CICLO KONDRATIEFF: Se llama así en honor a Kondratieff, que fue el primer investigador que hizo un estudio científico de ellos. Tienen una duración aproximada de 60 años.¹⁴⁴⁸

20.2. CICLO JUGLARES O MEDIANOS: Ciclos que tiene una duración aproximada de 15-17 años. Algunos de estos ciclos sólo tienen una duración de 10 años.¹⁴⁴⁹

20.3. CICLO KIPCHY O PEQUEÑOS: Ciclos que tienen una duración aproximada de 40 meses; es decir un poco más de 3 años.¹⁴⁵⁰

¹⁴⁴⁸ Ibid., pág. 290.

¹⁴⁴⁹ Ibid., pág. 290.

¹⁴⁵⁰ Ibid., pág. 290.

CONTABILIDAD DE GERENCIA

1. NOCIONES PRELIMINARES

1.1. CLASES

1.1.1. CONTABILIDAD FINANCIERA: Es el proceso que culmina con la elaboración de los estados financieros relacionados con la empresa completa para uso de personas interesadas tanto internas como externas¹⁴⁵¹. Otra definición es: La disciplina que enseña las normas y los procedimientos para ordenar, analizar y registrar las operaciones practicadas por las unidades económicas constituidas por un solo individuo o bajo la forma de sociedades civiles o mercantiles (bancos, industrias, comercios e instituciones de beneficencia entre otras).¹⁴⁵²

1.1.2. CONTABILIDAD ADMINISTRATIVA: Es el proceso de identificación, medición, acumulación, análisis, elaboración, interpretación y comunicación de la información financiera que usa internamente la gerencia para planear, evaluar y controlar los recursos de una organización y asegurar el uso y registro apropiado de dichos recursos.¹⁴⁵³

1.2. CONTABILIDAD SEGÚN LA FORMA DE HACER LOS REGISTRO

¹⁴⁵¹ Kieso, Donal E. Y Weygandt, Jerry J. Contabilidad Intermedia. pág. 5.

¹⁴⁵² Lara Flores, Elias. Primer Curso de Contabilidad. pág. 9.

¹⁴⁵³ Kieso Y Weygandt. Op. cit., pág. 5.

1.2.1. CONTABILIDAD DE BASE ACUMULATIVA: Es aquella que reconoce los ingresos cuando se ganan y los gastos cuando se incurren en ellos, independientemente de la fecha en que se reciba o pague el efectivo.

1.2.2. BASE DE EFECTIVO ESTRUCTA: En está, sólo se registra el ingreso cuando se recibe el efectivo y sólo se registran los gastos cuando se paga el efectivo. Sobre la base de efectivo, la determinación del ingreso se hace al percibir el efectivo o pagar los gastos.¹⁴⁵⁴

1.3. FINES FUNDAMENTALES

- Establecer un control riguroso sobre cada uno de los recursos y las obligaciones del negocio.
- Registrar, en forma clara y precisa, todas las operaciones efectuadas por la empresa durante el ejercicio fiscal.
- Proporcionar una imagen clara y verídica de la situación financiera que guarda el negocio.
- Prever con bastante anticipación el futuro de una empresa.
- Servir como comprobante y fuente de información, ante terceras personas, de todos aquellos actos de carácter jurídico en que la contabilidad puede tener fuerza probatoria conforme a lo establecido por la ley.¹⁴⁵⁵

1.4. PRINCIPIOS: Existen unos principios contables básicos, generalmente aceptados, los cuales abarcan convenciones, normas y procedimientos necesarios para delimitar las prácticas contables desarrolladas con base en la experiencia, el criterio y la costumbre, los más importantes son los siguientes:

¹⁴⁵⁴ Ibid., pág. 101.

¹⁴⁵⁵ Lara. Op. cit., pág. 9.

- Los datos contables deben registrarse en términos de dinero, pero es conveniente presentar información adicional que ilustre los efectos de la inflación en los estados financieros.
- Toda transacción debe ser contabilizada por partida doble.
- La empresa es una entidad distinta de sus dueños.
- Se suponen las operaciones de un negocio en marcha.
- Se debe repartir del supuesto que los estados financieros son consistentes.
- Los ingresos se reconocen cuando el proceso de devengar está cumplido o virtualmente cumplido y se ha efectuado un intercambio económico.
- Los ingresos y los gastos deben ser razonablemente equilibrados
- Las partidas del Balance General están valuadas al costo
- Se prefiere que los errores por medida tiendan a subestimar las utilidades y activos netos.

1.5. LIMITACIONES: Las principales limitaciones que tienen los estados financieros son los siguientes:

- Son informes provisionales.
- Representan el trabajo de varias partes de la empresa, con diferentes intereses y adicionalmente, incluyen el criterio personal en la evaluación y presentación de los rubros.
- La contabilización de activos y pasivos no considera los efectos de una economía inflacionaria.
- Los estados financieros se preparan para grupos muy diferentes entre sí. Esto implica necesariamente ciertas restricciones y ajustes en su presentación.

Los estados financieros no muestran ciertos factores, que, aunque afectan la situación financiera y los resultados de las operaciones, no pueden expresarse monetariamente.¹⁴⁵⁶

1.6. EL CONTADOR: Es el profesional capaz de estructurar el sistema de procesamiento de operaciones más adecuado que proporcione la información confiable para tomar a tiempo las decisiones más acertadas.

1.6.1. FUNCIONES MAS IMPORTANTES:

- Implantar el sistema contable más conveniente para la empresa.
- Establecer el procedimiento óptimo de registro de operaciones efectuadas por la empresa.
- Verificar la exactitud de las operaciones registradas en libros y registro auxiliares.
- Vigilar el cumplimiento de las obligaciones fiscales.
- Elaborar e interpretar los estados financieros.
- Proporcionar a la dirección, información confiable y oportuna para la toma de decisiones en el curso diario.¹⁴⁵⁷

2. CUENTAS

2.1. DEFINICIÓN: Es el registro donde se controlan ordenadamente las variaciones que producen las operaciones realizadas en los diferentes conceptos de Activo, Pasivo y de Capital.

¹⁴⁵⁶ Amaya Ortiz, Hector. Análisis financiero Aplicado. pág. 86.

¹⁴⁵⁷ Lara. Op. cit., pág. 9.

2.2. NOMBRE DE LA CUENTA: El nombre que se asigne a la cuenta debe dar una idea clara y precisa del valor o concepto que controla.¹⁴⁵⁸

2.3. MOVIMIENTOS Y SALDOS: Para explicar los movimientos y saldos, representamos la cuenta por medio del siguiente esquema de cuenta o esquema de mayor.



2.3.1. MOVIMIENTO DEUDOR: Se llama a la suma de los cargos de una cuenta.

2.3.2. MOVIMIENTO ACREEDOR: Se llama a la suma de los abonos de una cuenta.

2.3.3. SALDO: El saldo es la diferencia entre el movimiento deudor y el acreedor, la cuenta también puede ser saldada cuando sus movimientos son iguales.¹⁴⁵⁹

Se debe tener en cuenta los siguientes principios en las variaciones de las cuentas:

- Toda cuenta de Activo debe empezar con un cargo, es decir, con una anotación al debe. Los aumentos del Activo se carga y las disminuciones se abonan.

¹⁴⁵⁸ Ibid., pág. 77.

¹⁴⁵⁹ Ibid., pág. 79.

- Toda cuenta de Pasivo debe comenzar con un abono, es decir, con una anotación en el haber. Los aumentos del Pasivo se abonan y las disminuciones se cargan.
- La cuenta de Capital debe empezar con un abono, es decir, con una anotación en el haber. Los aumentos del Capital se abonan y las disminuciones se cargan.¹⁴⁶⁰

2.4. PARTIDA DOBLE: Consiste en registrar, por medio de cargos y abonos, los efectos que producen las operaciones en los diferentes elementos del balance, de tal manera que siempre subsista la igualdad entre el Activo y la suma del Pasivo con el capital.¹⁴⁶¹

2.5. BALANZA DE COMPROBACIÓN: Es un documento que se elabora con el objeto de comprobar si todos los cargos y abonos de los asientos del Diario han sido registrados en las cuentas del mayor, respetando la partida doble.¹⁴⁶²

2.6. CAPITAL

2.6.1. DEFINICIÓN: Se refiere al dinero o a los bienes, expresados en dinero, que posee una persona.

2.6.2. CLASES

¹⁴⁶⁰ Ibid., pág. 84.

¹⁴⁶¹ Ibid., pág. 94.

¹⁴⁶² Ibid., pág. 97.

2.6.2.1. ECONÓMICO: Es uno de los factores de la producción y esta representada por el conjunto de bienes necesarios para producir riqueza; por ejemplo, en el caso de un carpintero, sus herramientas de trabajo constituyen su Capital, porque sin ellas no pueden hacer productivo su trabajo.

2.6.2.2. FINANCIERO: Es el dinero que se invierte para que produzca una renta o un interés; por ejemplo cuando un inversionista adquiere acciones de determinada empresa para obtener utilidades el valor de sus acciones constituye su capital.

2.6.2.3. CONTABLE: es la diferencia aritmética entre el valor de todas las propiedades de la empresa y el total de sus deudas.

2.7. ACTIVO

2.7.1. DEFINICIÓN: Representa todos los bienes y derechos que son propiedad de la empresa.¹⁴⁶³

2.7.2. CLASIFICACIONES PRINCIPALES DE LAS CUENTAS

1. **ACTIVOS CIRCULANTES** : Este grupo está formado por todos los bienes y derechos del negocio que están en rotación o movimiento constante y

¹⁴⁶³ Ibid., pág. 13.

que tienen como principal característica la fácil conversión en dinero efectivo.¹⁴⁶⁴

2. CAJA: Representa el dinero en efectivo, es decir, billetes de banco, monedas, cheques y pagarés de tarjetas de crédito (vauchers) recibidos, giros bancarios, postales y telegráficos, entre otros.
3. BANCOS: Por bancos se entiende el valor de los depósitos a favor del negocio, hechos en instituciones bancarias. Esta cuenta aumenta cuando se depositan dinero o valores al cobro y disminuye cuando se expiden cheques.
4. MERCANCIAS: Es todo aquello que es objeto de compra o venta. la cuenta de Mercancías aumenta cuando se compran o se devuelven mercancías que son propiedad del comerciante.
5. CLIENTES: Son las personas que deben al negocio por haberles vendido mercancías a crédito y a quines se les exige alguna garantía especial documental.
6. CUENTAS POR COBRAR: Son los títulos a crédito a favor del negocio, tales como letras de cambio, pagares, entre otros¹⁴⁶⁵. Otra definición es: Son los créditos que se otorgan a los clientes y otros deudores por dinero, mercancías o servicios. Para la presentación de estados financieros, las

¹⁴⁶⁴ Ibid., pág. 24.

¹⁴⁶⁵ Ibid., pág. 15.

cuentas por cobrar y documentos por cobrar se clasifican a corto y largo plazo.¹⁴⁶⁶

7. DEUDORES DIVERSOS: Son las personas que deben al negocio por un concepto distinto al de venta de mercancías. Estas cuentas aumentan cada vez que a la empresa le deben por un concepto distinto de venta de mercancías como prestar dinero en efectivo, vender a crédito cualquier valor que no sea mercancía, etc. y disminuye cuando dichas personas hacen pagos a cuenta o en liquidación o devuelven los valores que estaban a su cargo.¹⁴⁶⁷

2.7.2.2. **ACTIVOS FIJOS:** Este grupo esta formado por los bienes y servicios de propiedad del negocio que tienen cierta permanencia o fijeza y se han adquirido con el propósito de usarlos y no de venderlos.¹⁴⁶⁸

- **TERRENOS:** Son los predios que pertenecen al comerciante. Es una cuenta de Activo porque representa el precio de costo de los terrenos que son propiedad de la empresa.

- **EDIFICIOS:** Está constituida por las casas de propiedad del comerciante. Edificios es una cuenta de Activo porque representa el precio de costo de los edificios que son propiedad de la empresa.

¹⁴⁶⁶ Kieso Donal E. Y Weygandt Jerry J. Contabilidad Intermedia. pág. 360

¹⁴⁶⁷ Lara. Op. cit., pág. 16.

¹⁴⁶⁸ Ibid., pág. 25.

- **MOBILIARIO Y EQUIPO:** Son los escritorios, las sillas, las mesas, los libreros, los mostradores, las básculas, las vitrinas, las máquinas de oficina, entre otros. Que representan el precio de costo de todos estos mobiliarios propiedad de la empresa.
- **EQUIPO DE COMPUTO:** Son las unidades centrales de proceso (CPU) , monitores, teclados, impresoras, drives, scanners, ploters, entre otros, que pertenece a la empresa.
- **EQUIPO DE ENTREGA O DE REPARTO:** Son todos los vehículos de transporte tales como camiones, camionetas, motocicletas, bicicletas, etc., que se usan en el reparto de las mercancías. Esta cuenta y las anteriores pertenecientes al Activo, tienen un movimiento muy semejante; aumenta cada vez que se compra uno de esos bienes y disminuyen cuando se venden o se dan de baja por inservibles.
- **DEPÓSITOS EN GARANTÍA:** Está constituida por los contratos mediante los cuales se amparan las cantidades que se dejan en guarda para garantizar valores o servicios que el negocio va a disfrutar. Esta cuenta aumenta cada vez que se deja en guarda dinero o valores y disminuye cuando se devuelve el importe de dichos depósitos por haber terminado el plazo del contrato o por la cancelación del mismo.¹⁴⁶⁹
- **ACCIONES Y VALORES:** Representa los intereses accionarios de los propietarios de una empresa, los cuales tienen derecho a las utilidades y valores de los

¹⁴⁶⁹ Ibid., pág. 16.

activos que quedan después de liquidar a todos los acreedores y a los accionistas comunes.¹⁴⁷⁰

2.7.2.3. ACTIVO DIFERIDO O CARGOS DIFERIDOS: Esta formado por todos aquellos gastos pagados por anticipado, por los que se tiene el derecho de recibir un servicio, ya sea en el ejercicio en curso o en ejercicios posteriores.¹⁴⁷¹

- GASTOS DE INSTALACIÓN: Son todos los gastos que se hacen para acondicionar el local a las necesidades del negocio, así como para darle al mismo cierta comodidad y presentación. La cuenta de Gastos de instalación aumenta por cada uno de los gastos que se hagan para acondicionar el local y disminuye por la parte proporcional que de dichos gastos se vaya amortizando por el uso o por el transcurso del tiempo.¹⁴⁷²
- PAPELERÍA Y ÚTILES: Esta constituida por toda la papelería y los útiles que se emplean en la empresa. Esta cuenta aumenta cada vez que se compran artículos de papelería y útiles de escritorio y disminuyen cada vez que se van gastando o utilizando, considerándose como una gasto.
- PROPAGANDA O PUBLICIDAD: Son los medios por los cuales se da conocer al pública determinada actividad, servicio o producto que el negocio proporciona, produce o vende.

¹⁴⁷⁰ Badillo Guillermo V. y Gaitán Martha. Modelo para el Análisis Financiero en la Pequeña y Mediana Empresa. pág. 93.

¹⁴⁷¹ Lara. Op. cit., pág. 25.

¹⁴⁷² Ibid., pág., 16.

- PRIMAS DE SEGUROS: Son los pagos que hace la empresa a las compañías aseguradoras, por las cuales adquiere el derecho de asegurar los bienes de su negocio contra incendios, riesgos y accidentes, robos y otros conceptos. Esta cuenta aumenta cada vez que se pague a las compañías aseguradoras y disminuye por la parte proporcional que de las primas pagadas se haya disfrutado del servicio.
- RENTAS PAGADAS POR ANTICIPADO: Se entiende por esta cuenta, el importe de una o varias rentas mensuales, semestrales o anuales; correspondientes al local que ocupa el negocio, que aun no estando vencidas se pagan anticipadamente.
- INTERESES PAGADOS POR ANTICIPADO: Son los intereses que se pagan antes de la fecha de vencimiento del crédito. Este caso se presenta en aquellos préstamos en los cuales los intereses se descuentan de la cantidad originalmente recibida.¹⁴⁷³

2.8. PASIVOS

2.8.1. DEFINICIÓN: Esta cuenta representa todas las deudas y obligaciones a cargo de la empresa.¹⁴⁷⁴

2.8.2. CRITERIOS DE CLASIFICACION

¹⁴⁷³ Ibid., pág. 17.

¹⁴⁷⁴ Ibid., pág. 13.

2.8.2.1. GRADO DE EXIGIBILIDAD: Es el menor o mayor plazo de que se dispone para liquidar una duda o una obligación.¹⁴⁷⁵

2.8.3. CLASIFICACION DE LAS PRINCIPALES CUENTAS

2.8.3.1. PASIVO CIRCULANTE O FLOTANTE: Son todas aquellas deudas y obligaciones cuyo vencimiento sea en plazo menor de un año, estas deudas tienen como característica que se encuentran en constante movimiento o rotación.¹⁴⁷⁶

- PROVEEDORES: Son las personas o casas comerciales a quienes se les debe haber comprado mercancías a crédito, sin darles ninguna garantía documental. Esta cuenta aumenta cada vez que se compran mercancías a crédito y disminuye cuando se paga total o parcialmente la cuenta., se devuelven mercancías al proveedor o se concede a la empresa alguna rebaja.
- DOCUMENTOS POR PAGAR: Son todos aquellos títulos de crédito a cargo del negocio, tales como letras de cambios, pagarés, etc. La cuenta de Documentos por pagar aumenta cuando se expiden letras de cambio o pagarés a cargo del negocio y disminuye cada vez que se pagan o se cancelan uno de estos documentos.

¹⁴⁷⁵ Ibid., pág. 26.

¹⁴⁷⁶ Ibid., pág. 26.

- **ACREEDORES DIVERSOS:** Son las personas a quienes se les debe por concepto distinto al de la compra de mercancías.¹⁴⁷⁷

2.8.3.2. **PASIVO FIJO O CONSOLIDADO:** Esta formado por las deudas y obligaciones con vencimiento mayor de un año, contando a partir de la fecha del balance.¹⁴⁷⁸

2.8.3.3. **PASIVO DIFERIDO O CREDITOS DIFERIDOS:** Este grupo lo forman todas aquellas cantidades cobradas anticipadamente, por las que se tienen la obligación de proporcionar un servicio, tanto en el mismo ejercicio como en los posteriores.¹⁴⁷⁹

- **INTERESES COBRADOS POR ANTICIPADO:** Son los intereses que aún no están vencidos y que se han cobrado anticipadamente. Esta cuenta aumenta cuando se cobran intereses por anticipado y disminuye por la parte proporcional de dichos intereses que se haya convertido en utilidad.
- **RENTAS COBRADAS POR ANTICIPADO:** Son el importe de una o varias rentas mensuales, semestrales o anuales, que aún no estando vencidas se hayan cobrado anticipadamente. La cuenta de Rentas cobradas por anticipada aumenta cada vez que se cobren rentas por anticipado y disminuye por la

¹⁴⁷⁷ Ibid., pág. 18.

¹⁴⁷⁸ Ibid., pág. 26.

¹⁴⁷⁹ Ibid., pág. 26.

parte proporcional que de dichas cuentas se haya disminuido conforme el transcurso del tiempo.¹⁴⁸⁰

3. ESTADOS FINANCIEROS

3.1. BALANCE GENERAL

3.1.1. DEFINICION: Es el documento contable que presenta la situación financiera de un negocio en una fecha determinada, debido a que muestra clara y detalladamente el valor de cada una de las propiedades y obligaciones, así como el valor del capital¹⁴⁸¹. El balance general o también llamado Estado de Situación Financiera suministra información acerca de la naturaleza e importe de las inversiones en recursos de la empresa, obligaciones de la misma hacia sus acreedores y el capital social en recursos netos.¹⁴⁸²

3.1.2. FORMAS DE REPRESENTAR UN BALANCE

3.1.2.1. BALANCE GENERAL CON FORMA DE REPORTE: Consiste en anotar clasificadamente el Activo y el Pasivo, en una sola página, de tal manera que a la suma del Activo se le pueda restar verticalmente la suma del pasivo.¹⁴⁸³

La formula para este tipo de presentación sería la siguiente:

Activo – Pasivo = Patrimonio

¹⁴⁸⁰ Ibid., pág. 18.

¹⁴⁸¹ Ibid., pág. 31.

¹⁴⁸² Kieso, Donal E. Y Weygandt, Jerry J. Contabilidad Intermedia. pág. 213.

¹⁴⁸³ Flores. Op. cit., pág. 31.

3.1.2.2. BALANCE GENERAL CON FORMA DE CUENTA: En esta forma se emplean dos páginas, en la de la izquierda, se anota clasificadamente el Activo y en la derecha, el Pasivo y el Capital contable.¹⁴⁸⁴

Este reporte se basa en la siguiente fórmula:

Activo = Pasivo + Patrimonio

3.1.2.3. BALANCE COMPARATIVO: Es el documento contable que muestra los aumentos o disminuciones que han tenido el Activo, el Pasivo y el Capital Contable por las operaciones efectuadas durante el ejercicio; comparando el balance inicial del final.¹⁴⁸⁵

3.2. ESTADO DE PERDIDAS Y GANACIAS

3.2.1. DEFINICION: Es un documento contable que muestra detallada y ordenadamente la utilidad o pérdida del ejercicio.¹⁴⁸⁶

3.2.2. ELEMENTOS

3.2.2.1. INGRESOS: Son entradas de dinero y otros elementos que incrementan el activo de una entidad o liquidan su pasivo durante un ejercicio, los cuales se

¹⁴⁸⁴ Ibid., pág. 34.

¹⁴⁸⁵ Ibid., pág. 39.

¹⁴⁸⁶ Ibid., pág. 59.

derivan de la entrega o producción de mercancías, prestación de servicios u otras actividades que constituyen actualmente las mayores operaciones de la entidad.

3.2.2.2. GASTOS: Son salidas u otros usos de bienes de activo, o incurrancia en pasivos durante un ejercicio, que se derivan de la entrega o producción de mercancías, prestación de servicios o realización de otras actividades que constituyen las principales operaciones de utilidad.¹⁴⁸⁷

3.2.3. CUENTAS PRINCIPALES

3.2.3.1. VENTAS TOTALES: Se entiende por ventas totales el valor total de las mercancías entregadas a los clientes, vendidas al contado o a crédito.

3.2.3.2. DEVOLUCIÓN SOBRE VENTAS: Es el valor de las mercancías que los clientes devuelven porque no les satisface la calidad, el precio, estilo, color , etc.

3.2.3.3. REBAJAS SOBRE VENTAS: Es el valor de las bonificaciones que sobre el precio de venta de las mercancías se concede a los clientes, cuando dichas mercancías tienen algún defecto o son de menor calidad que la convenida.

¹⁴⁸⁷ Kieso, Donal E. Y Weygandt, Jerry J. Contabilidad Intermedia. pág. 150.

3.2.3.4. DESCUENTOS SOBRE VENTAS: Son las bonificaciones que se conceden a los clientes por pagar, las mercancías adeudadas, antes del plazo estipulado. Estas se conceden por el pronto pago.

3.2.3.5. COMPRAS: Son el valor de las mercancías adquiridas, ya sea al contado o a crédito.

3.2.3.6. GASTOS DE COMPRA: Son todos los gastos que se efectúan para que las mercancías adquiridas lleguen hasta su destino, los principales son: los derechos aduanales, los fletes y acarreos, los seguros, las cargas y descargas, etc.

3.2.3.7. DEVOLUCIONES SOBRE COMPRAS: Es el valor de las mercancías devueltas a los proveedores, por que no satisface la calidad, el precio, estilo, color, etc.

3.2.3.8. REBAJAS SOBRE COMPRAS: Es el valor de las bonificaciones que sobre el precio de compra de las mercancías se conceden como proveedores cuando éstas tienen algún defecto o su calidad no es la convenida.

3.2.3.9. DESCUENTOS SOBRE COMPRAS: Son las bonificaciones que se conceden como proveedores por liquidar el importe de las mercancías antes de la fecha estipulada.

3.2.3.10. INVENTARIOS: Son partidas de activo que se tienen para su venta en el curso normal de los negocios, o se usarán o consumirán en la producción de mercancías para vender.¹⁴⁸⁸

3.2.3.10.1. TIPOS

- INVENTARIO INICIAL: Es el valor de las mercancías que se tienen en existencia al dar principio al ejercicio.
- INVENTARIO FINAL: Es el valor de las mercancías existentes al terminar el ejercicio.¹⁴⁸⁹

3.2.3.10.2. SISTEMAS PARA EL CALCULO DEL INVENTARIO

- SISTEMA DE INVENTARIO PERPETUO: En este sistema se registran directamente las compras y las salidas de inventario en la cuenta correspondiente a medida que ocurren. No se lleva cuenta de compras debido a que éstas se cargan directamente a la cuenta de inventarios, se lleva una cuenta de costo de ventas para acumular las salidas de inventario. El saldo de la cuenta de inventario al final del ejercicio debe representar el importe de inventario final.

¹⁴⁸⁸ Ibid., pág. 423.

¹⁴⁸⁹ Flores Lara, Elias. Primer Curso de Contabilidad. pág. 55.

- SISTEMA PERIODICO: Consiste en que los saldos de las cuentas de inventario permanecen sin cambio y se hacen los abonos a una cuenta de compras. Al final del ejercicio contable se determina el costo de ventas usando este calculo: inventario inicial + compras – inventario final. Este último inventario se determina con un conteo físico.¹⁴⁹⁰
- PRIMERAS ENTRADAS, PRIMERAS SALIDAS (PEPS): Con este método se supone que las mercancías se usan en el mismo orden en que fueron compradas, en otras palabras, las mercancías que se compraron primero son las primeras que se usaron (en una empresa industrial) o que se vendieron (en una empresa mercantil). Por consiguiente, lo que queda en inventario representa las compras más recientes.¹⁴⁹¹
- ULTIMAS ENTRADAS, PRIMERAS SALIDAS (UEPS): En el método UEPS se asocia el costo de las últimas mercancías compradas con el ingreso. Si se usa inventario periódico, se debe suponer que el costo de la cantidad total vendida o retirada durante el mes, provienen de las compras más recientes. El precio del inventario final se determina usando el total de las unidades como base para el cálculo sin tomar en cuenta las fechas exactas.¹⁴⁹²

3.2.3.11. GASTOS DE VENTA O DIRECTOS: Son todos los gastos que tienen relación directa con la promoción, realización y desarrollo del volumen de las ventas.

¹⁴⁹⁰ Kieso Weygandt. Op. cit., pág. 425.

¹⁴⁹¹ Ibid., pág. 440.

¹⁴⁹² Ibid., pág. 441.

3.2.3.12. GASTOS DE ADMINISTRACION O INDIRECTOS: Son los gastos que tienen como función el sostenimiento de las actividades destinadas a mantener la dirección y administración de la empresa y que solo de un modo indirecto están relacionados con la operación de vender.

3.2.3.13. GASTOS Y PRODUCTOS FINANCIEROS: Son las pérdidas o utilidades que provienen de operaciones que constituyen la actividad o giro principal del negocio.

3.2.3.14. OTROS GASTOS Y PRODUCTOS: Son las pérdidas o utilidades que provienen de operaciones que no constituyen la actividad o el giro principal del negocio, así como de actividades eventuales que no son de la naturaleza del giro principal del negocio.¹⁴⁹³

3.2.4.FORMA COMO SE OBTIENE LA UTILIDAD DEL EJERCICIO

- $\text{Gastos de venta} + \text{Gastos de Administración} + \text{o} - \text{Pérdida o utilidad de gastos y productos financieros} = \text{Utilidad bruta o utilidad en ventas.}$
- $\text{Utilidad bruta o utilidad en ventas} - \text{Gastos de operación} = \text{Utilidad de operación.}$

¹⁴⁹³ Lara Flores, Elias. Primer Curso de Contabilidad. pág. 56.

- Utilidad de operación + o – Utilidad o pérdidas en otros gastos y productos =
Utilidad del Ejercicio.

3.3. ESTADO DE UTILIDADES RETENIDAS

3.3.1. DEFINICIÓN: Esclarece la relación entre el ingreso neto percibido durante un año determinado (y cualquier dividendo en efectivo) y el cambio en las utilidades entre el inicio y la culminación de ese mismo año.¹⁴⁹⁴

3.4. ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO

3.4.1. DEFINICION: El objetivo principal de un estado de flujos de efectivo es suministrar la información pertinente acerca de las cantidades de efectivo recibidas y pagadas por una empresa durante su ejercicio

3.4.2. INFORMA

- Los efectos en efectivo de las operaciones de una empresa durante un ejercicio.
- Sus transacciones de inversión
- Sus transacciones financieras
- El aumento neto o la disminución neta del efectivo durante el ejercicio¹⁴⁹⁵.

¹⁴⁹⁴ Lawrence J, Gitman. Administración Financiera Básica. pág. 54.

¹⁴⁹⁵ Kieso, Donal E. Y Weygandt, Jerry J. Contabilidad Intermedia. pág. 237.

3.4.3. CONTENIDO Y FORMATO DEL ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO

3.4.3.1. ACTIVIDADES DE OPERACIÓN: Son aquellas que abarcan los efectos en efectivo de las transacciones que entran en la determinación de utilidad neta.

3.4.3.2. ACTIVIDADES DE INVERSIÓN: Incluyen el otorgamiento y cobro de préstamos, la adquisición y disposición de inversiones (deudas e instrumentos de capital) y las propiedades, planta y equipo.

3.4.3.3. ACTIVIDADES FINANCIERAS: Abarcan las partidas de pasivo y capital e incluyen: a) La obtención de capital de los accionistas y la entrega a ellos de una utilidad y rendimiento de sus inversiones y b) La obtención de préstamos de los acreedores y pago de las cantidades tomadas en préstamo.¹⁴⁹⁶

4. LIBROS

4.1. DIARIO: Conocido también como libro de primera anotación, es aquel en el cual se registran por orden progresivo de fechas cada una de las operaciones que se van efectuando.¹⁴⁹⁷

4.1.1. CLASES

¹⁴⁹⁶ Ibid., pág. 238.

¹⁴⁹⁷ Lara Flores, Elías. Primer Curso de Contabilidad. pág. 198.

4.1.1.1. DIARIO DE VENTAS: Se usa para registrar las ventas a crédito. Las ventas de mercancías al contado se asientan en el diario de recibos de efectivo.¹⁴⁹⁸

4.1.1.2. DIARIO DE RECIBO DE EFECTIVO: Todas las entradas de efectivo se registran en este diario. Los tipo más comunes de entradas de efectivo son las ventas de mercancías al contado y las cuentas por cobrar.¹⁴⁹⁹

5. AJUSTES

5.1. DEPRECIACIÓN: Cargo sistemático del costo de un activo fijo a los ingresos anuales generados por éste.

5.2. SISTEMA DE RECUPERACIÓN DE COSTO ACELERADO: Se emplea para determinar la depreciación de los activos y su uso es exclusivamente con fines tributarios.¹⁵⁰⁰

¹⁴⁹⁸ Kieso Op. cit., pág. 110.

¹⁴⁹⁹ Ibid., pág. 112.

¹⁵⁰⁰ Lawrence J, Gitman. Administración Financiera Básica. pág. 55.

ESTADISTICA PARA LA ADMINISTRACION

1. CONCEPTOS GENERALES

1.1. DEFINICION: Ciencia que trata de la recopilación, organización, presentación, análisis e interpretación de datos numéricos con el fin de realizar una toma de decisiones más efectiva.¹⁵⁰¹

1.2. UTILIZACION: Son las áreas en donde se aplican las técnicas de la estadística, puede ser en la mercadotecnia, contabilidad, control de calidad y en otras actividades.¹⁵⁰²

1.3. OBSERVACIÓN ESTADÍSTICA

1.3.1. COLECTIVO: Conjunto de unidades que se desea conocer, ya sean de personas, cosas, o aun hechos abstractos.

¹⁵⁰¹ Robert D, Mason y Douglas A, Lind. Estadística para Administración y Economía. pág. 5.

¹⁵⁰² Ibid., pág. 6.

1..3.2. METODOS

1.3.2.1 EXAHUSTIVOS: Son los métodos con los que se observa la totalidad de los datos que forman el colectivo. Estos métodos son el censo y la relación.

1.3.2.2. REPRESENTATIVOS: Son los métodos con los que solamente se examinan una parte de los datos, teniendo en cuenta que estas unidades representan a la población colectiva. Los principales métodos son: la evaluación, el sondeo y el muestreo.¹⁵⁰³

2. CLASES

2.1 DESCRIPTIVA: Son los procedimientos empleados para organizar y resumir conjuntos de datos numéricos.

2.2. INFERENCIAL

2.2.1. DEFINICIÓN: Son los métodos empleados para determinar algo acerca de una población, con base en una muestra.

¹⁵⁰³ Menta, Gerald. Los Test Estadísticos Aplicados a la Empresa. pág. 16.

2.2.2. COMPONENTES

2.2.2.1. POBLACIÓN

2.2.2.1.1. DEFINICIÓN: Es el conjunto de todos los posibles individuos, personas, objetos o mediciones de interés.

2.2.2.1.2. MUESTRA: Es una parte de una población de interés, que se toma para deducir algo acerca de dicha población.¹⁵⁰⁴

3. MEDICIÓN

3.1. NIVELES

3.1.1. NIVEL NOMINAL

3.1.1.1. DEFINICIÓN: Es un nivel en donde se clasifican categoría, pero no intervienen mediciones ni escalas, en vez de esto solo hay cuentas o conteos sin existir un orden particular para los grupos, por esto es el tipo más limitado de medición.¹⁵⁰⁵

3.1.1.2 CLASES

¹⁵⁰⁴ Robert D. y Douglas A. Op. cit., pág 9.

¹⁵⁰⁵ Ibid., pág. 12.

3.1.1.2.1. CATEGORÍA MUTUAMENTE EXCLUYENTE: Es cuando una persona, objeto o medición se incluye solamente en una categoría.

3.1.1.2.2. CATEGORÍA EXHAUSTIVA: Es un tipo de categoría utilizada cuando cada individuo, objeto o medición debe aparecer en una categoría.¹⁵⁰⁶

3.1.2. NIVEL ORDINAL: Es un tipo de medición en donde se utiliza la relación "mayor que" entre las categorías de nivel ordinal. Al igual que la escala nominal de medición, tiene las categorías de excluyentes y exhaustivas.

3.1.3. NIVEL DE INTERVALO: Es un nivel en donde se incluyen todas las características de la escala ordinal, pero además la distancia entre valores es constante. Al igual que las anteriores tiene las categoría de excluyentes y exhaustivas.¹⁵⁰⁷

3.1.4. NIVEL DE RAZÓN (O COCIENTE): Es un nivel de medición, considerado como el "más alto", que tiene todas las categorías del nivel de intervalo, las distancias entre números son de un tamaño conocido y constante y los datos de nivel de razón de un punto cero o de dos números es significativo.¹⁵⁰⁸

¹⁵⁰⁶ Ibid., pág. 13.

¹⁵⁰⁷ Ibid., pág. 14.

¹⁵⁰⁸ Ibid., pág. 15.

4. MÉTODOS ESTADÍSTICOS

4.1. DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS:

4.1.1. DEFINICIÓN: Es un método estadístico que consiste en el agrupamiento de datos en categoría que muestren el número de observaciones de cada categoría, indicando el número de veces que ocurre cada valor o dato.

4.1.2. PASOS

4.1.2.1 ORDENACIÓN: Es el primer paso para la realización de este método, que consiste en la disposición ordenada de observaciones, desde la menor hasta la mayor o viceversa.¹⁵⁰⁹

4.1.2.2. INTERVALO DE CLASE: Es el rango numérico que se determina para clasificar determinados valores.

4.1.2.3. LIMITE INFERIOR DECLARADO: Es el menor rango encontrado dentro de una serie de datos.

4.1.2.4. LIMITE SUPERIOR DECLARADO: Es el rango mayor declarado dentro de la serie de datos.

¹⁵⁰⁹ Ibid., pág. 25.

4.1.2.5. FRECUENCIA DE CLASES: Es el número de veces que se presentan los valores en una determinada clase.¹⁵¹⁰

4.1.2.6. PUNTO MEDIO: Es la mitad entre los límites de clase declarados o los límites de clase verdaderos. Se evalúa sumando los límites interior y superior y dividiendo el total entre dos. Es también denominado "marca de clase".¹⁵¹¹

4.2. REPRESENTACIONES DE TALLO Y HOJA

4.2.1. DEFINICIÓN: Es una técnica en donde se distribuyen los datos según el "tallo" (primer número de una cifra) y hojas (segundo número de esta cifra), clasificando el resto de los datos según estas categorías, esta clasificación compensa la pérdida de información que ocurre al resumir datos originales.

4.2.2. COMPONENTES

4.2.2.1. TALLO: Es el dígito que encabeza la fila a la izquierda, siendo el primer número de una cifra compuesto por centenas y millares.

4.2.2.2. HOJA: Dígito que determina la fila a la derecha, que es el segundo número de una cantidad (decenas o unidades).¹⁵¹²

4.2.3. PROGRAMAS

¹⁵¹⁰ Ibid., pág. 27.

¹⁵¹¹ Ibid., pág. 29.

¹⁵¹² Ibid., pág. 35.

4.2.3.1. MINITAB: Es un programa de software de computadora que ahorra tiempo, reduce el esfuerzo de cálculo e incrementa la exactitud al calcular los datos en el sistema de tallo y hoja.¹⁵¹³

5. DIAGRAMAS

5.1. HISTOGRAMA: Es un medio gráfico que presenta una serie de rectángulos con bases iguales al rango de los intervalos y con área proporcional a las frecuencias que representa.¹⁵¹⁴

5.2. POLÍGONO DE FRECUENCIAS: Es una gráfica en donde se obtiene una imagen rápida de las principales características de los datos (máximos, mínimos, concentración de puntos, etc.) indicando cada clase como un rectángulo y puede comparar dos o más distribuciones de frecuencias.¹⁵¹⁵

5.3. POLÍGONOS DE FRECUENCIAS ACUMULADAS: Se utiliza cuando se desea determinar cuantas observaciones se encuentran por encima o por debajo de ciertos valores, puede responder preguntas que contengan "menos de" o "más de"¹⁵¹⁶.

¹⁵¹³ Ibid., pág. 37.

¹⁵¹⁴ Editorial Planeta. Diccionario Enciclopédico. pág. 2470.

¹⁵¹⁵ Op. cit., pág. 43.

¹⁵¹⁶ Ibid., pág. 48.

6. GRÁFICAS

6.1. SIMPLES DE LÍNEAS Y DE BARRAS: Son gráficas en donde se traza una línea según la tendencia de los números durante un periodo determinado.¹⁵¹⁷

6.2. GRÁFICA DE BARRAS SECCIONADAS: Es una gráfico en donde se muestran una sola serie a través de un intervalo de tiempo.¹⁵¹⁸

6.3. GRÁFICA DE BARRAS BIDIRECCIONALES: Es una gráfica que tiene dos sentidos o direcciones, también llamada bilateral. Se puede utilizar para mostrar pérdidas y ganancias, actividades por encima y por debajo de lo normal y cambios porcentuales de un periodo a otro.¹⁵¹⁹

6.4. DE SECTORES (O CIRCULARES): Es una gráfica en forma de círculo que representa una distribución de frecuencias relativas. Cada sección se divide por porcentajes y se ubica en el círculo siendo este el 100%.¹⁵²⁰

7. MEDIDAS DE TENDENCIAS

¹⁵¹⁷ Ibid., pág. 52.

¹⁵¹⁸ Ibid., pág. 55.

¹⁵¹⁹ Ibid., pág. 57.

¹⁵²⁰ Ibid., pág. 58.

7.1. PROMEDIO: Valor que representa un conjunto de datos y que señala un centro de los valores.

7.2. MEDIA: Es la suma de todos los valores dividida entre el numero total de valores.

7.2.1 ESTADÍSTICO: Es la característica medible significativa de una muestra.

7.2.2. PARÁMETRO: Es la característica medible de una población. Que se representa por la siguiente formula¹⁵²¹:

$$\mu = \frac{\sum X}{N}$$

7.3. MEDIANA: Punto medio de los valores después de ordenados de menor a mayor o de mayor a menor. Hay valores por encima de la mediana como por debajo de ella en la ordenación de datos.¹⁵²²

7.4. MODA: Es una medida de tendencia central que muestra el valor de la observación que aparece con más frecuencia.¹⁵²³

7.5. MEDIA GEOMÉTRICA: Es la raíz n-ésima del producto de un conjunto de n números positivos.¹⁵²⁴

¹⁵²¹ Ibid., pág. 78.

¹⁵²² Ibid., pág. 83.

¹⁵²³ Ibid., pág. 86.

8. MEDIDAS DE DISPERSIÓN Y ASIMETRÍA

8.1. IMPORTANCIA: Son los beneficios que presta el aplicar este tipo de medición como es la posibilidad de evaluar la confiabilidad del promedio que se está utilizando. Además permite apreciar cuán dispersas están dos o más distribuciones.¹⁵²⁵

8.2. SISTEMAS DE COMPUTO

8.2.1. MINITAB: Es un programa de software de computadora que ahorra tiempo, reduce el esfuerzo de cálculo e incrementa la exactitud al calcular los datos y encontrar las medidas de dispersión y asimetría.

8.2.2. SPSS: Es un paquete estadístico llamado Statistical Package for the Social Sciences.¹⁵²⁶

8.3. CLASES

8.3.1. AMPLITUD TOTAL: Es la diferencia entre los valores mayor y menor de un conjunto de datos.¹⁵²⁷

¹⁵²⁴ Ibid., pág. 89.

¹⁵²⁵ Ibid., pág. 120.

¹⁵²⁶ Ibid., pág. 151.

8.3.2. DESVIACIÓN MEDIA: Es la media aritmética de los valores absolutos de las desviaciones con respecto a la media aritmética. Esto indica que mide el promedio en donde los valores de una población, o muestra, varían con respecto a su media.¹⁵²⁸

8.3.2.1. RECORRIDO DE VARIACIÓN: Es la desviación entre el dato mayor y el dato menor del colectivo. Se utiliza principalmente para medir la dispersión de pequeñas muestras (menos de 10 unidades).¹⁵²⁹

8.3.3. VARIANZA: Es la media aritmética de las desviaciones cuadráticas con respecto a la media.

8.3.3.1. CLASES

8.3.3.1.1. POBLACIONAL: Es la media aritmética aplicada a la totalidad de las observaciones que se estudian. La formula que se utiliza es.¹⁵³⁰

$$\sigma^2 = \frac{\sum(X - \mu)^2}{N}$$

¹⁵²⁷ Ibid., pág. 121.

¹⁵²⁸ Ibid., pág. 123.

¹⁵²⁹ Menta, Gerald. Los Test Estadísticos Aplicados a la Empresa. pág. 33.

¹⁵³⁰ Robert D. y Douglas A. Op. cit., pág 126.

8.3.3.1.2. MUESTRAL: Es la media aritmética aplicada a la parte de población de interés escogida.

8.3.4. DESVIACIÓN ESTÁNDAR: Es la raíz cuadrada de la varianza.

8.3.4.1. INTERPRETACIONES

8.3.4.1.1. TEOREMA DE CHEBYSHEV: Es el análisis que desarrollo el matemático P.L. Chebyshev (o Tchebycheff) que permite determinar la proporción mínima de los valores que se encuentran dentro de un número específico de desviaciones estándares con respecto a la media.

8.3.4.1.2. REGLA EMPÍRICA: Es la norma por la cual se ciñe una curva de distribución simétrica en forma de campana, en donde aproximadamente el 68% de las observaciones de esta campana se encuentran a más y menos una desviación estándar de la media.¹⁵³¹

8.3.4.2. COEFICIENTE DE VARIACIÓN: Es la razón (o cociente) de la desviación estándar a la media aritmética, expresada como un porcentaje.¹⁵³²

8.3.5. AMPLITUD CUARTÍLICA: Es la distancia entre el tercer cuartil (valor que corresponde al punto por encima del cual se encuentra el 25% de las observaciones) y primer cuartil, (último valor que pertenece al punto por debajo del cual se encuentra el 25% de las observaciones).¹⁵³³

¹⁵³¹ Ibid., pág. 137.

¹⁵³² Ibid., pág. 147.

¹⁵³³ Ibid., pág. 140.

8.3.6. DESVIACIÓN CUARTÍLICA: Es la mitad de la distancia entre el tercer cuartil, Q3, y el primero Q1.¹⁵³⁴

8.3.7. AMPLITUD CENTÍLICA: Es la distancia entre el centíl número 10 y el número 90. Los centiles se calculan e interpretan de manera semejante a los cuartiles.¹⁵³⁵

8.3.8. CURTOSIS: Es una medida de resumen o compendio que permite conocer el grado de agudeza de una distribución. Este tipo de medida aparece en los resultados de computadora de SPSS.

9. PROBABILIDAD

9.1. DEFINICIÓN: Es el número entre 0 y 1 inclusive, que mide la creencia que se tiene de que llegue a ocurrir un evento específico que sea resultado de un experimento. Otra definición es: Son números asociados con la ocurrencia potencial de eventos o sucesos.¹⁵³⁶

9.2. EXPERIMENTO: Es una actividad que se observa y se mide. Por lo anterior también se puede definir como algo que se planea hacer y de cuyo resultado no se está seguro.

9.2.1. EVENTO: Son los resultados posibles a los que puede estar sujeto un experimento.¹⁵³⁷

9.3. TIPOS

¹⁵³⁴ Ibid., pág. 143.

¹⁵³⁵ Ibid., pág. 144.

¹⁵³⁶ Mills, Richard L.. Estadística Inferencial para Economía y Administración. pág. 2.

¹⁵³⁷ Robert D. y Douglas A. Op. cit., pág 175.

9.3.1.MARGINALES: Son las probabilidades que se calculan a partir de los números en los “márgenes” de un cuadro de datos.

9.3.2. CONJUNTAS: Probabilidad de la intersección de dos eventos, la probabilidad de un evento que debe cumplir simultáneamente más de una clasificación.¹⁵³⁸

9.3.3. CONDICIONES: Es la probabilidad de lograr un evento por muestreo, partiendo de un subconjunto conocido del espacio muestral.¹⁵³⁹

9.4. ENFOQUES

9.4.1. OBJETIVO

9.4.1.1 PROBABILIDAD CLÁSICA: Es la consideración de que los resultados de un experimento son *igualmente posibles*. Empleando este punto de vista, la posibilidad de que suceda un evento se calcula dividiendo el número de resultados favorables, entre el número total de resultados posibles.¹⁵⁴⁰

¹⁵³⁸ Mills. Op. cit., pág 15.

¹⁵³⁹ Ibid., pág. 16.

¹⁵⁴⁰ Ibid., pág. 178.

9.4.1.2. FRECUENCIA RELATIVA: Es la probabilidad de que un evento ocurra a largo plazo, el cual se determina observando en que fracción de tiempo sucedieron eventos semejantes en el pasado.¹⁵⁴¹

9.4.2. SUBJETIVA

9.4.2.1. PROBABILIDAD SUBJETIVA: Es la posibilidad de que suceda un evento, asignado por una persona con base en cualquier información de que disponga, se halla evaluando las opiniones disponibles y otra información subjetiva para después llegar a la probabilidad¹⁵⁴². Dado un experimento determinado, una situación o un suceso, la probabilidad de un evento es el "grado de creencia" asignado a la ocurrencia de este evento por un individuo particular.¹⁵⁴³

9.5. REGLAS

9.5.1. DE ADICIÓN

9.5.1.1. CLASES

9.5.1.1.1. REGLA ESPECIAL DE ADICIÓN: Es una fórmula que indica que la probabilidad de que ocurra uno u otro de los eventos es igual a la suma de sus probabilidades. Para que se pueda aplicar esta fórmula, deben ser

¹⁵⁴¹ Ibid., pág. 180.

¹⁵⁴² Ibid., pág. 181.

¹⁵⁴³ Mills, Richard L.. Estadística Inferencial para Economía y Administración. pág. 9.

mutuamente excluyentes, significa que cuando ocurre un evento, ninguno de los otros puede ocurrir al mismo tiempo.¹⁵⁴⁴

9.5.1.1.2. REGLA GENERAL DE ADICIÓN: Es una fórmula que se aplica cuando los resultados de un experimento pueden ser mutuamente excluyentes. Es decir que dos o más eventos ocurran en forma simultánea.¹⁵⁴⁵

9.5.2. DE MULTIPLICACIÓN

9.5.2.1. CLASES

9.5.2.1.1. REGLA ESPECIAL DE MULTIPLICACIÓN: Es una fórmula que indica que si hay dos eventos *independientes* A y B, la probabilidad de que ocurran A y B se obtiene al multiplicar las dos probabilidades.¹⁵⁴⁶

9.5.2.2.1. REGLA GENERAL DE MULTIPLICACIÓN: Es una norma utilizada para determinar la probabilidad conjunta de que ocurran los eventos. La regla indica que para dos eventos A y B, la probabilidad conjunta de que ambos eventos sucedan resulta al multiplicar la probabilidad de que el evento A suceda, por la probabilidad condicional de que ocurra el evento B.¹⁵⁴⁷

9.6. DIAGRAMAS

¹⁵⁴⁴ Robert D. y Douglas A. Op. cit., pág 183.

¹⁵⁴⁵ Ibid., pág. 188.

¹⁵⁴⁶ Ibid., pág. 189.

¹⁵⁴⁷ Ibid., pág. 191

9.6.1. DIAGRAMA DE ÁRBOL (O ARBORIGRAMAS): Es un esquema que representa las probabilidades condicionales y conjuntas. Se empieza trazando un pequeño círculo a la izquierda que representa el tronco de un árbol, se sacan las ramas principales y las que se desprenden de éstas.¹⁵⁴⁸

9.7. CONTEO

9.7.1. CLASES DE FÓRMULAS

9.7.1.1. FÓRMULA DE LA MULTIPLICACIÓN: Es una ley, la cual indica que si hay m formas de hacer una caso y n formas de hacer otras, hay $m \times n$ formas de realizar ambas.¹⁵⁴⁹

9.7.1.2. FÓRMULA DE PERMUTACIÓN: Es la disposición en orden de un conjunto de objetos en el que hay un primero, un segundo, un tercero, etc. Hasta n . Se aplica para determinar el número de posibles opciones cuando sólo hay un grupo de objetos.¹⁵⁵⁰

9.7.1.3. FORMULA DE COMBINACIÓN: Es la regla utilizada cuando el orden a, b, c , se consideran igual que el b, a, c , o que el c, b, a , etc. El número de ordenaciones o arreglos se determina por medio de esta formula.¹⁵⁵¹

9.8. DISTRIBUCIONES PROBABILÍSTICAS

¹⁵⁴⁸ Ibid., pág. 194.

¹⁵⁴⁹ Ibid., pág. 202.

¹⁵⁵⁰ Ibid., pág. 204.

¹⁵⁵¹ Ibid., pág. 208.

9.8.1. DEFINICIÓN: Es la enumeración de todos los resultados de un experimento junto con la probabilidad asociada a cada uno.¹⁵⁵²

9.8.2. MEDIA: Es un valor representativo que sirve para representar una distribución probabilística. También es el valor promedio a largo plazo de la variable aleatoria. La media se denomina como valor esperado, o expectativa $E(X)$ de la variable.

9.8.3. VARIANZA: Es un valor característico en donde se describe el grado de dispersión (o variación) en una distribución.¹⁵⁵³

9.8.4. VARIABLES ALEATORIA: Es la cantidad que es resultado de un experimento aleatorio que, debido al azar, puede tomar distintos valores.

9.8.4.1. DISTRIBUCIÓN PROBABILÍSTICA ALEATORIA DISCRETA

9.8.4.1.1. DEFINICION: Es la variable que solo puede tener ciertos valores claramente separados y que es el resultado de contar algún elemento de interés.¹⁵⁵⁴

9.8.4.1.2. DISTRIBUCIÓN PROBABILÍSTICA BINOMIAL: Es una distribución de probabilidad discreta, que tiene como principal objetivo que se ocupa de experimentos en donde cada resultado puede tomar sólo una de dos formas. Cada resultado es *mutuamente excluyente*.¹⁵⁵⁵

¹⁵⁵² Ibid., pág. 224.

¹⁵⁵³ Ibid., pág. 228.

¹⁵⁵⁴ Ibid., pág. 227.

¹⁵⁵⁵ Mills, Richard L.. Estadística Inferencial para Economía y Administración. pág. 106.

9.8.4.1.3. TABLA DE PROBABILIDAD BINOMIAL : Es una tabla en donde se contienen todos los posibles resultados de un experimento y la probabilidad correspondiente asociada a cada resultado.¹⁵⁵⁶

9.8.4.1.4. DISTRIBUCIÓN PROBABILÍSTICA MULTINOMIAL: Cuando cada elemento dentro de una población tiene sólo una de dos clasificaciones posibles, por lo tanto el número de clasificaciones es finito, pero mayor que dos.¹⁵⁵⁷

9.8.4.1.5. DISTRIBUCIÓN HIPERGEOMÉTRICA: Es cuando la mayoría del muestreo se realiza sin *reposición*, es decir , los resultados no son independientes y ello significa que la probabilidad para cada observación sucesiva cambiará.¹⁵⁵⁸

9.8.4.1.6. DISTRIBUCIÓN PROBABILÍSTICA DE POISSON: Distribución exponencial, discreta, siendo una forma límite de la distribución binomial cuando la probabilidad de éxito es muy pequeña y n es grande, describiendo el número de éxitos por unidad de tiempo. Esta recibe su nombre en honor de Simeon Poisson¹⁵⁵⁹.

9.8.4.2. DISTRIBUCIONES PROBABILÍSTICAS NORMAL

9.8.4.2.1. DEFINICIÓN: Es un tipo de distribución probabilística que tiene una curva normal de *perfil de campana* y presenta un solo pico en el centro exacto de la distribución, siendo *simétrica* con respecto a su media y nunca llega a tocar el eje X ¹⁵⁶⁰.

¹⁵⁵⁶ Robert D. y Douglas A. Op. cit., pág 247.

¹⁵⁵⁷ Richard L. M. Op. cit., pág 122.

¹⁵⁵⁸ Ibid., pág. 227.

¹⁵⁵⁹ Mills, Richard L.. Estadística Inferencial para Economía y Administración. pág. 121.

¹⁵⁶⁰ Ibid., pág. 68.

9.8.4.2.2. FACTOR DE CORRECCIÓN POR CONTINUIDAD: Se utiliza para mejorar la exactitud de la aproximación de una distribución discreta (binomial) por medio de una distribución continua (normal).

9.8.4.2.3. VALOR Z: Es la desviación (o distancia) entre el valor seleccionado y la media poblacional, dividida entre la desviación estándar de la población. Se llama también desvío normal estandarizado.¹⁵⁶¹

10. MUESTREO

10.1. DEFINICIÓN: Es la técnica por medio de la cual se selecciona la muestra de modo que cada integrante de la población en estudio tenga la probabilidad conocida (no igual a cero) de ser incluido en la muestra.

10.2. RAZONES DE SU IMPORTANCIA: Son los factores que influyen para que se realice el muestreo en una población, algunas de estas razones son: Naturaleza destructiva de ciertas pruebas, imposibilidad física de revisar todos los integrantes de la población, costo de estudiar a todos los integrantes de una población, lo adecuado de los resultados de la muestra y el uso de mucho tiempo para entrevistar a toda la población.¹⁵⁶²

¹⁵⁶¹ Robert D. Mason y Douglas A. Lind. Estadística para Administración y Economía. pág. 302.

¹⁵⁶² Ibid., pág. 308.

10.3. MÉTODOS DE MUESTREO PROBABILÍSTICO

10.3.1. MUESTREO ALEATORIO SIMPLE: Es la muestra formulada de manera que cada integrante de la población tenga la misma probabilidad de quedar incluido.¹⁵⁶³

10.3.2. MUESTREO ALEATORIO SISTEMÁTICO: Es cuando los integrantes de la población ordenan alfabéticamente, en un archivo según la fecha en que se reciben, o por algún otro método. Se seleccionan al azar un punto de inicio y después se elige cada K-ésimo elemento de la población para la muestra.¹⁵⁶⁴

10.3.3. MUESTREO ALEATORIO ESTRATIFICADO: Es un tipo de muestreo en donde la población se divide primero en subgrupos, denominados estratos y se selecciona una muestra de cada estrato.¹⁵⁶⁵

10.3.4. MUESTREO POR CONGLOMERADOS: Es una técnica utilizada para reducir el costo de muestrear una población dispersa en un área geográfica grande. En donde se subdividen las poblaciones en unidades más pequeñas denominadas unidades primarias y después se seleccionan unas pocas unidades primarias y se elige una muestra aleatoria de cada unidad.¹⁵⁶⁶

¹⁵⁶³ Ibid., pág. 309.

¹⁵⁶⁴ Ibid., pág. 310.

¹⁵⁶⁵ Ibid., pág. 315.

¹⁵⁶⁶ Ibid., pág. 316.

10.3.5. DISTRIBUCIÓN MUESTRAL DE MEDIA: Es una distribución probabilística que consta de una lista de todas las medias muestrales posibles de un tamaño de muestra dado de una población y la probabilidad de ocurrencia asociada con cada media muestral.¹⁵⁶⁷

10.4. ERROR DE MUESTREO: Es la diferencia entre una estadística de muestra y su parámetro de población correspondiente¹⁵⁶⁸.

10.5. ESTIMACIONES

10.5.1. CLASES

10.5.1.1. ESTIMACIÓN PUNTUAL: Es un número (denominado punto) que se emplea para estimar un parámetro poblacional.¹⁵⁶⁹

10.5.1.2. ESTIMACIÓN DE INTERVALO: Es el número que expresa la amplitud dentro de la cual probablemente se encuentra un parámetro poblacional. Este intervalo se denomina *intervalo de confianza*.¹⁵⁷⁰

10.6 ERROR ESTÁNDAR DE LA MEDIA: Es la desviación estándar de la distribución muestral de las medias muestrales.¹⁵⁷¹

¹⁵⁶⁷ Ibid., pág. 318.

¹⁵⁶⁸ Mills, Richard L.. Estadística Inferencial para Economía y Administración. pág. 90.

¹⁵⁶⁹ Robert D. y Douglas A. Op. cit., pág 327.

¹⁵⁷⁰ Ibid., pág. 329.

10.7 SELECCIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA: Factores que la determinan: Son los factores que influyen para determinar el tamaño de la muestra pero ninguno de ellos tiene relación directa con el tamaño de la población, estos son el grado de confianza, el máximo error permisible y la variación de la población.¹⁵⁷²

11. HIPÓTESIS

11.1. DEFINICIÓN: Es un enunciado acerca del valor de un parámetro poblacional.

11.2. PRUEBA DE HIPÓTESIS: Es el procedimiento basado en la evidencia muestral y en la teoría de la probabilidad que se emplea para determinar si la hipótesis es un enunciado razonable y no debe rechazarse o si es irrazonable y debe ser rechazada¹⁵⁷³.

11.3. PASOS PARA PROBAR UNA HIPÓTESIS

11.3.1. PLANTEAR LAS HIPÓTESIS: Es definir el tipo de hipótesis que se probará, pueden ser de dos formas:

11.3.1 TIPOS DE HIPOTESIS

¹⁵⁷¹ Ibid., pág. 331.

¹⁵⁷² Ibid., pág. 339.

¹⁵⁷³ Robert D. y Douglas A. Ibid., pág. 359.

11.3.1.1. HIPÓTESIS NULA: Es una afirmación o enunciado tentativo que se realiza acerca del valor de un parámetro poblacional. Por la común es una afirmación de que el parámetro de población tiene un valor específico. Este tipo de hipótesis se identifica con una *H subcero*. La letra H significa hipótesis y el subíndice cero indica “no hay diferencia.”

11.3.1.2. HIPÓTESIS ALTERNATIVA: Es una afirmación o enunciado que se aceptará si los datos muestrales proporcionan amplia evidencia de que la hipótesis nula es falsa. Se identifica como *H subuno*.¹⁵⁷⁴

11.3.2. SELECCIONAR UN NIVEL DE SIGNIFICACIÓN

11.3.2.1 DEFINICIÓN: Significación nos indica que la diferencia en cuestión no puede deberse al azar en una proporción de casos mayores al porcentaje que ha sido fijado “a priori”¹⁵⁷⁵. Seleccionar el nivel de significación es el paso en el cual después de plantear la hipótesis nula y la alternativa, se determina la probabilidad de rechazar la hipótesis nula cuando en realidad es verdadera.¹⁵⁷⁶

11.3.2.2. TIPOS DE ERRORES

11.3.2.2.1. ERROR TIPO 1: Es la probabilidad de rechazar la hipótesis nula, *H₀*, cuando en realidad es verdadera.

¹⁵⁷⁴ Mills, Richard L.. Estadística Inferencial para Economía y Administración. pág. 136.

¹⁵⁷⁵ Menta, Gerald. Los Test Estadísticos Aplicados a la Empresa. pág. 42.

¹⁵⁷⁶ Robert D. y Douglas A. Op. cit., pág 361.

11.3.2.2.2. ERROR TIPO 2: Es la probabilidad de aceptar la hipótesis cuando en realidad es falsa.

11.3.3. IDENTIFICAR EL ESTADÍSTICO DE PRUEBA: Es un valor, determinado a partir de la información muestral, que se utiliza para aceptar o rechazar la hipótesis nula¹⁵⁷⁷.

11.3.4. FORMULAR UNA REGLA DE DECISIÓN: Es una afirmación de las condiciones bajo las que se acepta o rechaza la hipótesis nula, para lograr esto, la distribución muestral se divide en dos partes, que se denominan región de aceptación y región de rechazo.

11.3.4.1.1. VALOR CRÍTICO: Número que es el punto divisorio entre la región de aceptación y la región de rechazo.

11.3.5. TOMAR UNA MUESTRA Y LLEGAR A UNA DECISIÓN: Es el último paso en la prueba de hipótesis, en donde se toma la decisión de aceptar o rechazar la hipótesis nula.¹⁵⁷⁸

11.4 GRADO DE LIBERTAD: Es el número efectivo de observaciones sobre el cual se basa una estimación. La noción de este concepto reviste gran importancia, debido a que toda probabilidad viene expresada en función del número de grados de libertad.¹⁵⁷⁹

11.5. PRUEBA PARA MEJORAR UNA PROPORCIÓN POBLACIONAL

11.5.1. PROPORCIÓN: Es la fracción, porción relativa o porcentaje que expresa la parte de la población o muestra que tiene un atributo particular de interés.¹⁵⁸⁰

¹⁵⁷⁷ Robert D. y Douglas A. Op. cit., pág 363.

¹⁵⁷⁸ Ibid., pág. 365.

¹⁵⁷⁹ Menta, Gerald. Los Test Estadísticos Aplicados a la Empresa. pág. 48.

¹⁵⁸⁰ Robert D. y Douglas A. Op. cit., pág. 395.

11.6. PRUEBA *T* DE STUDENT

11.6.1. DEFINICIÓN: Es un tipo de prueba que se utiliza cuando el tamaño de la muestra es de menos de 30 observaciones y para estos proyectos de investigación, la distribución *Z* no es el estadístico de prueba adecuado.¹⁵⁸¹

11.6.2. TIPOS DE MUESTRAS

11.6.2.1. MUESTRAS DEPENDIENTES: Muestras que se seleccionan de varias poblaciones de manera que son independientes entre sí. Las muestras pares son dependientes, ya que el mismo elemento pertenece a ambas muestras.

11.6.2.2. MUESTRAS INDEPENDIENTES: Muestras que se seleccionan aleatoriamente y de ninguna manera están relacionadas entre sí.¹⁵⁸²

11.7. PRUEBA DE *F*. DE R.A. FISHER: Es la confrontación de la dispersión de dos series de dos muestras y de determinar si estas dispersiones pueden ser consideradas como idénticas o diferentes.¹⁵⁸³

11.8. PRUEBA DE BARTLETT: Es una prueba que se utiliza cuando existen más de dos variancias, se puede presentar en dos casos: Cuando la dimensión de cada muestra es igual y cuando las muestras tienen dimensiones diferentes.¹⁵⁸⁴

¹⁵⁸¹ Ibid., pág. 420.

¹⁵⁸² Ibid., pág. 486.

¹⁵⁸³ Menta, Gerald. Los Test Estadísticos Aplicados a la Empresa. pág. 99

¹⁵⁸⁴ Ibid., pág. 109.

11.9. PRUEBA DE PEARSON: Es el test utilizado para compara de manera global los grupos de frecuencias, por lo tanto sirve principalmente para determinar si la frecuencia observada de un fenómeno es significativamente igual a la frecuencia teórica prevista.¹⁵⁸⁵

11.10. PRUEBA DE DISTRIBUCIÓN F

11.10.1. DEFINICIÓN: Es un estadístico de prueba que se utiliza en varias situaciones. Sirve para demostrar si dos variancias muestrales provienen de la misma población o de poblaciones iguales, también se aplican cuando se desean compara simultáneamente dos o más medias poblacionales. Por lo tanto se divide en dos.

11.10.2. CLASES

11.10.2.1. COMPARACIÓN DE DOS VARIANCIAS POBLACIONALES: Es un tipo de distribución F que se utiliza para demostrar la hipótesis de que la variancia de una población normal es igual a la variancia de otra población normal.¹⁵⁸⁶

11.10.2.2. ANOVA: Es otro uso de la distribución F que comprende la técnica del análisis de variancia, utilizando información muestral para determinar si tres o más tratamientos producen o no resultados diferentes.¹⁵⁸⁷

12. ANÁLISIS DE CORRELACIÓN SIMPLE

¹⁵⁸⁵ Ibid., pág. 118.

¹⁵⁸⁶ Robert D. Mason y Douglas A. Lind. Estadística para Administración y Economía. pág. 451.

¹⁵⁸⁷ Ibid., pág. 454.

12.1. DEFINICIÓN: Grupo de técnicas estadísticas empleado para medir la intensidad de la relación (correlación) entre dos variables.

12.2. DIAGRAMA DE DISPERSIÓN: Gráfica que presenta la relación entre las dos variables de interés.¹⁵⁸⁸

12.3. TIPOS DE COEFICIENTES

12.3.1. COEFICIENTE DE CORRELACIÓN: Medida que describe la intensidad de la relación entre dos conjuntos de valores de nivel de intervalo o de nivel de razón.

12.3.2. COEFICIENTE DE CORRELACIÓN DE RANGO-ORDEN: Medida de la fuerza de asociación entre dos conjuntos de datos de nivel ordinal, esto es, datos que pueden clasificarse de menor a mayor o viceversa.

12.3.3. COEFICIENTE DE DETERMINACIÓN: Es la proporción de la variación total en la variable dependiente que la explica la variable independiente.

12.3.4. COEFICIENTE DE NO DETERMINACIÓN: Mide la proporción de la variación total en Y que no se explica por medio de X .

12.4. TIPOS DE PRUEBAS

¹⁵⁸⁸ Ibid., pág. 607.

12.4.1 PRUEBA DE SIGNIFICACIÓN PARA R : Fórmula que se utiliza para responder a la pregunta: ¿Es cero la correlación en la población de la cual se seleccionó la muestra?

12.4.2. PRUEBA DE SIGNIFICACIÓN PARA RS : Fórmula para responder a la pregunta: ¿Es cero la correlación en la población a partir de la cual se seleccionó la muestra?¹⁵⁸⁹

13. ANÁLISIS DE REGRESIÓN

13.1. DEFINICIÓN: Es el estudio de la relación entre dos conjuntos de datos hasta determinar una ecuación.

13.2. COMPONENTES

13.2.1. ECUACIÓN DE REGRESIÓN: Expresión matemática que define la relación entre dos variables.¹⁵⁹⁰

13.2.2. PRINCIPIOS DE MÍNIMOS CUADRADOS: Técnica empleada para llegar a la ecuación de regresión minimizando la suma de los cuadrados de las distancias verticales entre los valores Y verdaderos y los valores pronosticados de Y .¹⁵⁹¹

13.2.3. ERROR ESTÁNDAR DE ESTIMACIÓN: Mide la dispersión de los valores observados, con respecto a la recta de regresión.¹⁵⁹²

¹⁵⁸⁹ Ibid., pág. 495.

¹⁵⁹⁰ Ibid., pág. 531.

¹⁵⁹¹ Ibid., pág. 533.

¹⁵⁹² Ibid., pág. 540.

13.3. CORRELACIÓN MÚLTIPLE

13.3.1. TIPOS DE COEFICIENTE

13.3.1.1. COEFICIENTE DE CORRELACIÓN MÚLTIPLE: Medida de la fuerza de la asociación entre la variable dependiente y dos o más variables independientes.¹⁵⁹³

13.3.1.2. COEFICIENTE DE DETERMINACIÓN MÚLTIPLE: Proporción (porcentaje) de la variación total en la variable dependiente “Y” que se explica por medio del conjunto de variable independientes.¹⁵⁹⁴

13.3.2. PASOS PARA EL ANÁLISIS DE CORRELACIÓN

13.3.2.1. MATRIZ DE CORRELACIÓN: Listado de todos los posibles coeficientes simples de correlación. Incluye las correlaciones entre cada una de las variables independientes y las variables dependientes, así como aquellas entre todas las variables independientes.

13.3.2.2. VARIABLE CUALITATIVAS EN LA REGRESIÓN: Variable de escala nominal no numérica.

13.3.2.3. ANÁLISIS DE RESIDUO: Diferencia entre el valor real de la variable G dependiente y el valor estimado de la variable independiente.¹⁵⁹⁵

¹⁵⁹³ Ibid., pág. 572.

¹⁵⁹⁴ Ibid., pág. 573.

¹⁵⁹⁵ Ibid., pág. 608.

14. NUMERO INDICE

14.1. DEFINICIÓN: Relación en porcentajes que mide el cambio de un tiempo a otro en precio, cantidad, valor o algún otro elemento de interés¹⁵⁹⁶.

14.2. TIPOS DE NUMERO ÍNDICES

14.2.1. ÍNDICE DE PRECIOS: El IPC establece una media ponderada de los precios de una muestra de bienes y servicios, donde las ponderaciones reflejan la importancia relativa de cada bien para un consumidor medio.¹⁵⁹⁷

14.2.2. ÍNDICES DE CANTIDAD O VOLUMEN DE PRODUCCIÓN: Es una medida que indica la variación entre el aumento o disminución de la producción de un periodo determinado.

14.2.3. INDICES ESPECIALES: Emplean una combinación de indicadores de administración y económicos. Como ventas, empleo y precios de acciones comunes.¹⁵⁹⁸

15. ESTADÍSTICA PARA LA TOMA DE DECISIONES BAJO INCERTIDUMBRE O ESTADÍSTICA BAYESIANA

15.1. DEFINICIÓN: La decisión es el medio que se usa para poder alcanzar un estado deseado y así lograr algún resultado o resolver un problema.¹⁵⁹⁹ La estadística que estudia este tema, se

¹⁵⁹⁶ Ibid., pág. 688.

¹⁵⁹⁷ "Coste de la vida", *Enciclopedia Microsoft® Encarta® 98*.

¹⁵⁹⁸ Ibid., pág. 703.

¹⁵⁹⁹ Gibson, James L. Las Organizaciones. pág. 560.

ocupa de determinar cuál decisión, de un conjunto posible de ellas, es la óptima para un grupo particular de condiciones.¹⁶⁰⁰

15.2. ELEMENTOS DE UNA DECISIÓN

15.2.1. ALTERNATIVAS: Son las elecciones disponibles para quien ha de tomar la decisión.

15.2.2. NATURALEZA: Son eventos futuros incontrolables. El estado de la naturaleza que en realidad ocurre, está fuera del control de quien toma la decisión.

15.2.3. GANANCIA: Es el beneficio que se obtiene para cada combinación de alternativas de decisión y estado de naturaleza.¹⁶⁰¹

15.3. GRÁFICA

15.3.1. ÁRBOLES DE DECISIÓN: Representación gráfica de todos los posibles cursos de acción y los posibles resultados consecuentes. Se usa un cuadro para indicar el punto en el cual debe fomentarse una decisión y las ramas que salen del mismo, indican las alternativas a considerar.¹⁶⁰²

¹⁶⁰⁰ Ibid., pág. 770.

¹⁶⁰¹ Ibid., pág. 771.

¹⁶⁰² Ibid., pág. 782.

ANALISIS FINANCIERO

1. FUNCION FINANCIERA

1.1. DEFINICIÓN: Arte y ciencia de la administración del dinero, ocupándose de brindar asesoría y productos financieros a las personas, empresas y gobiernos.¹⁶⁰³

1.2. FUNCIONES

12.1. PREPARACION Y ANALISIS DE LA INFORMACIÓN FINANCIERA: Se refiere a la preparación adecuada y el análisis exhaustivo de los estados financieros básicos y demás información financiera auxiliar de tal manera que todo esto pueda ser utilizado para la toma de decisiones en cuanto al manejo actual o futuro de la empresa.

1.2.2. DETERMINACION DE LA ESTRUCTURA DE ACTIVOS: Esta función implica la determinación de la clase, cantidad y calidad de los activos que la empresa requiere para el desarrollo de su objeto social y calidad de los activos que la empresa requiere para el desarrollo de su objeto social.¹⁶⁰⁴

¹⁶⁰³ Lawrence J, Gitman. Administración Financiera Básica. pág. 4.

¹⁶⁰⁴ Ortiz Amaya, Héctor. Análisis financiero Aplicado. pág. 24.

1.2.3. ESTUDIO DEL FINANCIAMIENTO DE LA EMPRESA: Conocidas las necesidades de la compañía, por el volumen y cuantía de los activos, se hace necesario pensar en los recursos requeridos para tal inversión.

1.2.4. OBJETIVO FINANCIERO: El objetivo de la gestión financiera es maximizar el valor de la empresa, este fin corresponde al propósito de los accionistas, inversionistas o dueños.¹⁶⁰⁵

1.3. ENCARGADO

1.3.1. ANALISTA FINANCIERO: Es un financista especializado a quien, con base en los estados financieros y demás información que posea sobre la empresa, le corresponde interpretar, analizar, obtener conclusiones y presentar recomendaciones, una vez haya determinado si la situación financiera y los resultados de operación de una empresa son satisfactorios o no.¹⁶⁰⁶

1.3.2. CUALIDADES Y CONDICIONES: El profesional dedicado a esta labor, debe tener un mínimo de cualidades y condiciones como las siguientes:

¹⁶⁰⁵ Ibid., pág. 25.

¹⁶⁰⁶ Ibid., pág. 27.

- Una capacidad analítica sobresaliente, de gran habilidad para la investigación.
- Poseer mística, entusiasmo, persistencia y condiciones especiales para el trabajo en equipo.
- Debe poseer sólidos y amplios conocimientos de contabilidad general y de costos.
- Debe contar con suficiente información sobre las características no financieras de la empresa que estudia. Finalmente, debe estar suficientemente enterado de las situaciones y cambios en los campos económico, político, monetario y fiscal a nivel nacional e internacional.¹⁶⁰⁷

1.4. MERCADO FINANCIERO

1.4.1. TIPOS

1.4.1. MERCADO MONETARIO: Relaciones financieras entre proveedores y demandadores de fondos a corto plazo.

1.4.2. MERCADO DE CAPITALES: Relaciones financieras constituidas por instituciones y acuerdos que permiten realizar transacciones a los proveedores y a los solicitantes de fondos a largo plazo.¹⁶⁰⁸

1.5. AUDITORIA

1.5.1. DEFINICION: La auditoria de cuentas, es un servicio que se presta a la empresa revisada y que afecta e interesa no sólo a la empresa, sino también a terceros que mantengan relaciones con la misma, para que todos ellos puedan

¹⁶⁰⁷ Ibid., pág. 27.

¹⁶⁰⁸ Lawrence J, Gitman. Administración Financiera Básica. pág. 24.

conocer la calidad de la información económico – contable sobre la cual versa la opinión emitida por el auditor de cuentas.¹⁶⁰⁹

2. ANALISIS FINANCIERO

2.1. DEFINICIÓN: Es el proceso que comprende la recopilación, interpretación, comparación y estudio de los estados financieros y datos operacionales de un negocio.¹⁶¹⁰

2.2. A QUIÉN LE INTERESA

- Administración de la empresa
- Inversionistas
- Bancos y acreedores en general
- Las cámaras de comercio
- Las bolsas de valores
- La administración de impuestos

2.3. HERRAMIENTAS DEL ANÁLISIS: Se refiere a la información que sirve de punto de partida para el estudio, es decir , la materia prima del análisis financiero.

2.4. TIPOS DE ANALISIS FINANCIEROS

¹⁶⁰⁹ Urías Valiente, Jesús. Análisis de Estados Financieros. pág. 14.

¹⁶¹⁰ Ortiz Amaya, Héctor. Análisis financiero Aplicado. pág. 28.

2.4.1. INTERNO: Tiene lugar cuando el analista tiene acceso a los libros y registros detallados de la compañía y puede comprobar por sí mismo toda la información relativa al negocio, en sus partes financieras y no financieras.

2.4.2. EXTERNO: Es aquel en el cual no se tiene acceso la totalidad de la información de la empresa y por consiguiente el analista tiene que depender de la poca información que le sea suministrado o encuentre publicada, sobre la cual deben hacer la evaluación y obtener sus conclusiones los bancos, los acreedores en general y algunos inversionistas.¹⁶¹¹

3. ESTADOS FINANCIEROS

3.1. DEFINICION: Son informes periódicos acerca de la situación del negocio, los progresos de la administración y los resultados obtenidos durante el periodo que se estudia; constituyen una combinación de hechos registrados, convenciones contables y juicios personales¹⁶¹². Otra definición indica que los Estados Financieros son aquellos que reflejan la recopilación, tabulación y resumen final de la información contable. Básicamente se elaboran cuatro estados: 1. Estado de situación financiera, 2. Estado de resultados, 3. Estado de flujo de efectivo y 4. Estado de utilidades retenidas.¹⁶¹³

¹⁶¹¹ Ibid., pág. 32.

¹⁶¹² Ibid., pág. 46.

¹⁶¹³ Kieso, Donald E. Y Weygandt, Jerry J. Contabilidad Intermedia. pág. 70.

3.2. NATURALEZA

3.2.1. HECHOS REGISTRADOS: Se refieren a los datos sacados en los registros contables, tales como la cantidad de efectivo o el valor de las obligaciones.

3.2.2. CONVENCIONES CONTABLES: Se relacionan con ciertos procedimiento y supuestos, tales como la forma de valorizar los activos, la capitalización de ciertos gastos, etc.

3.2.3. JUICIO PERSONAL: Hace referencia a las decisiones que puede tomar el contador en cuanto a utilizar un determinado método de depreciación o valorización de inventarios, amortizar el intangible en un término más corto o más largo, etc.¹⁶¹⁴

3.3. CLASES

3.3.1. ESTADOS FINANCIEROS COMPPLEMENTARIOS

¹⁶¹⁴ Ortiz. Op. cit., pág. 46.

3.3.1.1. ESTADO DE FLUJO DE FONDOS: Este estado resulta de la comparación del balance general en dos fechas determinadas. De esta manera se deduce, aunque con algunas limitaciones, de dónde obtuvo una empresa recursos financieros y que destinación le dio a esos recursos.

3.3.1.2. ESTADO DE FLUJO DE CAJA: Trata de establecer las entradas y salidas de efectivo que ha tenido o puede tener una compañía en el futuro, se diferencia del flujo de fondos, en que éste trata todos los recursos financieros de la empresa sin distinguir si son de efectivo o no, mientras que el estado de caja se limita solamente a los ingresos y egresos de efectivo.

3.3.1.3. ESTADO DE CAMBIOS EN CAPITAL DE TRABAJO: Este estado explica los cambios entre dos fechas determinadas, ha experimentado el capital de trabajo neto de una empresa, considerando las fuentes o usos ajenos al mismo capital de trabajo que originaron tales cambios.

3.3.1.4. ESTADO DE SUPERAVIT GANADO: Establece la variación en el superávit ganado de un periodo a otro, distinguiendo entre las utilidades que permanecen en la compañía y las que han sido distribuidas a los accionistas o utilizadas para otros fines como donaciones, fundaciones, etc.¹⁶¹⁵

4. TIPOS DE ANÁLISIS

¹⁶¹⁵ Ibid., pág. 83.

4.1. ANALISIS VERTICAL

4.1.1. DEFINICIÓN: Consiste en tomar un solo estado financiero y relacionar cada una de sus partes con un total determinando dentro del mismo estado, el cual se denomina cifra base. Es un análisis estático, pues estudia la situación financiera en un momento determinado, sin considerar los cambios ocurridos a través del tiempo.

4.2. ANALISIS HORIZONTAL

4.2.1. DEFINICIÓN: Se ocupa de los cambios en las cuentas individuales de un periodo a otro y por lo tanto, requiere de dos o más estados financieros de la misma clase, presentados para períodos diferentes. Es un análisis dinámico, porque se ocupa del cambio o movimiento de cada cuenta de un período a otro.

4.2.2. CRITERIOS A TENER EN CUENTA

4.2.2.1. ACTIVO

- VARIACIONES EN CUENTAS POR COBRAR: Pueden haber sido originados por aumento o disminución en las venta o por cambios en sus condiciones.

- VARIACIONES EN LOS INVENTARIOS: Lo más importantes es determinar si realmente hay cambios en la cantidad, o solamente se presenta un efecto del incremento en los precios.
- VARIACIONES ACTIVOS FIJOS: El analista debe preguntarse si una ampliación de la planta se justifica, si los incrementos que esto genera en la producción están respaldados por la capacidad del mercado, etc.¹⁶¹⁶

4.2.2.2. PASIVOS

- VARIACIONES PASIVO CORRIENTE: Pueden indicar cambios en la política de financiamiento, aumentos en la tasa de interés, etc.
- VARIACIONES EN LOS PASIVOS: Pueden ser causados por incrementos en la planta de personal, modificaciones de la legislación laboral o negociaciones colectivas de trabajo.

4.2.2.3. PERDIDAS Y GANANCIAS

- VARIACIONES EN VENTAS NETAS: Se debe examinar si su incremento obedece a cambios en volumen, o solamente al cambio en el nivel de precios. Al encontrar variaciones en las ventas netas, se debe indagar, si se han originado por modificaciones en el volumen de unidades transado o por

¹⁶¹⁶ Ibid., pág. 113.

modificaciones en el volumen de unidades o por modificaciones en los precios.¹⁶¹⁷

- **VARIACIONES EN COSTOS DE VENTAS Y GASTOS DE OPERACIÓN:** Debe existir una relación directa entre los cambios experimentados por el costo de las ventas y los que se tienen en las ventas netas. Si el crecimiento de los costos y los gastos de operación es inferior al crecimiento en las ventas, el margen de utilidad operacional se verá beneficiado.¹⁶¹⁸

En cuanto a las variaciones en el costo de ventas y gastos de operación, en general, debe darse una relación directa entre las variaciones dadas en el costo de ventas y los cambios que se dan en el valor de las ventas netas.¹⁶¹⁹

5. RAZONES E INDICADORES FINANCIEROS

5.1. **DEFINICIÓN:** Una razón o indicador financiero es la relación entre dos cuentas de los estados financieros básicos (balance general y estado de pérdidas y ganancias) que permite señalar los puntos fuertes y débiles de un

¹⁶¹⁷ Badillo, Guillermo V. Y Gaitán, Martha. Modelo para el Análisis Financiero en la Pequeña y Mediana Empresa. pág. 90.

¹⁶¹⁸ Ortiz . Op. cit., pág. 114.

¹⁶¹⁹ Badillo. Gaitán. Op. cit., pág. 90.

negocio y establecer probabilidades y tendencias. Los indicadores no dicen nada por sí mismo y por consiguiente es necesario compararlos contra algo.¹⁶²⁰

Otra definición mucho más sencilla es: Es una relación entre dos cantidades de los estados financieros de una empresa, la cual se obtiene dividiendo una cantidad entre otra.¹⁶²¹

5.2. ANÁLISIS DE LAS RAZONES: Comprende el uso de los métodos de cálculo e interpretación de razones o índices financieros a fin de determinar el desempeño y la posición de la empresa.¹⁶²²

5.3. PROPOSITO: El propósito de usar razones en los análisis financiero es reducir la cantidad de datos a una forma práctica y darle un mayor significado a la información; las razones financieras son especialmente significativas cuando se utilizan para comparar diversos períodos y cuando se comparan con los promedios de su industria (sector o subsector a que pertenece la empresa).¹⁶²³

5.4. CLASIFICACIÓN DE INDICADORES FINANCIEROS

5.4.1. INDICADOR DE LIQUIDEZ: Estas razones se utilizan a fin de ayudar a determinar la capacidad de la empresa, para pagar sus pasivos de corto plazo

¹⁶²⁰ Ortiz. Op. cit., pág. 174.

¹⁶²¹ Badillo. Gaitán. Op. cit., pág. 91.

¹⁶²² Lawrence J, Gitman. Administración Financiera Básica. pág. 84.

¹⁶²³ Badillo. Gaitán. Op. cit., pág. 91.

y para poder apreciar la facilidad o dificultad de la misma para pagar sus pasivos corrientes con la venta de activos corrientes.

5.4.1.1. RAZON CORRIENTE: Determina a corto plazo, cómo la empresa cumple sus compromisos.

$$\text{Formula} = \frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}^{1624}$$

5.4.1.2. PRUEBA ÁCIDA: Permite ver la capacidad de la empresa para pagar sus obligaciones corrientes con base en sus activos de mayor liquidez (efectivo, inversiones temporales, cuentas por cobrar y cualquier otro activo de fácil liquidez que no corresponda a inventarios) , sin necesidad de vender sus existencias.¹⁶²⁵

$$\text{Formula} = \frac{\text{Activo Corriente} - \text{Inventarios}}{\text{Pasivo Corriente}}^{1626}$$

5.4.2. INDICADORES DE ENDEUDAMIENTO: Tienen por finalidad medir en qué grado y de qué manera están participando los diferentes acreedores dentro del financiamiento de la empresa. Así mismo, permite apreciar que riesgos corren dichos acreedores y los dueños y socios de la empresa.¹⁶²⁷

¹⁶²⁴ Ibid., pág. 34.

¹⁶²⁵ Ibid., pág. 35.

¹⁶²⁶ Ortiz Amaya, Héctor. Análisis financiero Aplicado. pág. 175.

¹⁶²⁷ Badillo. Gaitán. Op. cit., pág. 35.

5.4.2.1. NIVEL DE ENDEUDAMIENTO: Establece el porcentaje de participación de los acreedores dentro de la empresa.¹⁶²⁸

$$\text{Formula} = \frac{\text{Total Pasivos con Terceros}}{\text{Total Activo}}^{1629}$$

5.4.2.2. CONCENTRACIÓN DE ENDEUDAMIENTO EN EL CORTO PLAZO: Indica qué porcentaje del total de los pasivos tiene vencimiento corriente (o dentro de un año).¹⁶³⁰

$$\text{Formula} = \frac{\text{Pasivo Corriente}}{\text{Pasivo Total con Terceros}}^{1631}$$

5.4.2.3. NÚMERO DE VECES QUE SE GANA EL INTERÉS: Establece cómo los gastos financieros inciden sobre las utilidades de la empresa. Permite establecer en otras palabras, la incidencia de los gastos financieros en las utilidades de la empresa.

$$\text{Formula} = \frac{\text{Utilidad antes de impuesto e intereses}}{\text{Interés Pagados}}^{1632}$$

5.4.2.4. LEVERAGE O APALANCAMIENTO: Estos indicadores, permiten determinar el riesgo que corre la inversión de los dueños de la empresa y de los acreedores.

¹⁶²⁸ Ibid., pág. 36.

¹⁶²⁹ Ortiz. Op. cit., pág. 175.

¹⁶³⁰ Badillo. Gaitán. Op. cit., pág. 36.

¹⁶³¹ Ortiz. Op. cit., pág. 175.

¹⁶³² Badillo. Gaitán. Op. cit., pág. 37.

Son otro medio para analizar el endeudamiento. Entre más altos sean estos indicadores, mejor será la situación para la empresa¹⁶³³.

5.4.2.5. LEVERAGE TOTAL:

$$\text{Formula} = \frac{\text{Pasivo Total con Terceros}}{\text{Patrimonio}}$$

5.4.2.6. LEVERAGE A CORTO PLAZO: Este indicador relaciona el pasivo corriente con el patrimonio, señalando el grado de concentración de endeudamiento a corto plazo.¹⁶³⁴

$$\text{Formula} = \frac{\text{Total Pasivo Corriente}}{\text{Patrimonio}}^{1635}$$

5.4.2.7. LEVERAGE FINANCIERO TOTAL: Capacidad de utilización de los cargos financieros fijos a fin de incrementar los efectos de los cambios en la utilidades antes de impuestos e intereses (UAI) sobre las utilidades por acción (UPA).¹⁶³⁶

$$\text{Formula} = \frac{\text{Pasivo Total con Entidades Financieras}}{\text{Patrimonio}}^{1637}$$

¹⁶³³ Ibid., pág. 38.

¹⁶³⁴ Badillo. Gaitán. Op. cit., pág. 50.

¹⁶³⁵ Ortiz. Op. cit., pág. 175.

¹⁶³⁶ Lawrence J, Gitman. Administración Financiera Básica. pág. 135.

¹⁶³⁷ Ortiz. Op. cit., pág. 175.

5.4.3. INDICADORES DE ROTACION O DE ACTIVIDAD: Tratan de medir la eficiencia con la cual una empresa utiliza sus activos y ello está en función de la velocidad de la recuperación de los recursos aplicados en tales activos. Se parte del principio de que es inconveniente poseer activos improductivos y que toda empresa debe perseguir los mejores resultados con el mínimo de inversión.

5.4.3.1. ROTACIÓN DE CARTERA : Mide la eficiencia de la empresa en la utilización de los activos, según la velocidad de recuperación de las cuentas por cobrar.¹⁶³⁸

$$\text{Formula} = \frac{\text{Ventas a Crédito en el Período}}{\text{Cuentas por Cobrar Promedio}}^{1639}$$

5.4.3.2. PERIODO DE PROMEDIO DE COBRO (DÍAS)

$$\text{Formula} = \frac{\text{Cuentas por Cobrar Promedio} * 365}{\text{Ventas a Crédito}}$$

$$= \frac{365}{\text{No. de veces que rotas las Cuentas por Cobrar}}$$

5.4.3.3. ROTACIÓN DE INVENTARIOS: Con este índice se mide la rapidez con que los recursos invertidos en inventarios se convierten en cuentas por cobrar o en dinero en efectivo.¹⁶⁴⁰

¹⁶³⁸ Badillo, Guillermo. y Gaitán Martha. Modelo para el Análisis Financiero en la Pequeña y Mediana Empresa. pág. 39.

¹⁶³⁹ Ortiz. Op. cit., pág. 175.

¹⁶⁴⁰ Badillo. Gaitán. Op. cit., pág. 40.

5.4.3.4. ROTACIÓN DE INVENTARIOS DE EMPRESAS COMERCIALES

- ROTACIÓN INVENTARIO DE MERCANCÍAS (Veces)

$$\text{Formula} = \frac{\text{Costo Mercancías Vendidas}}{\text{Inventario Promedio de Mercancías}}$$

- DÍAS DE INVENTARIOS A MANO

$$\begin{aligned} \text{Formula} &= \frac{\text{Inventario Promedio} * 365}{\text{Costo Mercancías Vendidas}} \\ &= \frac{365}{\text{Rotación de Inventario de mercancías}^{1641}} \end{aligned}$$

5.4.3.5. ROTACION DE INVENTARIOS DE EMPRESAS INDUSTRIALES

- ROTACIÓN INVENTARIO DE MATERIAS PRIMAS (Veces)

$$\text{Formula} = \frac{\text{Costo de la Materia Prima Utilizada}}{\text{Inventario Promedio de Materias Primas}^{1642}}$$

- DÍAS DE INVENTARIOS DE MATERIA PRIMA A MANO

$$\begin{aligned} \text{Formula} &= \frac{\text{Inventario Promedio} * 365}{\text{Costo Materia Prima Utilizada}} \\ &= \frac{365}{\text{Rotación de Inventario de materia prima}} \end{aligned}$$

¹⁶⁴¹ Ortiz. Op. cit., pág. 175.

¹⁶⁴² Ibid., pág. 176.

Rotación de Materias Primas

- ROTACIÓN DE PRODUCTOS EN PROCESO (VECES)

$$\text{Formula} = \frac{\text{Costo de Producción}}{\text{Inventario Promedio de Productos en proceso}}$$

- DÍAS DE INVENTARIO DE PRODUCTOS EN PROCESO

$$\begin{aligned} \text{Formula} &= \frac{\text{Inventario Promedio} * 365}{\text{Costo de Producción}} \\ &= \frac{365}{\text{Rotación de Productos en Proceso}} \end{aligned}$$

- ROTACIÓN DE PRODUCTOS TERMINADOS (VECES)

$$\text{Formula} = \frac{\text{Costo de Ventas}}{\text{Inventario Promedio de Productos terminados}}$$

- DÍAS DE INVENTARIOS DE PRODUCTOS TERMINADOS

$$\begin{aligned} \text{Formula} &= \frac{\text{Inventario Promedio} * 365}{\text{Costo de Ventas}} \\ &= \frac{365}{\text{Rotación de Productos Terminados}} \end{aligned}$$

Rotación de Productos Terminados¹⁶⁴³

5.4.3.6. ROTACIÓN DE ACTIVOS FIJOS (VECES)

$$\text{Formula} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Activo Fijo Bruto}}$$

5.4.3.7. ROTACIÓN DE ACTIVOS OPERACIONALES (VECES)

$$\text{Formula} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Activo Operacionales Bruto}^{1644}}$$

5.4.3.8. ROTACIÓN DE ACTIVOS (VECES)

$$\text{Formula} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Activo Totales Brutos}^{1645}}$$

5.4.4. INDICADORES DE RENDIMIENTO: Son también de rentabilidad o lucratividad. Facilitan la medición de la efectividad administrativa empresarial, para el control de costos y gastos, a fin de lograr la mayor utilidad en las ventas de su producción.¹⁶⁴⁶

5.4.4.1. MARGEN BRUTO DE UTILIDAD

$$\text{Formula} = \frac{\text{Utilidad Bruta}}{\text{Ventas}}$$

¹⁶⁴³ Ibid., pág. 176.

¹⁶⁴⁴ Ibid., pág. 176.

¹⁶⁴⁵ Ibid., pág. 177.

¹⁶⁴⁶ Badillo. Gaitán. Op. cit., pág. 42.

Ventas Netas

5.4.4.2. MARGEN OPERACIONAL DE UTILIDAD

$$\text{Formula} = \frac{\text{Utilidad Operacional}}{\text{Ventas Netas}}^{1647}$$

5.4.4.3. MARGEN NETO DE UTILIDAD

$$\text{Formula} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas Netas}}$$

5.4.4.4. RENDIMIENTO DEL PATRIMONIO

$$\text{Formula} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio}}$$

5.4.4.5. RENDIMIENTO DE ACTIVOS TOTALES

$$\text{Formula} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activos Total Bruto}}^{1648}$$

6. SISTEMA DUPONT

6.1. DEFINICIÓN: Es una forma de integrar un indicador de rentabilidad con otro de actividad para establecer si el rendimiento de la inversión proviene de la

¹⁶⁴⁷ Ortiz . Op. cit., pág. 177.

¹⁶⁴⁸ Ibid., pág. 178.

eficiencia en el uso de los recursos para producir ventas o del margen neto de utilidad que tales ventas genera.¹⁶⁴⁹

6.2. FORMULA: Su formula es:

$$\text{Rendimiento de Inversión} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Ventas}} \times \frac{\text{Ventas}}{\text{Activo total}}$$

$$\text{Rendimiento de Inversión} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Activo total}}$$

6.3. RELACIÓN ENTRE INDICADORES: Con el fin de lograr una visión integral sobre la empresa, es conveniente estudiar la interrelación dada entre algunos indicadores y no sólo calcular y analizar cada razón en forma independiente. Tal interrelación permite establecer el efecto de unos indicadores sobre otros y llegar a conclusiones globales que le dejen ver a la empresa, en forma clara, su situación financiera real.¹⁶⁵⁰

6.3.1. ENTRE INDICADORES DE LIQUIDEZ Y DE ACTIVOS: La razón corriente puede verse apoyada o deteriorada por las rotaciones de cartera e inventarios. Para el análisis de esta relación se debe observar qué peso tienen las cuentas por cobrar y los inventarios dentro del activo corriente y cuál es su rotación.

¹⁶⁴⁹ Ibid., pág. 177.

¹⁶⁵⁰ Badillo. Gaitán. Op. cit., pág. 60.

6.3.2. ENTRE INDICADORES DE ENDEUDAMIENTO Y LOS INDICADORES DE RENDIMIENTO: Una relación importante de estudiar es la existencia entre el nivel de endeudamiento y el margen neto de rentabilidad. Los gastos financieros disminuyen la utilidad operacional y hacen que se reporte utilidad o pérdida neta. Estos gastos financieros son los intereses generados por los pasivos y por consiguiente, sus cuantías tienen una estrecha relación con el nivel de endeudamiento de la empresa.¹⁶⁵¹

7. FLUJO DE FONDOS

7.1. DEFINICIÓN: Es un estado financiero auxiliar o complementario que resulta de la comparación del balance general de dos fechas determinadas.; de tal manera se deduce de dónde obtuvo una empresa recursos financieros y qué destinación se dio a tales recursos . Un estado de flujo de fondos es de considerable ayuda para los gerentes financieros o para un evaluador de crédito, porque permite ver el empleo de fondos que ha hecho la empresa y la forma en que estas utilizaciones fueron financiadas.¹⁶⁵²

7.2. PRESENTACIÓN

7.2.1. CON BASE EN LA VARIACIÓN DEL CAPITAL NETO DE TRABAJO

¹⁶⁵¹ Ortiz Op. cit., pág. 178.

¹⁶⁵² Ibid., pág. 213.

7.2.1.1. CARACTERÍSTICAS

- No se toman las variaciones individuales del activo y pasivo corriente. En su lugar, en el último renglón del flujo de fondos, se incluye la variación positiva o negativa que haya experimentado el capital neto de trabajo
- Las variaciones diferentes al capital neto de trabajo se toman con relativo detalle.
- La generación interna de recursos incorpora a la utilidad neta la depreciación y las amortizaciones de activos diferidos, pero no incluyen las provisiones para cesantías y jubilaciones.
- No permite conocer qué pasa internamente con las diferentes cuentas que conforman el capital neto de trabajo.

7.2.2. CON BASE EN LA VARIACIÓN DEL EFECTIVO

7.2.2.1. CARACTERÍSTICAS

- Se detallan las variaciones en las cuentas del activo y pasivo corrientes.
- La generación interna de recursos, además de la utilidad neta del ejercicio, incorpora los cargos por amortización de activos diferidos y las provisiones para cesantías, jubilaciones e impuesto de renta.

- La variación en el efectivo no queda incluida ni en las fuentes ni en los usos, sino que aparece en la parte final del flujo como una cuenta de cuadro.

7.2.3. CON ÉNFASIS EN EL CRECIMIENTO DE LA EMPRESA Y SU FINANCIACIÓN

7.2.3.1. CARACTERÍSTICAS

- Corresponde a la presentación más detallada, permitiendo un análisis más a fondo de los aspectos operativos y de financiación de la empresa.
- Las fuentes y usos no están claramente divididos, por el contrario, se entremezclan para generar subtotales que constituyen los principales puntos de análisis.
- Las variaciones en las diferentes cuentas de los estados financieros básicos no presentan el calificativo de aumentos o disminuciones, pudiendo ser fuentes o usos.¹⁶⁵³

8. PROYECCIONES FINANCIERAS

8.1. DEFINICIÓN: Es la proyección sistemática de los acontecimientos y las acciones que se esperan de la administración, en forma de programas, presupuesto o informes sobre el estado de las cuentas.¹⁶⁵⁴

¹⁶⁵³ Ibid., pág. 253.

¹⁶⁵⁴ Ibid., pág. 267.

8.2. COMO ELABORAR PROYECTOS: Si se trata de una empresa que ya esta en marcha, antes de realizar alguna proyección financiera es necesario recolectar información histórica de los principales estados financieros de la empresa objeto de análisis, así mismo se deben prepara las bases que sustenten todas las cifras de los estados proyectados. Estas bases tienen fundamento en la situación económica general, el estudio de mercado para los producto de la empresa, la situación de la competencia, la perspectivas del sector al cual pertenece la empresa y la tendencia de egresos e ingresos de la misma, entre otras fuentes.¹⁶⁵⁵

8.3. PRESUPUESTO DE CAJA

8.3.1. DEFINICIÓN: Es una herramienta que permite determinar las necesidades futuras de fondos, planear la forma de financiar dichas necesidades, prever las posibilidades de invertir los excedentes de tesorería y ejercer un control sobre la liquidez de la firma. El presupuesto de caja puede cubrir cualquier período de tiempo, pero entre más corto sea dicho periodo se tendrá mayor exactitud y mejor control sobre el mismo.¹⁶⁵⁶

CAPITULO XII

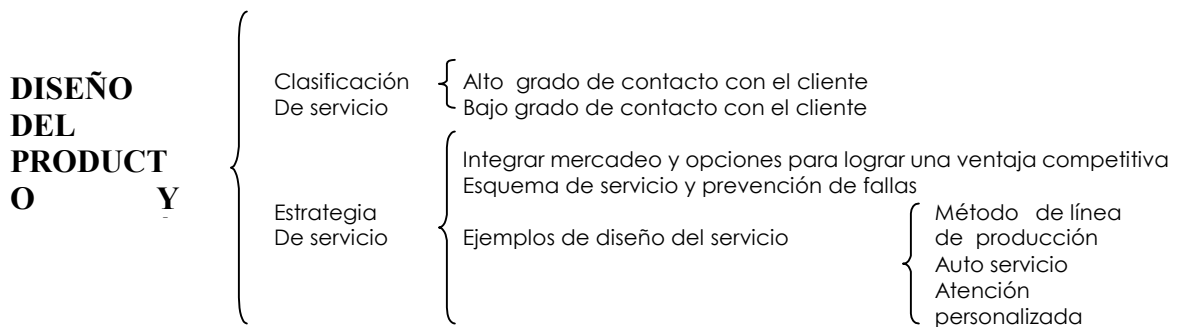
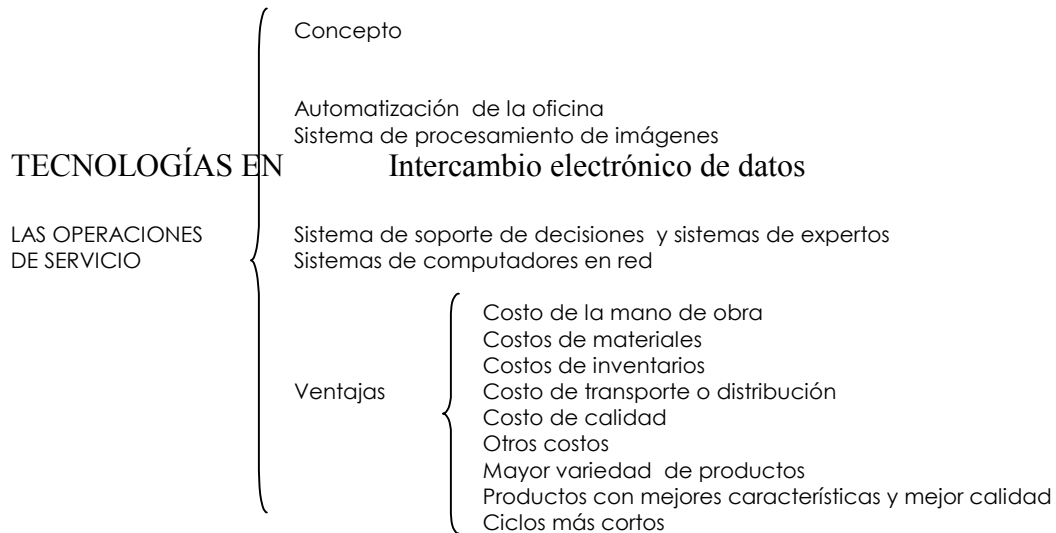
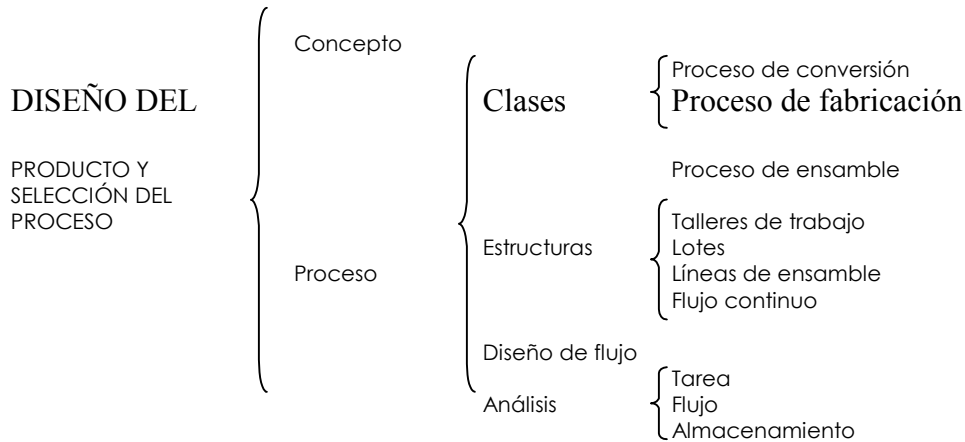
¹⁶⁵⁵ Ibid., pág. 329.

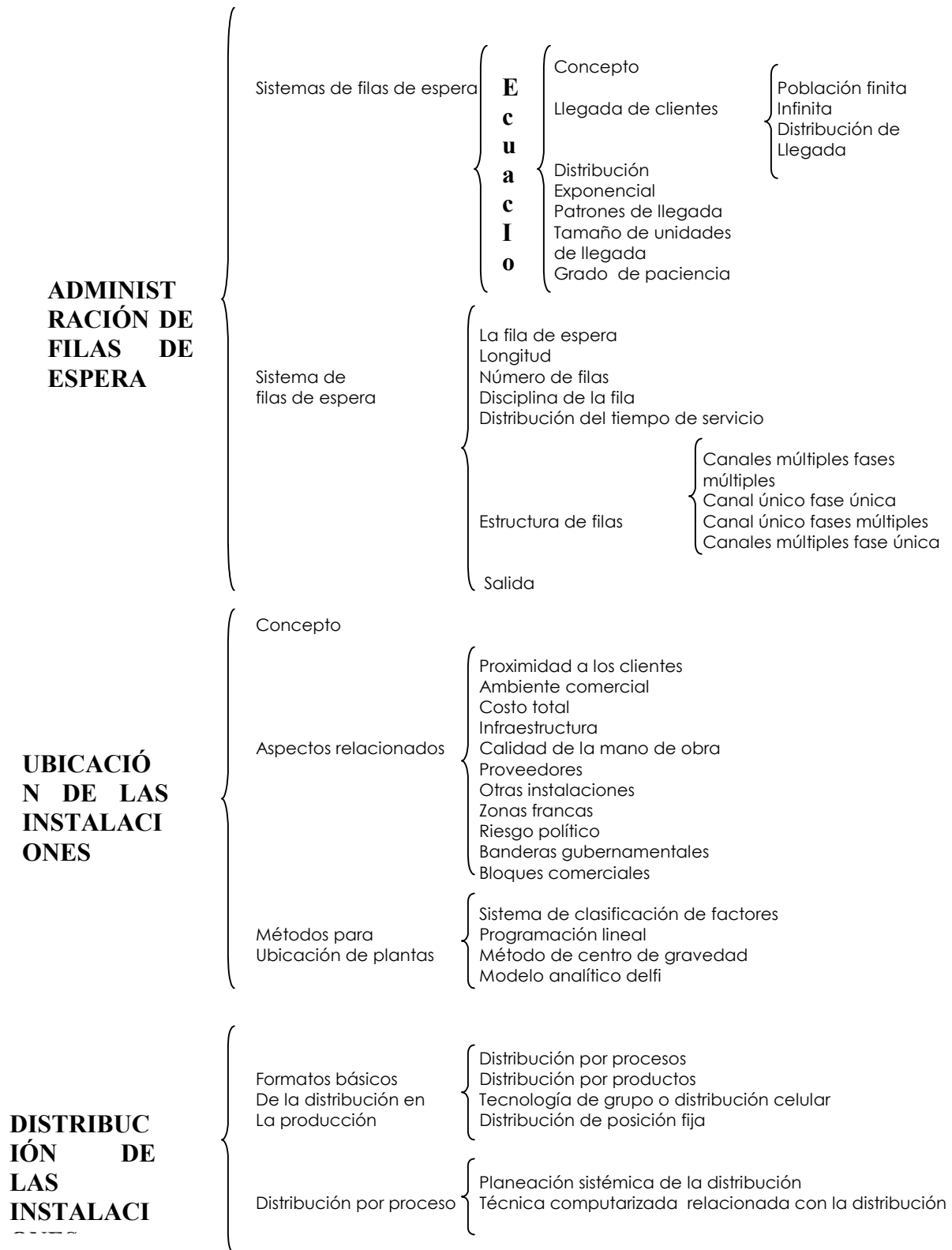
¹⁶⁵⁶ Ibid., pág. 331.

DESCRIPCIÓN DE MATERIAS DE PRODUCCION

Para visualizar el contexto general en el que se subdivide las materias correspondientes al área producción de servicio se requiere de una estructura de árbol, que es la división de un tema en sus partes componentes desde lo más general hasta lo más específico generando una sinopsis de terminología pertinente a dicho tema, que presente los contenidos en términos específicos de cada uno de estos, dicha estructura se presenta a continuación:

PRODUCCIÓN Y LOGÍSTICA





DISTRIBUCIÓN DE LAS INSTALACIONES

Distribución por producto

Distribución por procesos
Distribución por productos
Tecnología de grupo o distribución celular
Distribución de posición fija

Distribución por servicio
Al detal

Distribución de las oficinas

MANEJO DE LA CADENA DE

Concepto

Conceptos básicos

Hacer o comprar
Outsourcing
Densidad del valor

Compras

Concepto
Organización de las compras
La firma como proveedor
Relaciones entre sociedades (comprador - vendedor)
Selección del proveedores mediante el proceso de jerarquía analítica
Compras JIT (Just in time)

Outsourcing Global

Compras en el Mercado internacional
Distribución internacional

Flujos de información Electrónica

Respuesta rápida (QR)
Respuesta eficiente del consumidor

PLANEACIÓN DE LA LOGÍSTICA Y LA

Visión global
Planeación jerárquica
Planeación total de la producción
Planeación total aplicada a los servicios

Técnicas

Programación nivelada
Programación lineal
Técnicas matemáticas

PROGRAMACIÓN DE LAS OPERACIONES

Centros de trabajo

Programación
Secuencia de las tareas
Normas y técnicas

Control del área de Taller

Gráfica Gantt
Control de insumo del producto
Herramientas del área de taller

Programación del Personal en el área de Servicios

Programación de los días de ausentismo consecutivo
Programación de trabajo por horas

CAPITULO XIII

GLOSARIO

DE PRODUCCION

Con el fin de conceptuar los términos que se derivan de la estructura de árbol, se presenta un completo glosario, que tiene como finalidad hacer concordar término a término y unificar significados.

PRODUCCIÓN Y LOGÍSTICA

1. DISEÑO DEL PRODUCTO Y SELECCIÓN DEL PROCESO

1.1. CONCEPTO: Es la primera decisión que se toma al crear un sistema de producción, es seleccionar el producto o servicio que se va a vender.¹⁶⁵⁷

1.2. PROCESO: El desarrollo en etapas de un producto.¹⁶⁵⁸

1.2.1. ESTRUCTURA DE FLUJO: Es la manera en que una fábrica organiza el flujo material mediante una o más de las tecnologías de proceso.¹⁶⁵⁹

1.2.2. DISEÑO DE FLUJO: Es el que se concentra en los procesos específicos que siguen las materias primas, los componentes y los subensambles a medida que pasan por la planta. Es una de las herramientas gerenciales de producción que más se utiliza en procesos.¹⁶⁶⁰

¹⁶⁵⁷ Chase B, Richard. Aquilano, Nicolas. Jacobs, Robert. Administración de Producción y Operaciones. pág. 81.

¹⁶⁵⁸ Ibid., pág. 85.

¹⁶⁵⁹ Ibid., pág. 97.

¹⁶⁶⁰ Ibid., pág. 102.

2. TÉCNICAS EN OPERACIONES DE SERVICIOS

2.1. CONCEPTO: Desarrollo de tecnologías que permitan la transmisión, procesamiento, almacenamiento y la recuperación más rápida y barata de la información. Los rápidos avances en el campo de la electrónica han redundado en varias nuevas tecnologías de información adoptadas extensivamente por el sector del servicio en las últimas décadas.

2.2. AUTOMATIZACIÓN DE LA OFICINA: Es la integración de numerosas tecnologías de oficina con procesos perfeccionados para mejorar la eficiencia y efectividad de los empleados.¹⁶⁶¹

2.3. SISTEMAS DE PROCESAMIENTO DE IMÁGENES: Son las que emplean tecnología digital y óptica moderna para scanear, almacenar y reproducir imágenes de cualquier tipo de complejidad.

2.4. INTERCAMBIO ELECTRÓNICO DE DATOS: Es el proceso mediante el cual el producto del sistema de información de una compañía se transmite electrónicamente de modo que ingrese de una manera directa al sistema de información de otra compañía sin las demoras asociadas con el correo ordinario, y sin necesidad de introducir datos en ambas empresas.¹⁶⁶²

¹⁶⁶¹ Ibid., pág. 129.

¹⁶⁶² Ibid., pág. 130.

2.5. SISTEMA DE SOPORTE DE DECISIONES Y SISTEMAS DE EXPERTOS: Brindan soporte e incluso suplantando la toma de decisiones. Son sistemas que mejoran la eficiencia de la transferencia, almacenamiento, recuperación y el procesamiento de la información.

2.6. SISTEMAS DE COMPUTADORES EN RED: Es la interconexión o conexión en red de los computadores con impresoras, fotocopadoras, máquinas de fax, etc., mediante enlaces de telecomunicación. Esta distribución de la potencia de computación a través de toda la organización también se conoce como procesamiento distribuido. Con frecuencia se logra utilizando un enfoque cliente / servidor con redes de microcomputadores de usuario final (clientes) unidas con microcomputadores o mainframes, o incluso con potentes microcomputadores que hacen las veces de servidores o servidores.¹⁶⁶³

3. DISEÑO DEL PRODUCTO Y SELECCIÓN DEL PROCESO EN EL SERVICIO

3.1. CLASIFICACIÓN

3.1.1. ALTO GRADO DE CONTACTO CON EL CLIENTE: Se refiere a la presencia física del cliente en el sistema. Son más fáciles de controlar.

¹⁶⁶³ Ibid., pág. 131.

3.1.2. BAJO GRADO DE CONTACTO CON EL CLIENTE: Se refiere a la ausencia física del cliente en el sistema. Son más difíciles de controlar y de racionalizar, pueden afectar el tiempo de demanda, la naturaleza exacta del servicio y la calidad del servicio, puesto que el cliente no participa en el proceso.¹⁶⁶⁴

3.3. ESTRATEGIA DE SERVICIO

3.3.1. ESQUEMA DE SERVICIO Y PREVENCIÓN DE FALLAS: Se refiere al diagrama de flujo como esquema del servicio para destacar la importancia del diseño del proceso. Una característica exclusiva del esquema del servicio es la distinción que hace entre los aspectos del servicio con un alto contacto con el cliente y las actividades que el cliente no ve.¹⁶⁶⁵

4. ADMINISTRACIÓN DE FILAS DE ESPERA

4.1. CONCEPTO: Buscar alternativas y solución al problema que plantea las filas de espera.¹⁶⁶⁶

¹⁶⁶⁴ Ibid., pág. 145.

¹⁶⁶⁵ Ibid., pág. 153.

¹⁶⁶⁶ Ibid., pág. 169.

4.2. ECUACIONES

4.2.1. CONCEPTO: Son ecuaciones utilizadas para dar solución al problema que genera un servicio con filas de espera.

4.2.2. LLEGADA DE CLIENTES: Como su nombre lo dice, es la llegada de clientes a un sistema de servicios puede derivarse de una población finita o una infinita.

4.2.2.1. DISTRIBUCIÓN DE LLEGADA: Es la definición de la manera en que se disponen a los clientes o las unidades de espera mientras se presta el servicio.¹⁶⁶⁷

4.2.3. DISTRIBUCIÓN ESPONENCIAL: Se utiliza cuando las llegadas a una instalación de servicios ocurren de manera puramente aleatoria. Se genera un gráfico de distribución exponencial.¹⁶⁶⁸

4.2.4. PATRONES DE LLEGADA: Utilizar las llegadas para controlar.¹⁶⁶⁹

4.3. SISTEMA DE FILA DE ESPERA: Consiste en la fila de espera y en la cantidad de servidores disponibles. En esta sección se examina temas relacionados con las características y la administración de las filas de espera, la estructura de las filas y la tasa de servicio.

¹⁶⁶⁷ Ibid., pág.172.

¹⁶⁶⁸ Ibid., pág. 173

¹⁶⁶⁹ Ibid., pág. 174

4.3.1. SALIDA: Una vez atendido el cliente, existen dos posibilidades de salida, la primera es que el cliente puede regresar a la población fuente y volverse de inmediato un candidato que compite nuevamente; o puede haber una ligera probabilidad de reservicio.¹⁶⁷⁰

5. UBICACIÓN DE LAS INSTALACIONES

5.1. CONCEPTO: contesta la pregunta ¿En qué sitio debe localizarse una instalación de servicios o una planta?. Es una cuestión fundamental en las agendas estratégicas de las compañías contemporáneas de servicios.¹⁶⁷¹

5.2. METODOS PARA UBICACIÓN DE PLANTAS

5.2.1. SISTEMA DE CLASIFICACIÓN DE FACTORES: Son técnicas generales de ubicación que más se utilizan debido a que ofrecen un mecanismo en el que se combinan factores diversos en un formato de fácil comprensión.¹⁶⁷²

5.2.2. MÉTODO DEL CENTRO DE GRAVEDAD: Es una técnica de localización de instalaciones individuales en las que se consideran las instalaciones existentes, las distancias que las separan y los volúmenes de artículos que se han de despachar. Esta técnica suele utilizarse para ubicar bodegas intermedias y de distribución. En

¹⁶⁷⁰ Ibid., pág. 178

¹⁶⁷¹ Ibid., pág. 350

¹⁶⁷² Ibid., pág. 354

su forma más sencilla, este método supone que los costos de transporte de entrada y salida son iguales y no incluye los costos especiales de despacho para las cargas que no sean completas.¹⁶⁷³

6. DISTRIBUCIÓN DE LAS INSTALACIONES

6.1. FORMATOS BÁSICOS DE DISTRIBUCIÓN EN LA PRODUCCIÓN: Son formatos según los cuales se arreglan los departamentos, están definidos por el patrón general del flujo de trabajo.¹⁶⁷⁴

6.1.1. DISTRIBUCIÓN DE POSICIÓN: Es aquel en el cual el equipo de fabricación se mueva hacia el producto y no viceversa. Los astilleros, los sitios de construcción y los cines al aire libre son ejemplos de este formato.

6.2. DISTRIBUCIÓN POR PROCESO: Se hace la distribución de acuerdo a los procesos instaurados en la empresa.¹⁶⁷⁵

6.2.1. TÉCNICA COMPUTARIZADA RELACIONADA CON LA DISTRIBUCIÓN: Son programas de distribución computarizados para ayudar a proyectar buenas distribuciones por proceso.¹⁶⁷⁶

¹⁶⁷³ Ibid., pág. 356

¹⁶⁷⁴ Ibid., pág. 374

¹⁶⁷⁵ Ibid., pág. 375

¹⁶⁷⁶ Ibid., pág. 378

6.2.3. PLANEACIÓN SISTEMICA DE LA DISTRIBUCIÓN: Se utiliza en ciertos tipos de problemas de distribución, el flujo numérico de artículos que se mueven entre los departamentos es imposible de obtener o no revela los factores cualitativos que pueden ser cruciales en la decisión de la colocación.¹⁶⁷⁷

6.3. DISTRIBUCION POR PRODUCTO: Es aquella en que los equipos o los departamentos están dedicados a una línea de productos determinados, la duplicación del equipo se utiliza para evitar la vuelta atrás y se puede lograr un flujo de línea recta del movimiento del material.¹⁶⁷⁸

6.4. DISTRIBUCIÓN POR TECNOLOGÍA DE GRUPO: La distribución por tecnología de grupo coloca maquinas disímiles en células para trabajar en productos que tengan formas y requisitos de procesamientos similares. Son ampliamente utilizados en la manufactura metálica, en la fabricación de chips de computadores y en el trabajo de ensamblaje.¹⁶⁷⁹

6.5. DISTRIBUCIÓN DE POSICIÓN FIJA: Esta caracterizada por un numero relativamente bajo de unidades de producción en comparación con los formatos de distribución por producto y distribución por proceso. Al desarrollar una distribución de posición fija, es posible visualizar el producto como el eje de una rueda con los materiales y el equipo arreglados de manera concéntrica

¹⁶⁷⁷ Ibid., pág. 380

¹⁶⁷⁸ Ibid., pág. 382

¹⁶⁷⁹ Ibid., pág. 390

alrededor del punto de producción en su orden de utilización y dificultad de movimientos.¹⁶⁸⁰

6.6. DISTRIBUCIÓN POR SERVICIO AL DETAL: Es el que busca maximizar las utilidades netas por pie cuadrado de espacio del almacén.¹⁶⁸¹

6.7. DISTRIBUCIÓN DE LAS OFICINAS: Buscan áreas mas abiertas, con espacios para el trabajo del personal, separados solo por paredes divisorias de poca altura. Las compañías han suprimido las paredes fijas para promover una mayor comunicación y un trabajo en equipo.¹⁶⁸²

7. MANEJO DE LA CADENA DE SUMINISTROS

7.1. CONCEPTO: El término cadena de suministros viene de una imagen de la manera de cómo las organizaciones están vinculadas entre sí. El resultado es una red de proveedores o una serie de cadenas. El objetivo es reducir la incertidumbre y los riesgos, afectando así positivamente los niveles de inventario, los tiempos de los ciclos, los procesos y, en últimas, los niveles de servicio al cliente final.¹⁶⁸³

¹⁶⁸⁰ Ibid., pág. 393

¹⁶⁸¹ Ibid., pág. 394

¹⁶⁸² Ibid., pág. 397

¹⁶⁸³ Ibid., pág. 466

7.2. CONCEPTOS BÁSICOS

7.2.1. HACER O COMPRAR: En el punto hacer o comprar es donde las empresas deben tomar decisiones estratégicas. El carácter completo de la empresa puede modificarse por su posición frente a esta decisión que es de vital importancia para la producción y competitividad de una compañía.¹⁶⁸⁴

7.2.2. OUTSOURISING: También llamado subcontratación, es una de las formas de decisión de hacer o comprar que ha ganado importancia en la década de los años noventa. Las organizaciones subcontratan cuando deciden comprar algo que han estado haciendo dentro de la empresa. El Outsourcing es básicamente una reversión de la decisión previa de hacer.¹⁶⁸⁵

7.2.3. DENSIDAD DEL VALOR: Es una medida importante para decidir el lugar en que los artículos deben almacenarse geográficamente. Indica el valor de un artículo por libra de peso.¹⁶⁸⁶

7.3. COMPRAS: Es el área más importante de la organización, por cuanto las dos terceras partes del costo de los bienes vendidos son artículos comprados.¹⁶⁸⁷

¹⁶⁸⁴ Ibid., pág. 467

¹⁶⁸⁵ Ibid., pág. 469

¹⁶⁸⁶ Ibid., pág. 461

¹⁶⁸⁷ Ibid., pág. 473

7.3.1. ORGANIZACIÓN DE LAS COMPRAS: Es la forma como se adecuan los cargos y las funciones del personal que labora en el departamento de compras de una organización.

7.3.2. LAS COMPRAS (JIT) JUST IN TIME: La idea básica que está detrás de dichas compras es establecer acuerdo con los vendedores para entregar pequeñas cantidades de materiales justo a tiempo para la producción.¹⁶⁸⁸

7.4. FLUJOS DE INFORMACIÓN ELECTRÓNICA: Área que esta creciendo rápidamente para tratar de agilizar la comunicación en cuanto a información que es indispensable en la producción.¹⁶⁸⁹

7.4.1. RESPUESTA RÁPIDA: La respuesta rápida esta basada en el escaneo de un código de barra y en el EDI. Su intención es crear un sistema de reposición justo a tiempo entre vendedores y minoristas.

7.4.2. RESPUESTA EFICIENTE DEL CONSUMIDOR: Es una variación de la respuesta rápida y el EDI adoptada por la industria de los supermercados como una estrategia comercial en la que los distribuidores, los proveedores y los tenderos, trabajan de manera estrecha para llevar los productos a los consumidores. El ahorro se produce por los bajos costos de la cadena de suministros y por el inventario reducido.¹⁶⁹⁰

¹⁶⁸⁸ Ibid., pág. 479

¹⁶⁸⁹ Ibid., pág. 486

¹⁶⁹⁰ Ibid., pág. 487

8. PLANEACIÓN DE LA LOGÍSTICA Y PRODUCCIÓN

8.1. PLANEACIÓN JERARQUICA: Es un término utilizado para ajustar la estructura de planeación a la organización. Los niveles de gerencia más altos utilizarían datos globales para las decisiones de alto nivel, mientras las decisiones de los talleres se tomarían utilizando datos detallados. Indica que la alta gerencia no debe involucrarse en la determinación del tamaño del lote de producción en un centro de maquinaria. De la misma manera, el supervisor de línea de producción no debe involucrarse en la planeación de nuevas líneas de productos.¹⁶⁹¹

8.2. PLANEACIÓN TÉCNICA DE LA PRODUCCIÓN: Es el que tiene que ver con el establecimiento de las tasas de producción por grupo de productos u otras categorías amplias a mediano plazo. Es el proceso mediante el cual se deriva el plan mismo. Involucra la tasa de producción, nivel de la fuerza laboral y el inventario disponible.¹⁶⁹²

9. PROGRAMACIÓN DE LAS OPERACIONES

9.1. CENTROS DE TRABAJO: Es el área de una empresa en la cual los recursos productivos se organiza y el trabajo se lleva a cabo. Puede ser una sola maquina,

¹⁶⁹¹ Ibid., pág. 552

¹⁶⁹² Ibid., pág. 553

un grupo de maquinas o un área en donde se realiza un determinado tipo de trabajo.¹⁶⁹³

9.2. PROGRAMACION DEL PERSONAL EN EL SECTOR DE LOS SERVICIOS: Busca que el programa minimice el número de trabajadores para cinco días con dos días de ausentismo consecutivos, sujetos a las demandas del programa diario de rotación del personal.¹⁶⁹⁴

¹⁶⁹³ Ibid., pág. 680

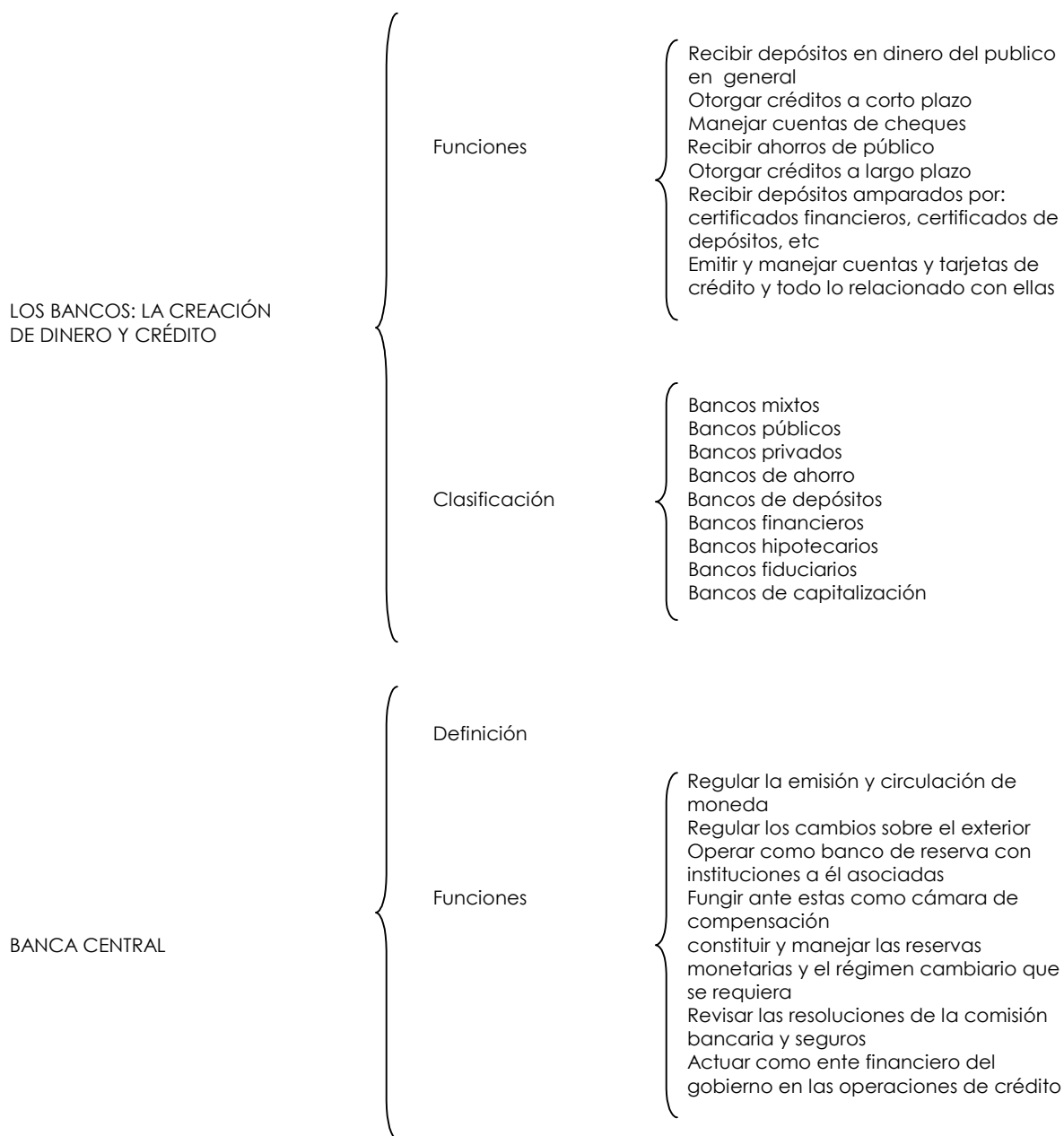
¹⁶⁹⁴ Ibid., pág. 700

CAPITULO XIV

DESCRIPCIÓN DE MATERIAS DE INSTITUCIONES DE SERVICIO

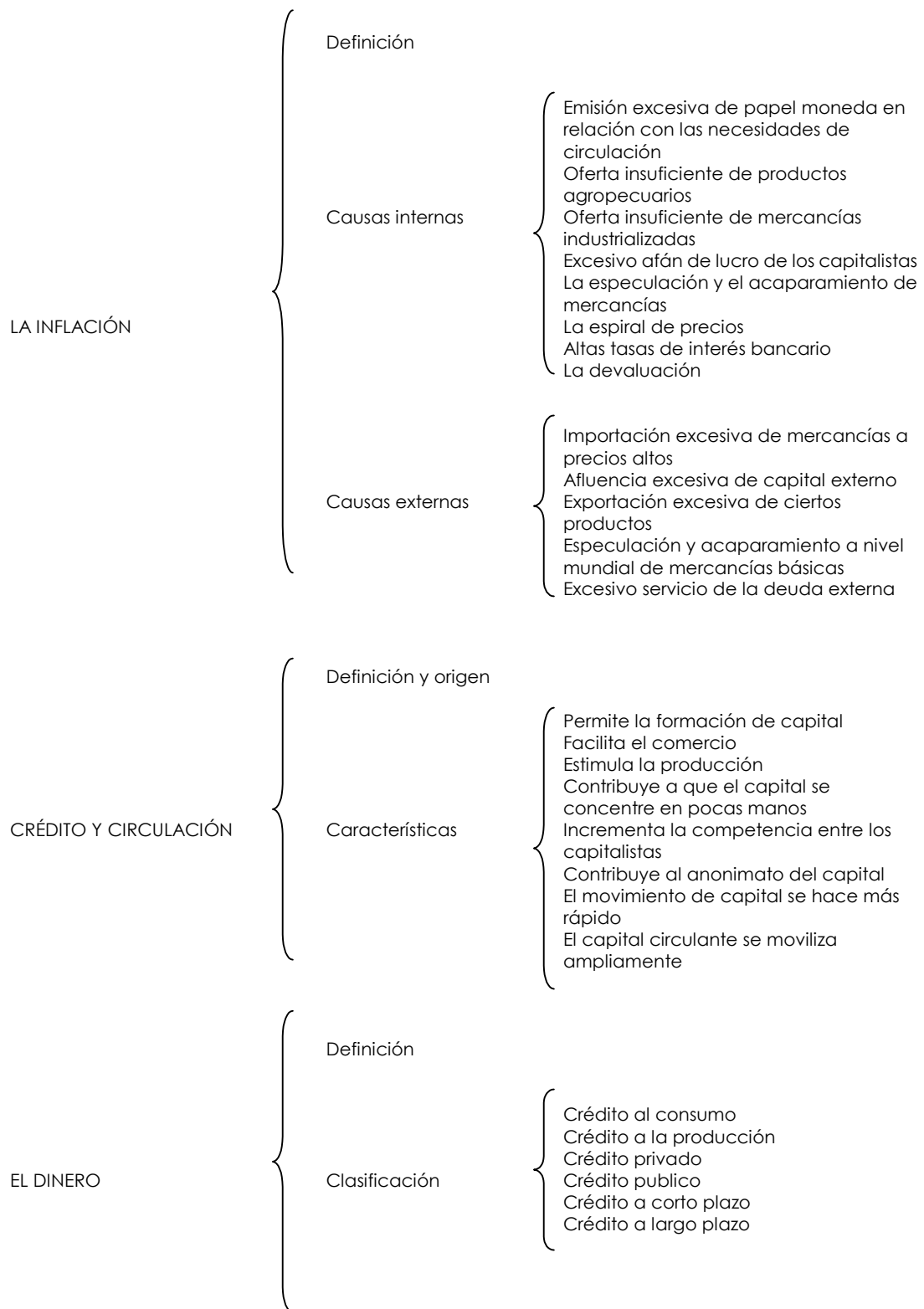
Para visualizar el contexto general en el que se subdivide las materias correspondientes al área de instituciones de servicio se requiere de una estructura de árbol, que es la división de un tema en sus partes componentes desde lo más general hasta lo más específico generando una sinopsis de terminología pertinente a dicho tema, que presente los contenidos en términos específicos de cada uno de estos, dicha estructura se presenta a continuación:

INSTITUCIONES FINANCIERAS



BOLSA DE VALORES	Definición	<ul style="list-style-type: none"> Funcionan todos los días hábiles de la semana Durante ciertas horas del día para que el número de transacciones no sea excesivas
	Características	<ul style="list-style-type: none"> Las operaciones se realizan de contado Se negocian valores públicos y privados Se ofrecen y se demandan valores de renta fija y variable Los agentes o corredores son los encargados de realizar las transacciones
EXPORTACIÓN DE CAPITALES	Exportación de capital	<ul style="list-style-type: none"> Inversión extranjera directa Inversión extranjera indirecta
	Inversión extranjera directa	<ul style="list-style-type: none"> La realizan los particulares para el establecimiento o desarrollo de toda clase de negocio en un país extranjero Significa ampliación del capital industrial Se realiza donde hay margen de seguridad Llega a países donde hay estabilidad política y economía Existen 3 mecanismos de penetración: independiente, asociándose con capital privado y fusionándose con capital público
	Inversión extranjera Indirecta	<ul style="list-style-type: none"> Se hace a través de préstamos Los créditos generalmente son públicos Los créditos se utilizan para inversiones de gran magnitud Se canaliza a obras de infraestructura
RENTA	Clases	<ul style="list-style-type: none"> Renta absoluta Renta diferencial Renta de situación
	Teorías	<ul style="list-style-type: none"> Teoría Ricardiana Teoría Marxista Teoría Marginalista

DINERO	}	Funciones	{ Medida de valores Patrón de precios Medio de cambio y circulación Medio de atesoramiento y acumulación Instrumento de pago Dinero mundial
		Características	{ Se puede transportar fácilmente Son resistentes y no sufren mucho desgaste Se puede dividir en partes que sea necesario Tiene cualidades física muy específicas
		Mundialmente ayuda	{ La compra de mercancías y servicios de una país a otro El pago de mercancías y servicios entre los países La materialización de la riqueza
SISTEMA MONETARIO	}	Concepto	{ Tiene una unidad monetaria Un patrón monetario que representa la base monetaria Tiene dinero subsidiario representado por la moneda fraccionada que facilita los pagos
		Características	
TEORÍA CUANTITATIVA DEL DINERO	}	Métodos	{ Método de transacciones Método de saldos
		Análisis crítico	{ Es valiosa porque hace clara la distribución Es tautológica Es mecaniza o estática Es un instrumento de análisis



MERCADO DE DINERO Y DE
CAPITALES

Oferta de dinero

Depósitos o ahorros a la vista
Depósitos de ahorro
Depósitos a plazo
Certificados financieros
Certificado de depósito bancario

Determinantes de oferta

La cantidad de dinero en circulación
La disponibilidad de la gente para ahorrar
El tipo de interés
La situación de la economía total
Las fluctuaciones de los precios
El tipo de política monetaria

Determinantes de la
demanda

Volumen de ingresos que reciba la gente
El deseo de comprar por adelantado
Para cubrir alguna necesidad imprevista
El deseo de especular
La situación total de la economía del país
Niveles de salarios y precios
Tasa de interés que cobran los bancos

Valores de renta variable

Ordinarias
Comunes
Nominativas
Al portador
Preferentes o privilegiadas

Valores de renta fija

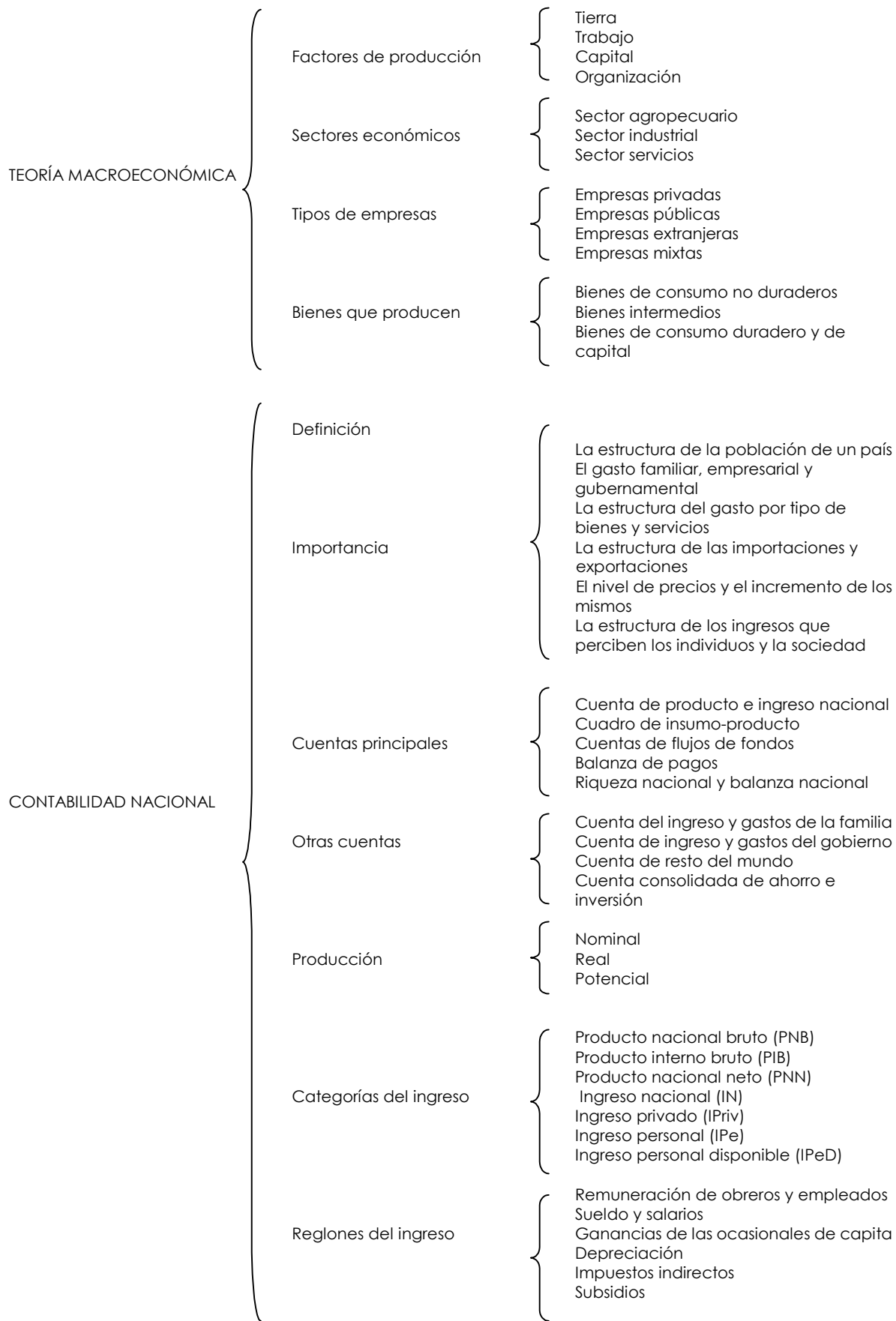
Pagan una tasa de interés baja
La mayoría se emite a largo plazo
Se emiten en moneda nacional
Generalmente son gubernamentales
Su garantía son los ingresos públicos
Su liquidez es relativamente baja
Generalmente están exentos de impuestos

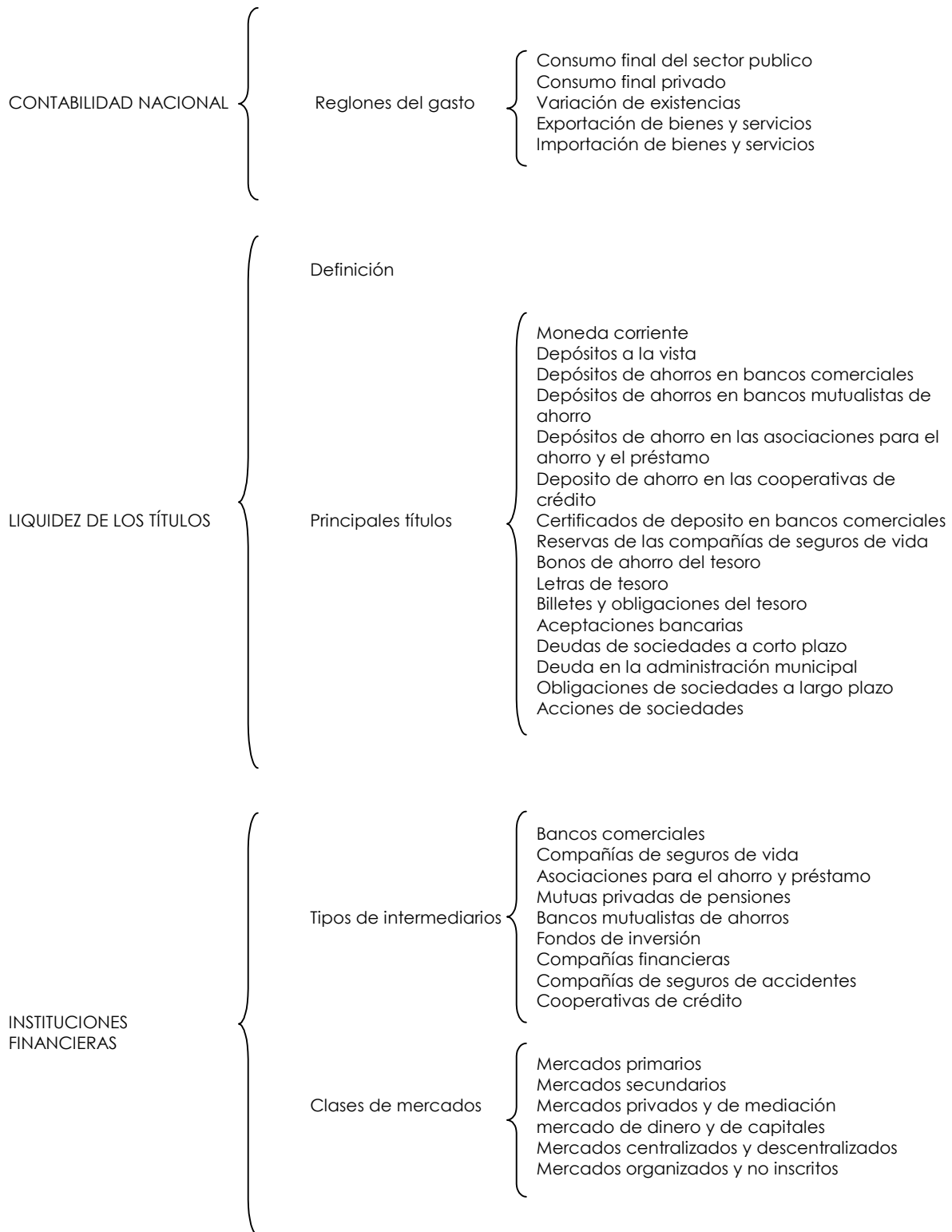
Determinantes de la oferta

El tipo de interés que paguen en los bancos
los beneficios esperados de la inversión
El movimiento del mercado de valores
La situación general de la economía
La política financiera

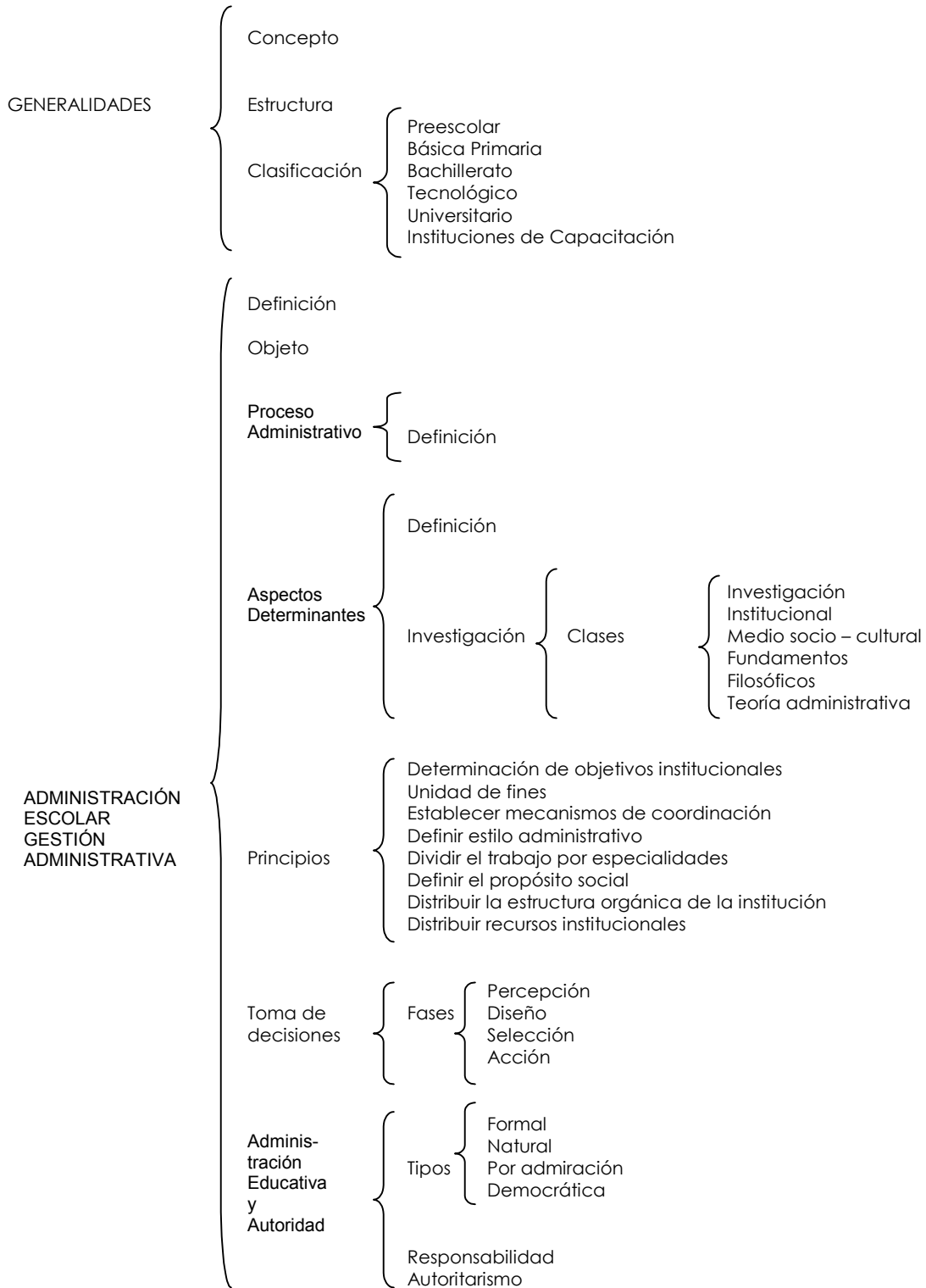
Determinantes de la demanda

Tipo de interés bancario
Rendimiento de los valores de renta fija
El movimiento del mercado de valores
La situación general de la economía
La política financiera

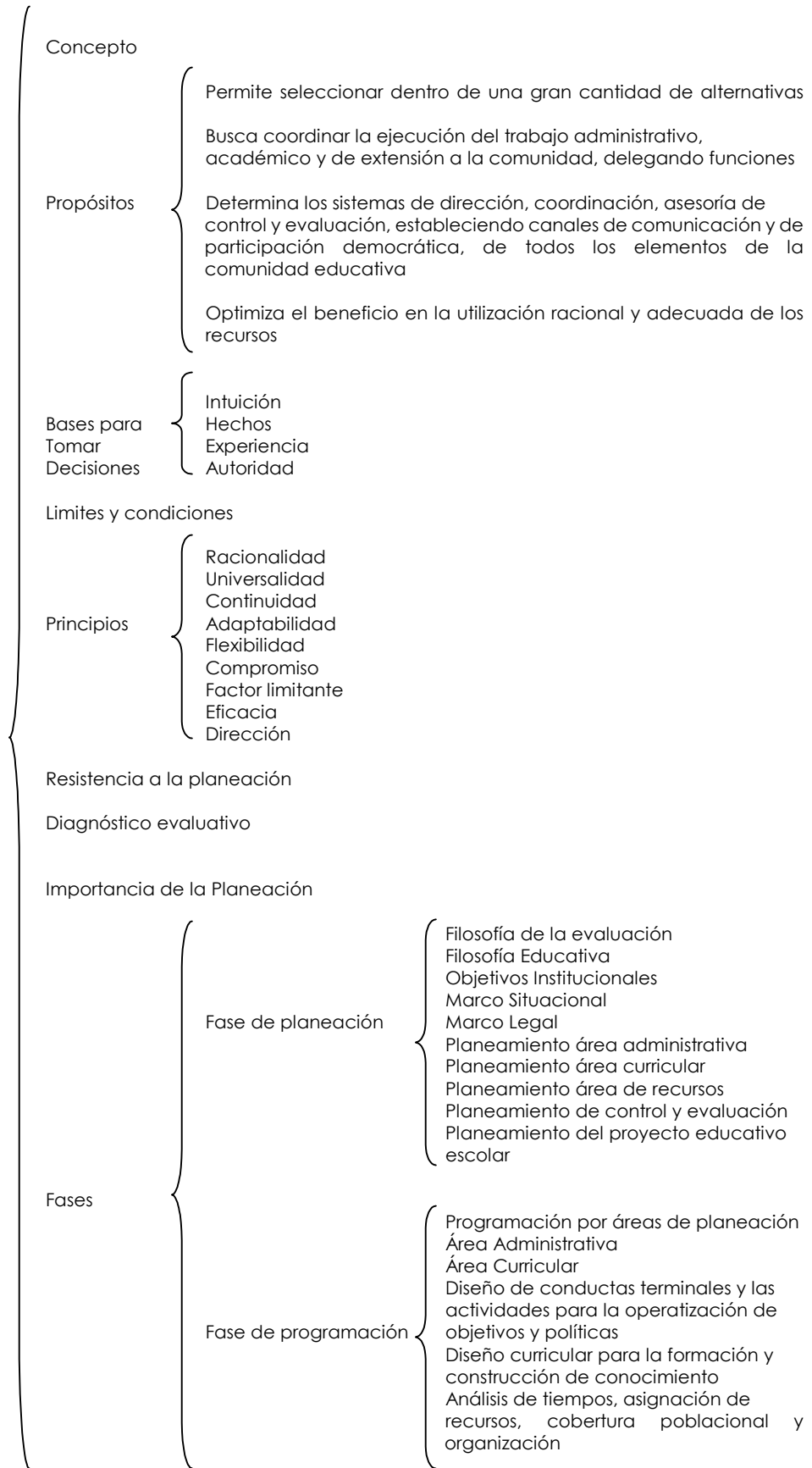




INSTITUCIONES EDUCATIVAS



PLANEAMIENTO INSTITUCIONAL ESCOLAR



PLANEAMIENTO
INSTITUCIONAL
ESCOLAR

Fases

Organización

Estructuras

Organigramas
Cronogramas
Canales

Funciones

Manuales
Responsabilidades
Autoridad

Distribución de Estructuras

Humanos
Materiales

Fase de ejecución

Función de

Dirección
Administración
Coordinación
Asesoría
Supervisión
Estilo de dirección

Operación desarrollo de acciones
Proyecto interacciones permanentes
entre la operación, la ejecución
coordinación y la dirección
Estrategias para lograr la cooperación
de todos

Fase de control
y evaluación

Sistema de control

Evaluación Institucional

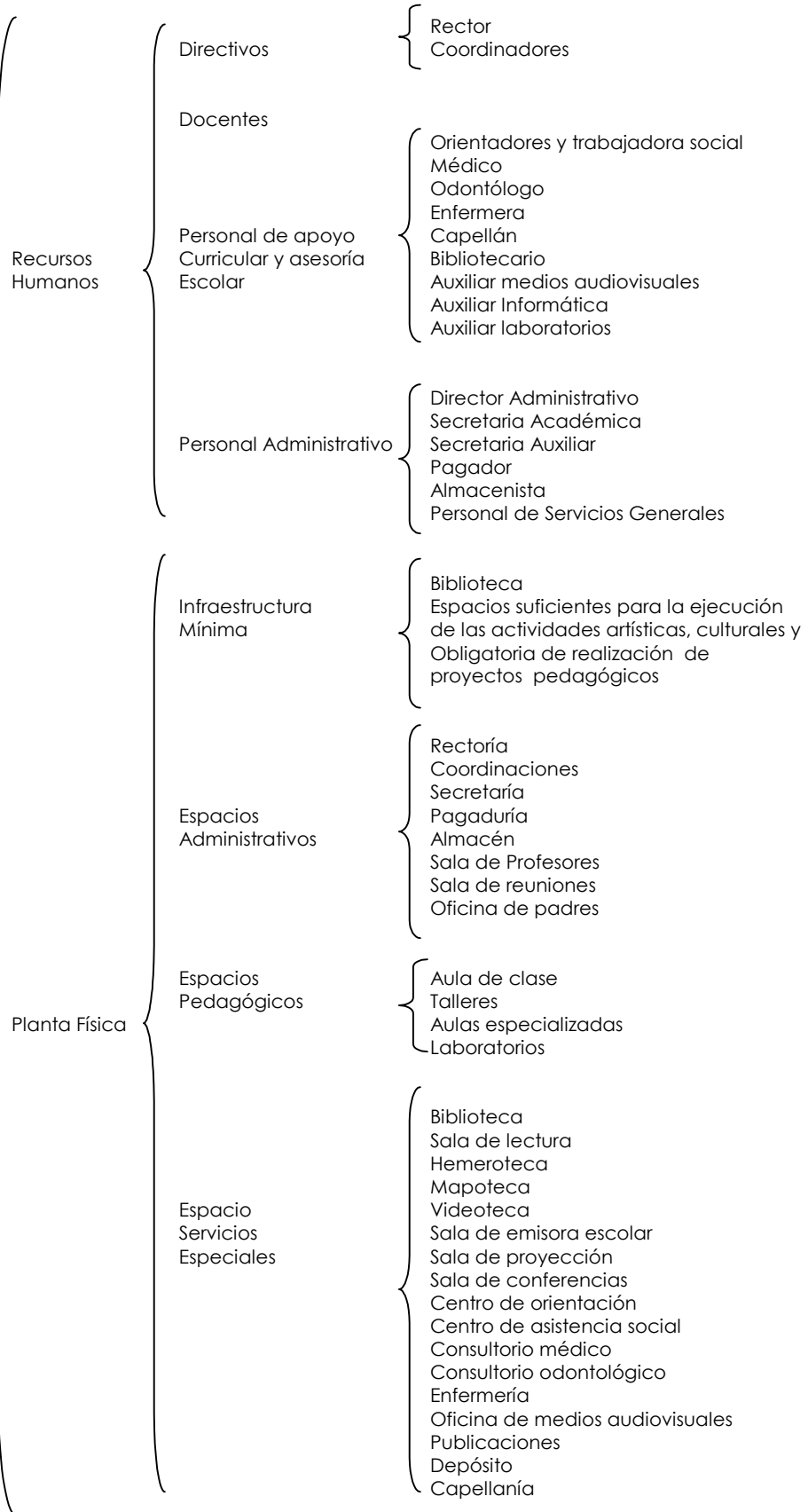
Condiciones

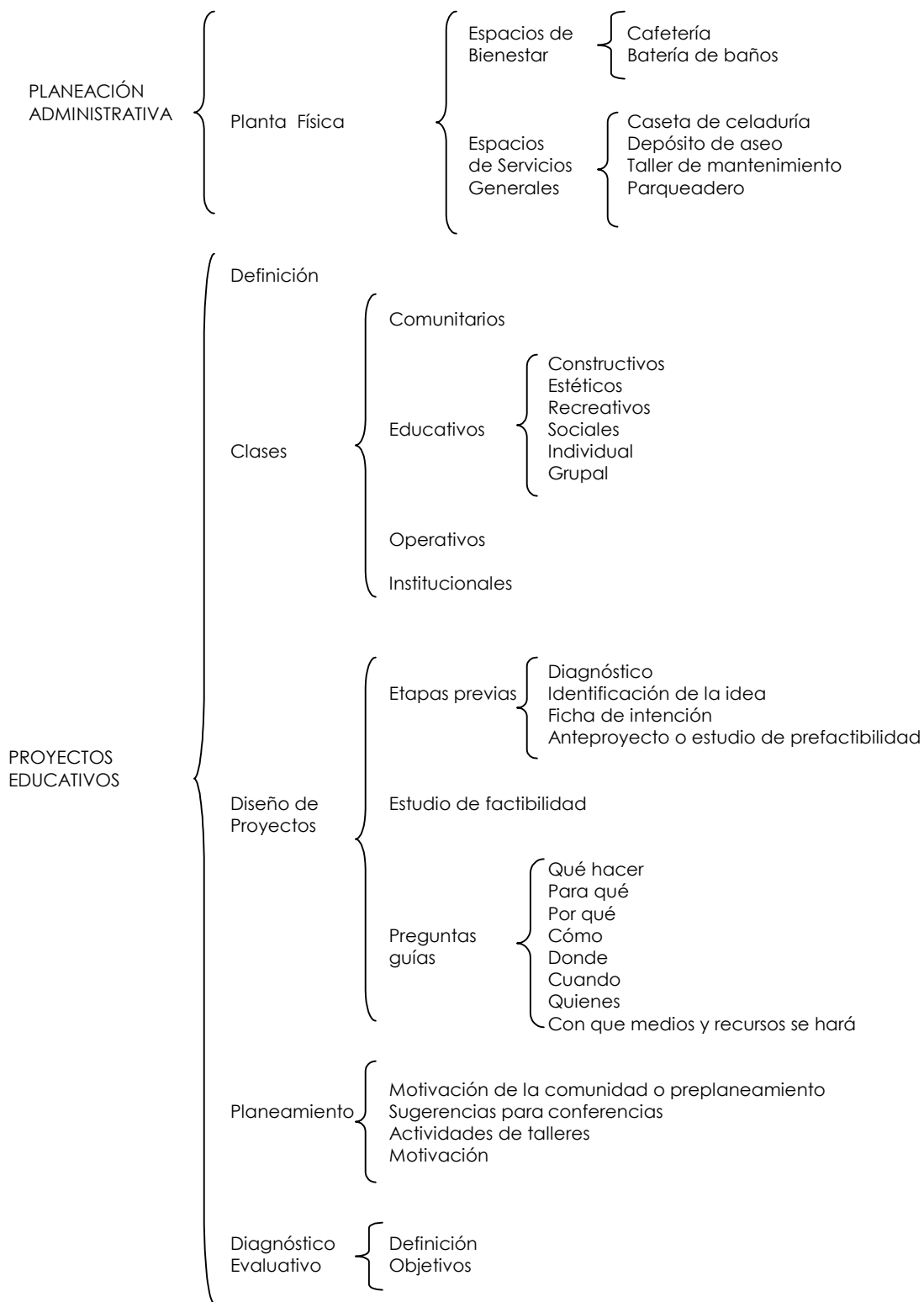
Utilidad
viabilidad o
factibilidad
Precisión
Transparencia
Legitimidad
Identificación de
audiencia
Confiabilidad del
evaluador
Selección y alcance
de información
Claridad del informe
Interpretación y
valorativa
Oportunidad del
informe
Trascendencia de la
evaluación

Indicadores
de Evaluación

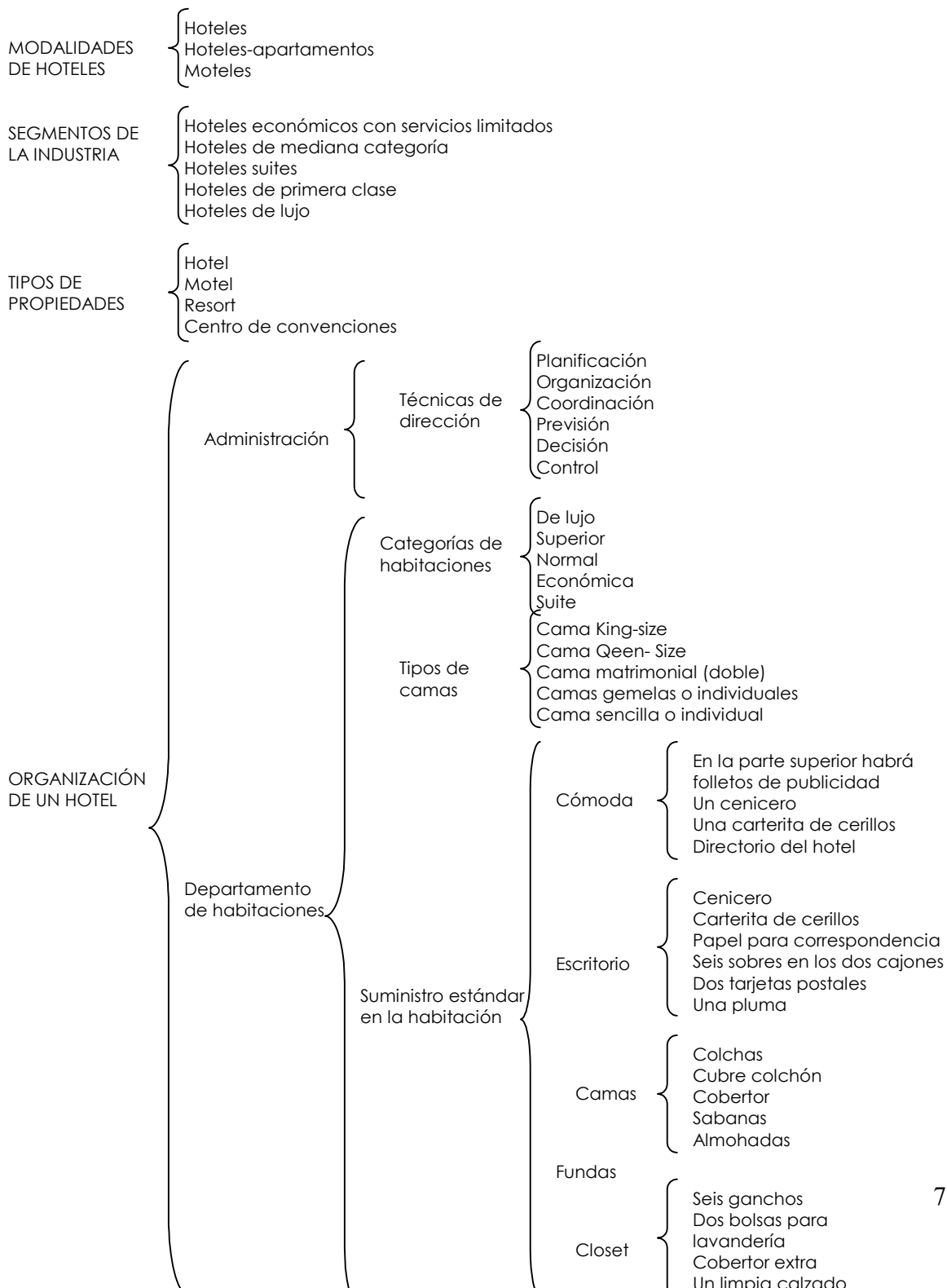
Tipos de indicadores
Subconjunto de
indicadores
Universo de
indicadores

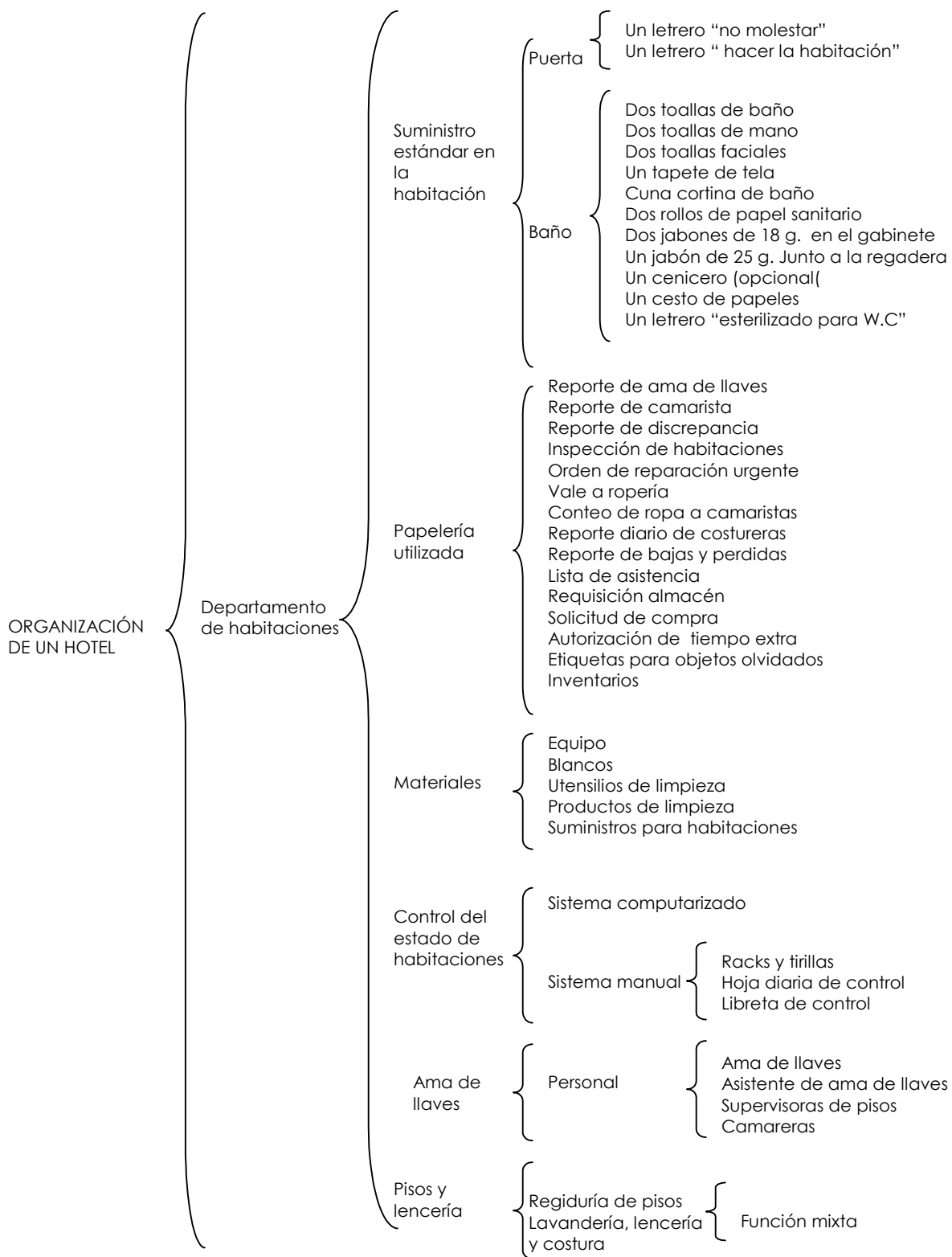
PLANEACIÓN ADMINISTRATIVA

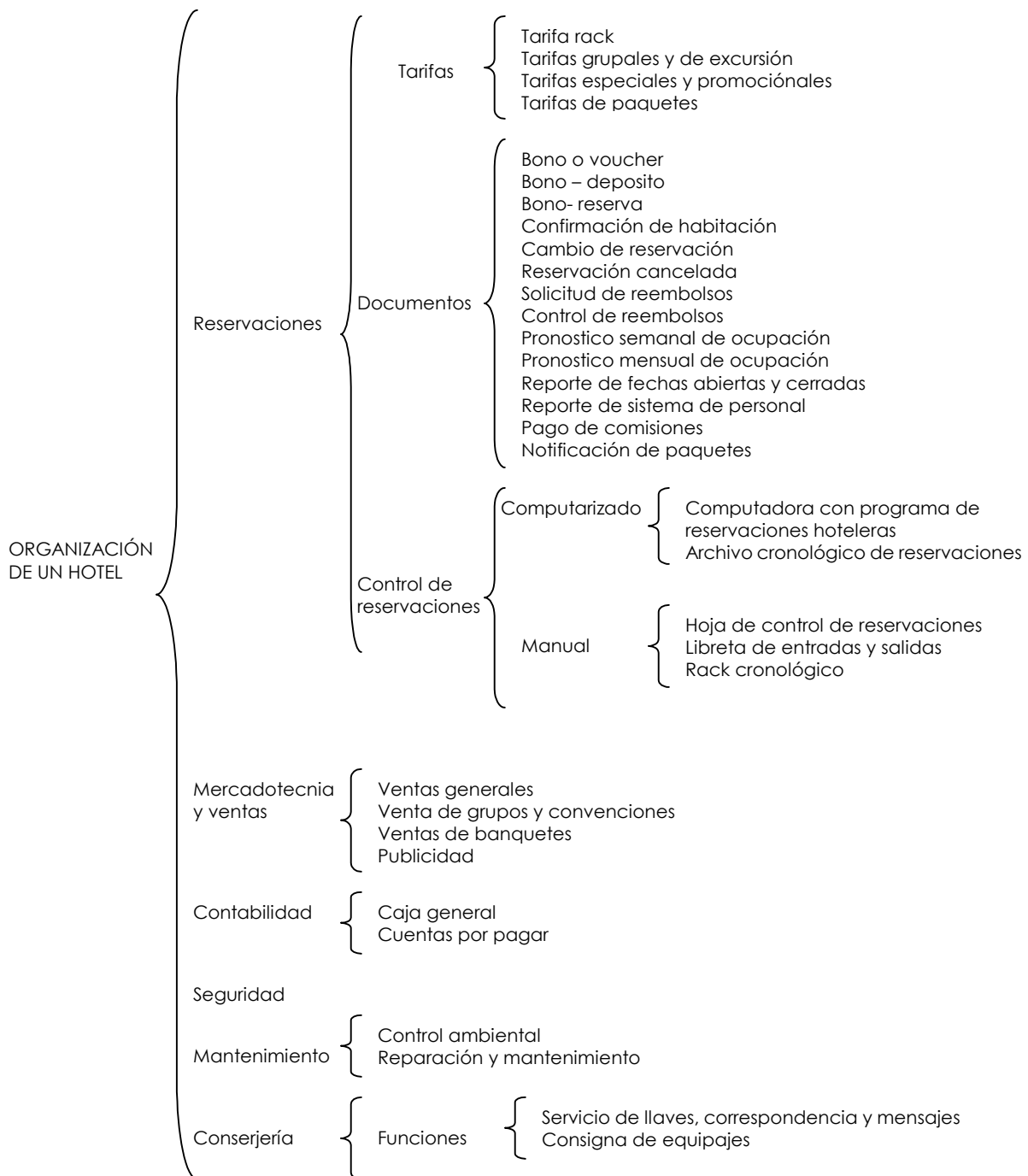




INSTITUCIONES HOTELERAS







INSTITUCIONES DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

CONCEPTO DE INSTITUCIONES DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

DOTACIONES PARA

- Vajillas
- Cubertería
- Cristalería
- Lencería
 - Muletón
 - Mantel
 - Cubre manteo o tapa
 - Servilletas
 - Faldón

CLASIFICACION DE INSTITUCIONES DE

Restauran Cocin

Determinación del Tamaño

- Tamaño de los equipos y accesorios,
- El espacio requerido por cada equipo
- El acceso a esos equipos y la facilidad de movimiento*

Organización

- Zona fría o de preparación
- Zona caliente o de cocción
- Cámaras frigoríficas

- Artesanal
- Semi artesanal

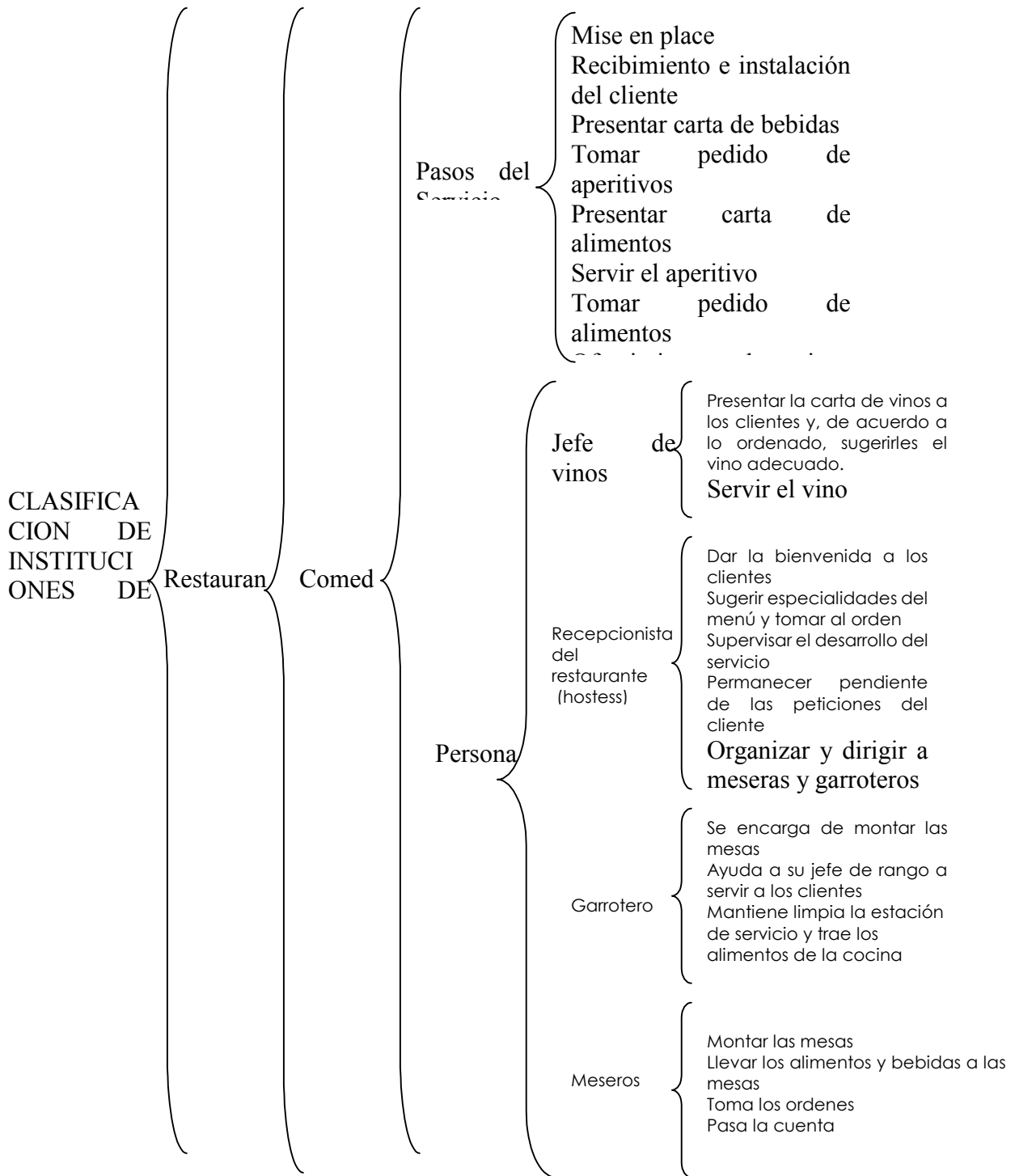
Sistemas de producción

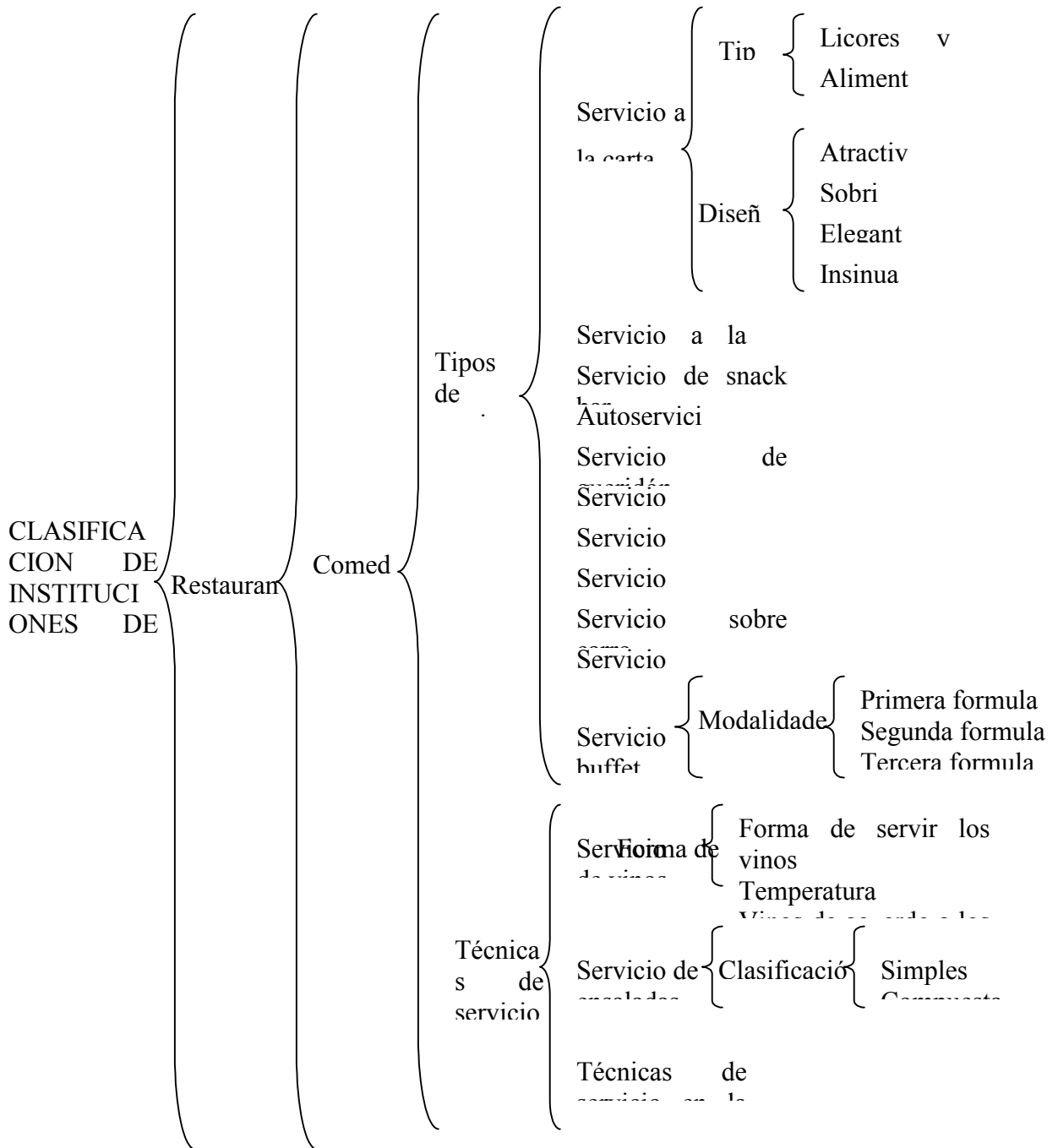
Conveniencia y food Ventajas

- Reduce el trabajo a la hora de confeccionar un plato.
- Producen pocos desperdicios.
- Existe una gran variedad de productos
- El trabajo de preparación es menor
- Presenta mucha menor perdida al hacer porciones
- Resulta más fácil hacer la mise en place.
- Facilita un mayor control higiénico
- Requiere personal menos cualificado
- Fácil control del coste
- Cartas de alimentos

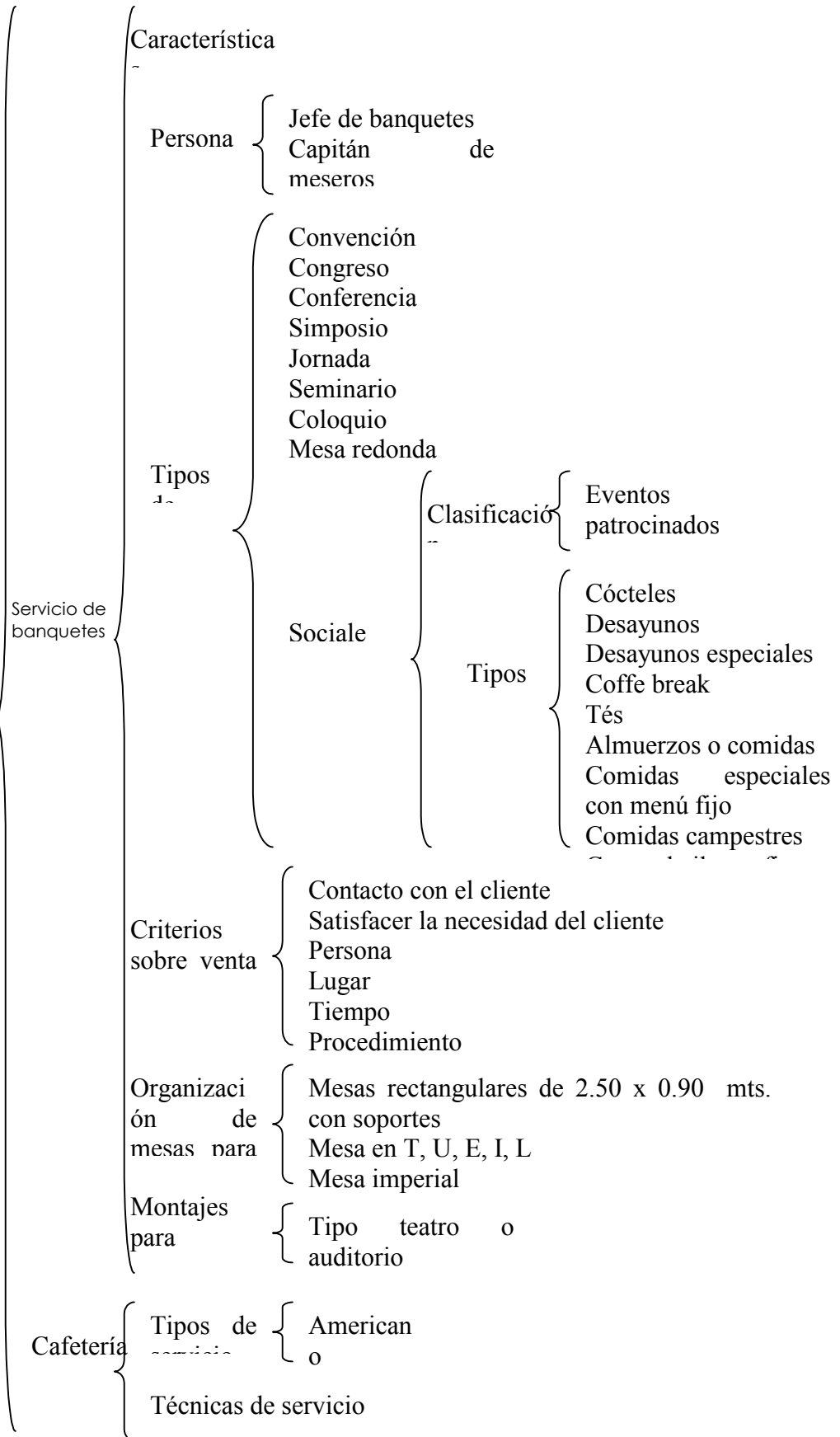
Etapas de producción

- Etapas de pre-preparación
- Etapas de preparación





CLASIFICACION DE INSTITUCIONES DE



CLASIFICACION DE INSTITUCIONES DE

Bar

Servicio

Clasificación

Estilo

- Bar ingles
- Café
- Taberna
- Café-tehatre
- Cabaret

Vin

Aperiti

- Vermut
- A base de quina
- Campari
- Dubónn
- Bitters

Jerez

- Jerez tipo fino
- Jerez tipo olorosos
- Jerez tipo dulce

Onorto

- Los de mezcla y los de añada

Aguardientes

Licores

Cóctele

Cerveza

Bebidas

Destila

- Whis { De
- Ginebra { La holandesa o jenever
- { Inglesa Gin
- Vodk

Destilad

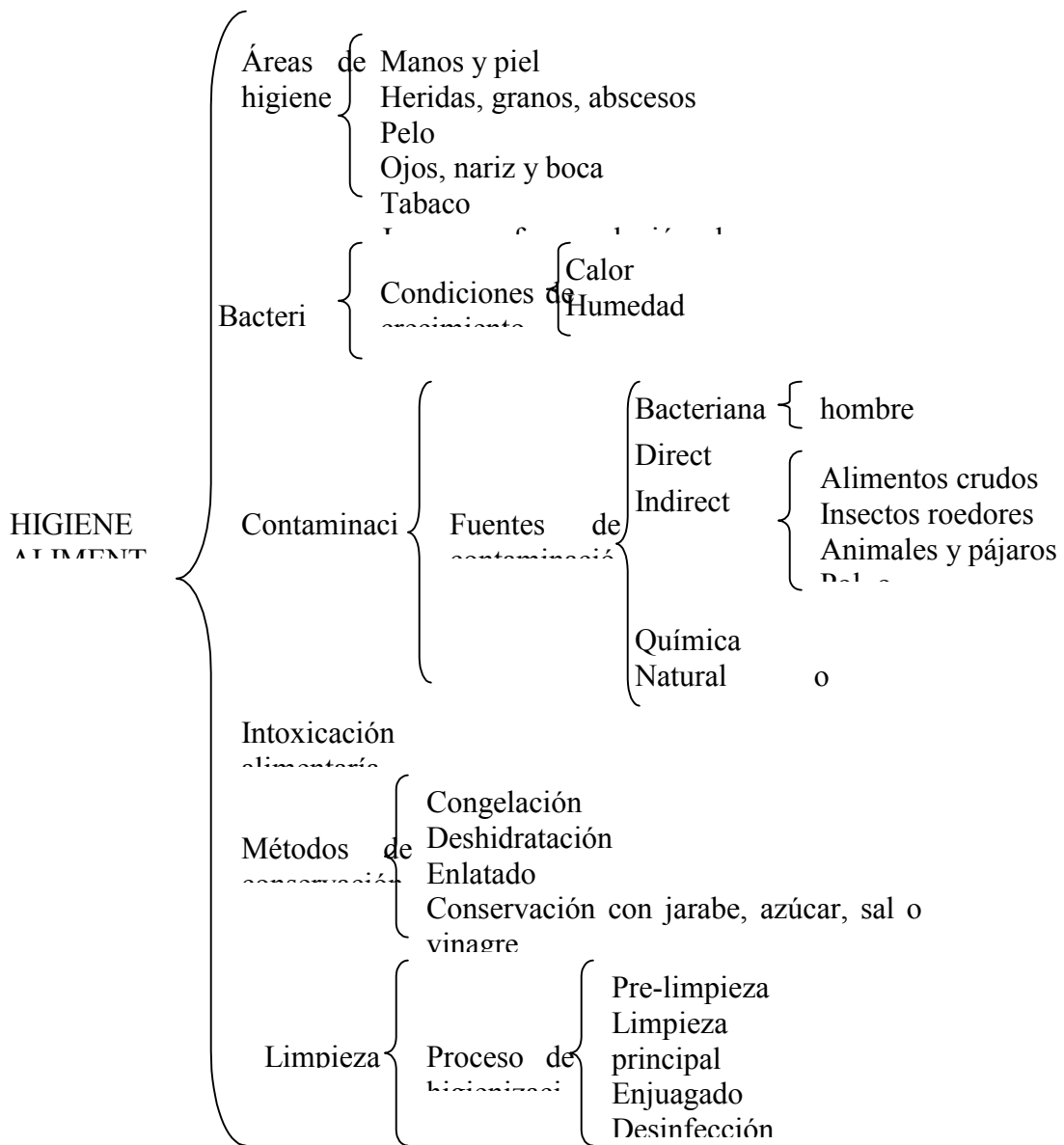
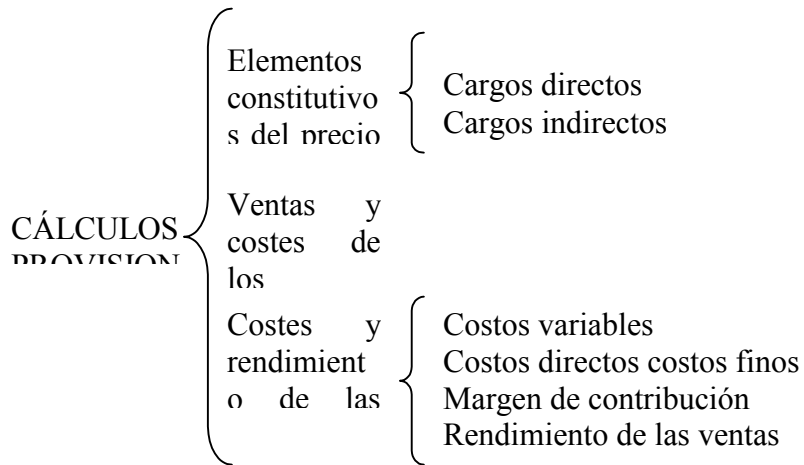
- Coña { V.SO
- { V.S.O.P.
- { X O
- Brand { Armagnac
- { Italiano
- { Carvados

Destilados hollejos y otros de Pousecafés o

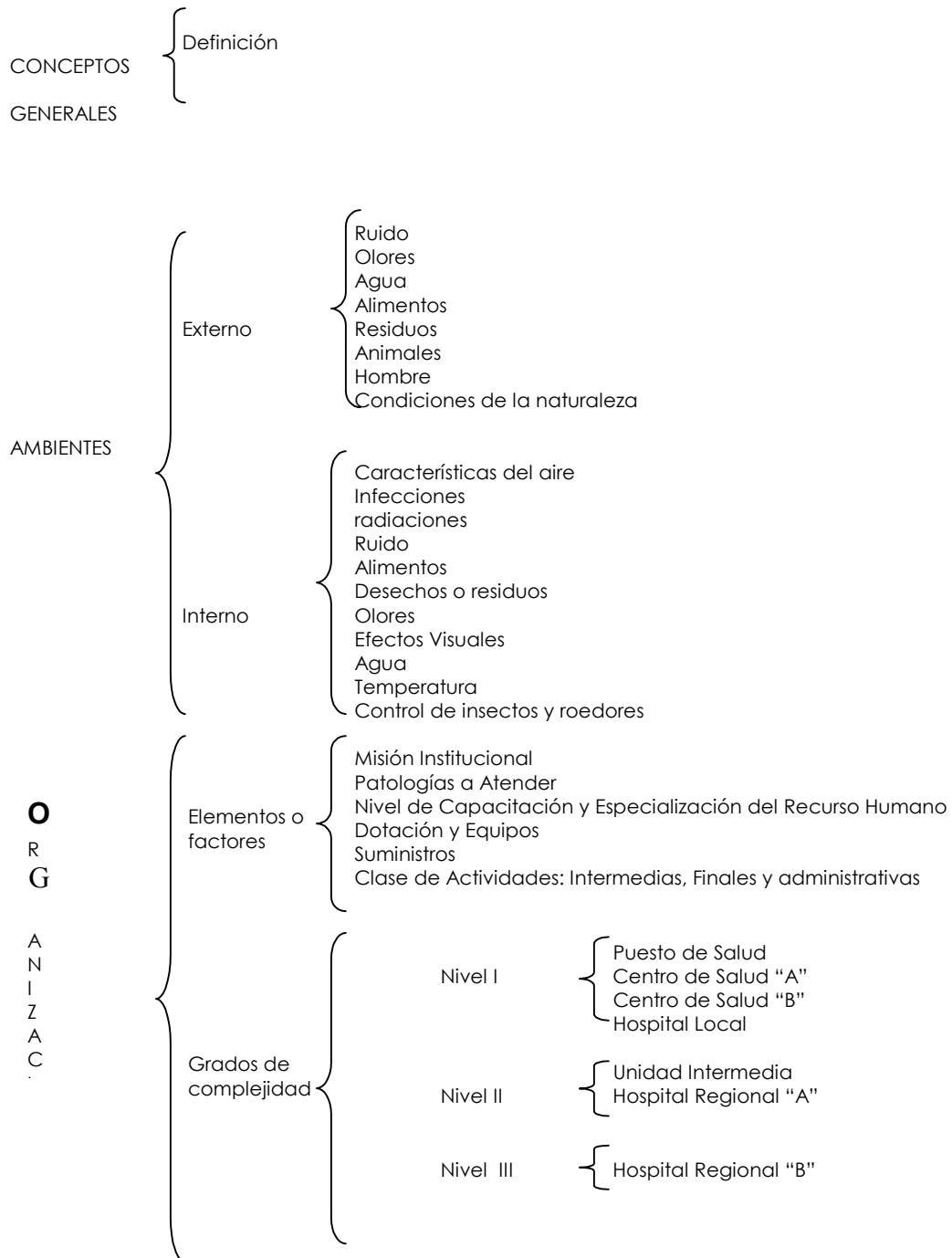
- Pisco

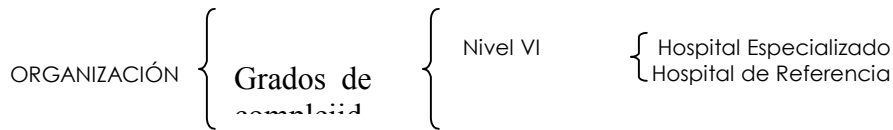
Destilados

- Ron { Fon fuerte
- { Ron ligero
- { Ron blanco
- { Ron industrial enveiecido



INSTITUCIONES DE SALUD

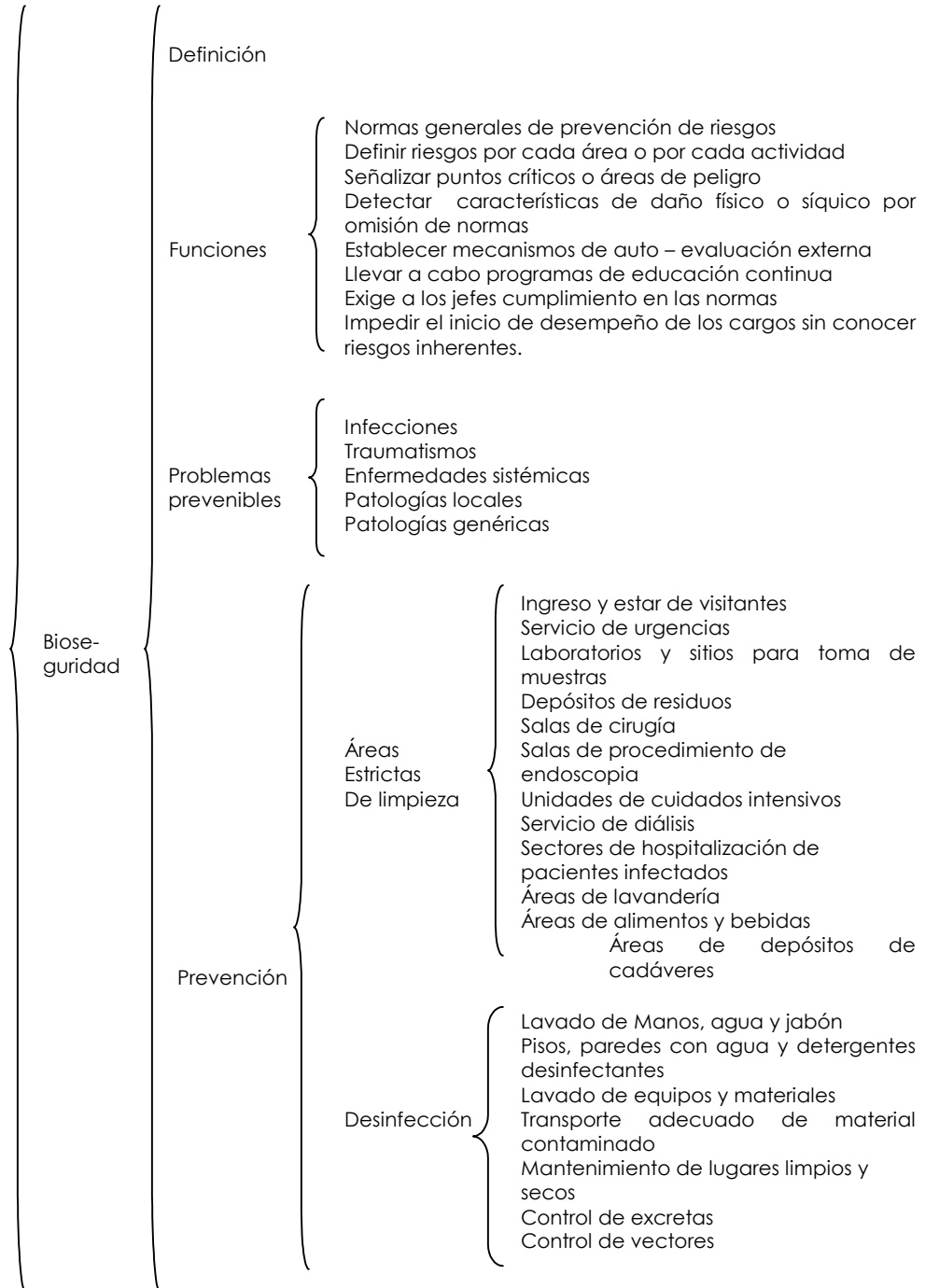




D
E
P
A
R
T
A
M
E

N

T



D
E
P
A
R
T
A
M
E
N
T
O
S

Bioseguridad

Prevención

Precauciones

Precauciones de barrera a exposiciones cutáneas o mucosa
Lavado de manos o superficies cutáneas después de cualquier contacto con sangre o secreciones
Universales Evitar lesiones con agujas, bisturís, instrumentos y dispositivos en general
Disponer de elementos que suplan la respiración boca a boca
No trabajar cuando se tenga cualquier tipo de lesión exudativa de piel o cicatriz

D
E
P
A
R
T
A
M
E
N
T
O
S

Mantenimiento

Definición

Correctivo

Reparación
Reparación en el sitio de trabajo
Reconstrucción
Recuperación
Modificación

Preventivo

Clases

Institucional

Del usuario
De los técnicos

De taller

Talleres móviles

Instituciones fijas

De fábrica

Reconstrucción
Modificaciones

Cargos y Funciones

Jefe Departamento

Desarrolla programas
Dirige la ejecución
Controla

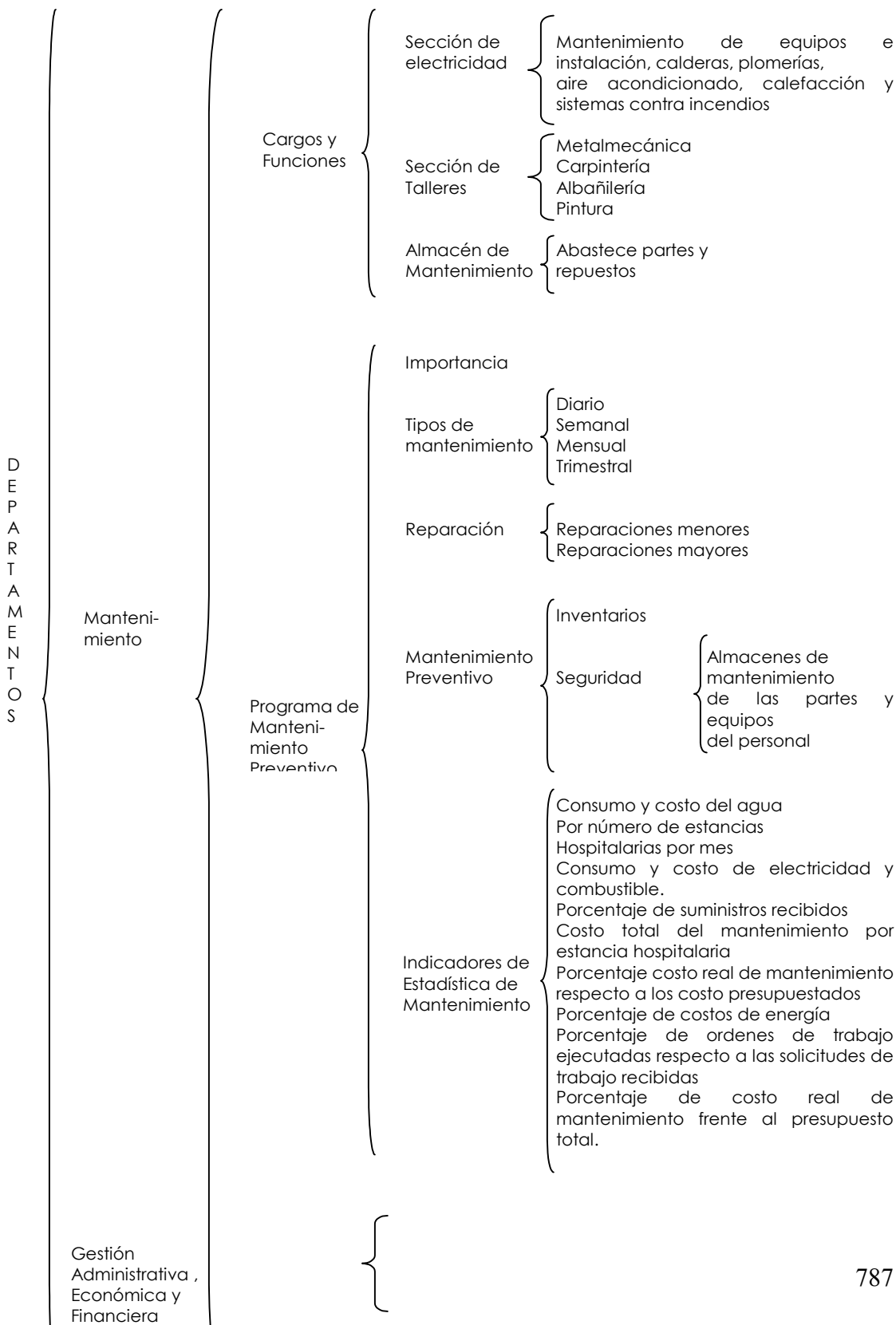
Asistente

Controla y distribuye los trabajos del Personal

Auxiliar en Reparación

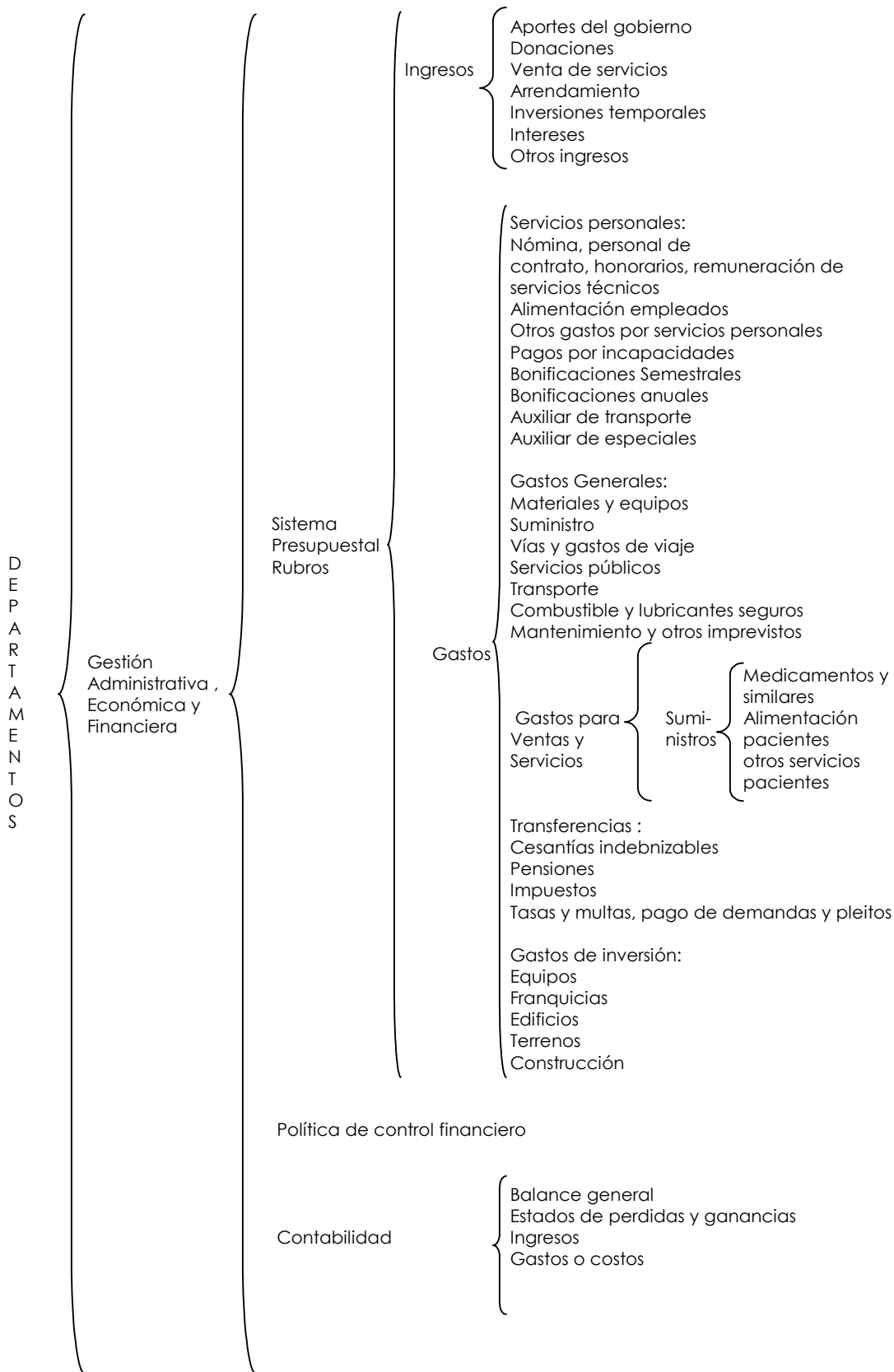
Operarios polivalentes
Semicalificados que reparan los daños menores

Sección de Mantenimiento de los equipos especializados especializados



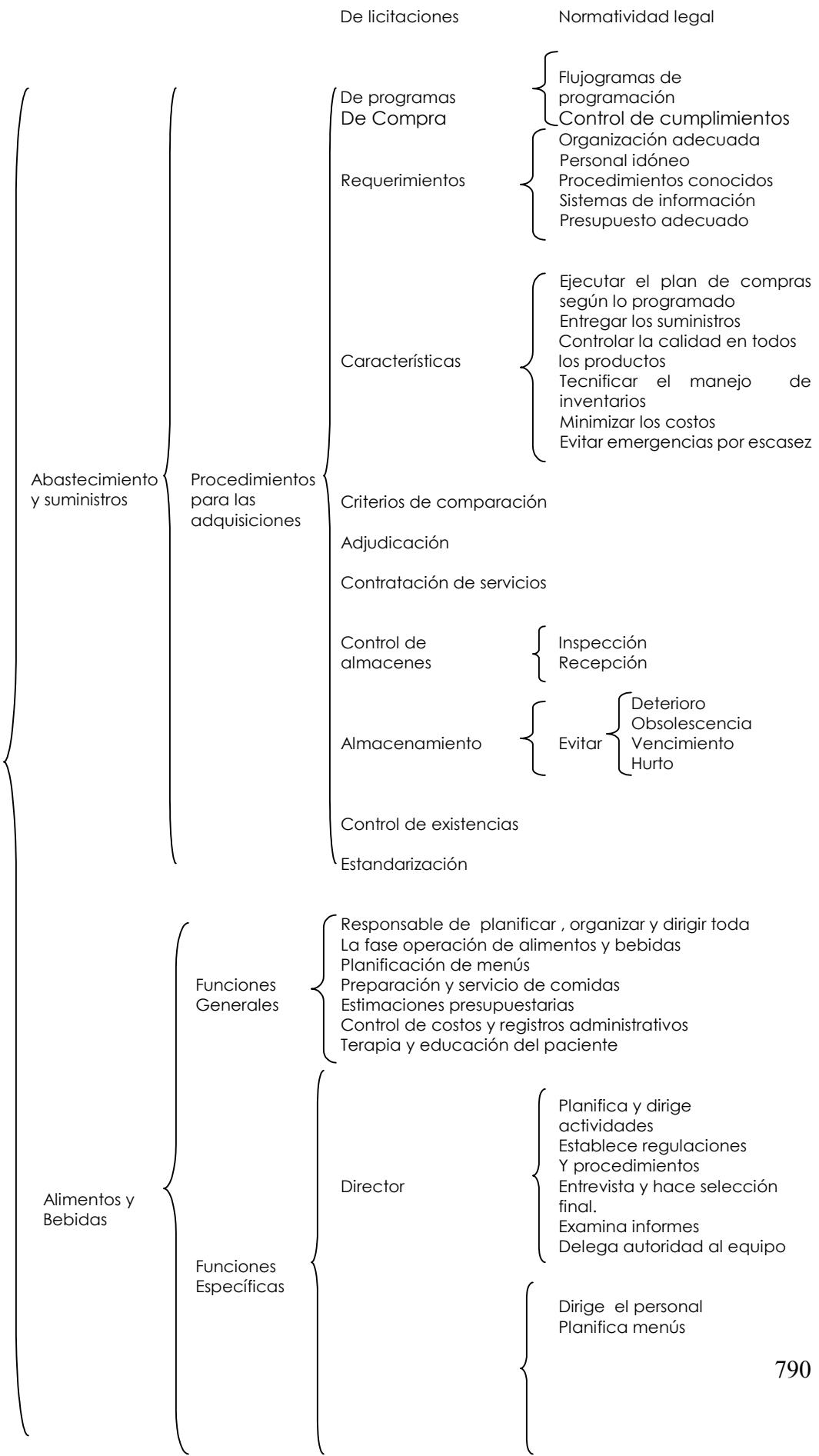
Presupuesto Corto
 Mediano
 Largo plazo

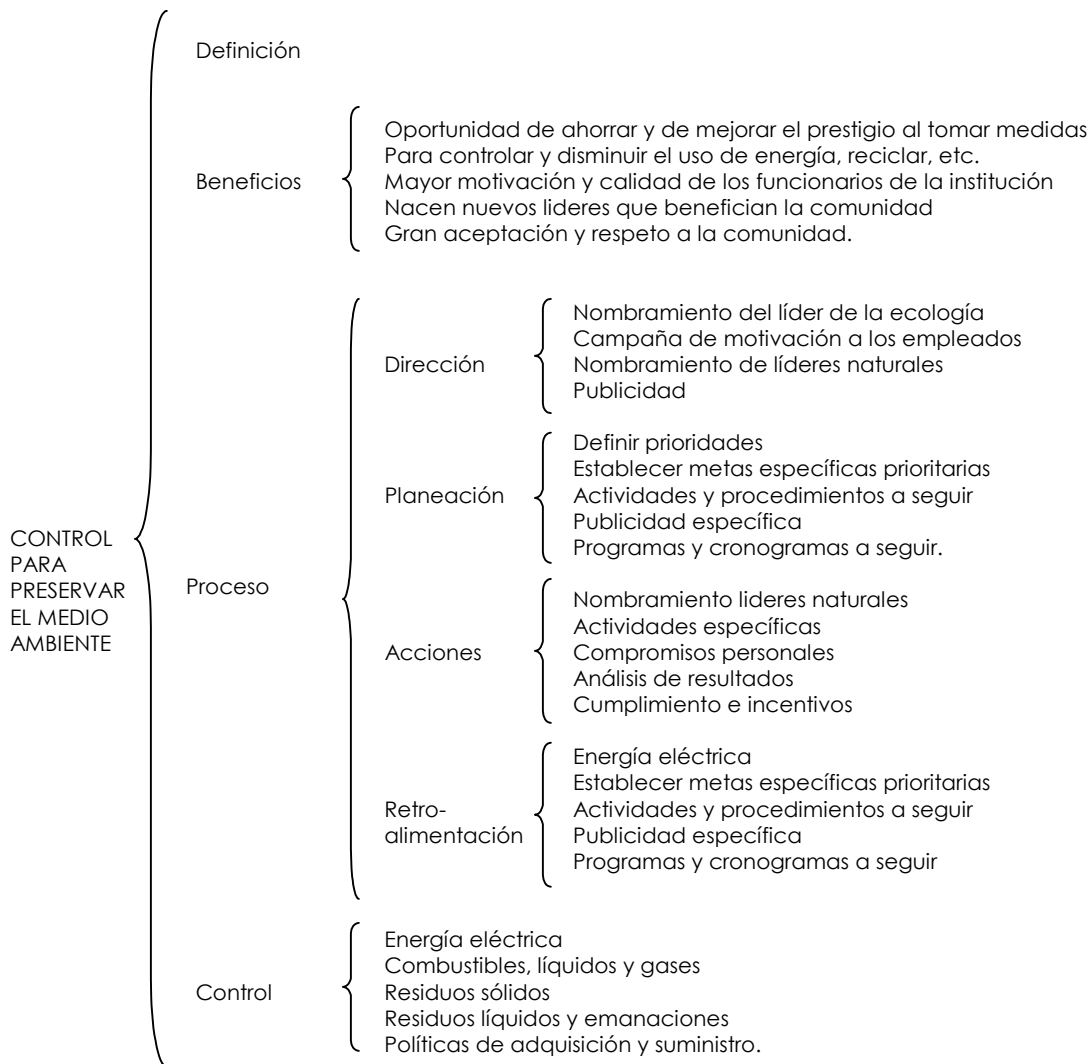
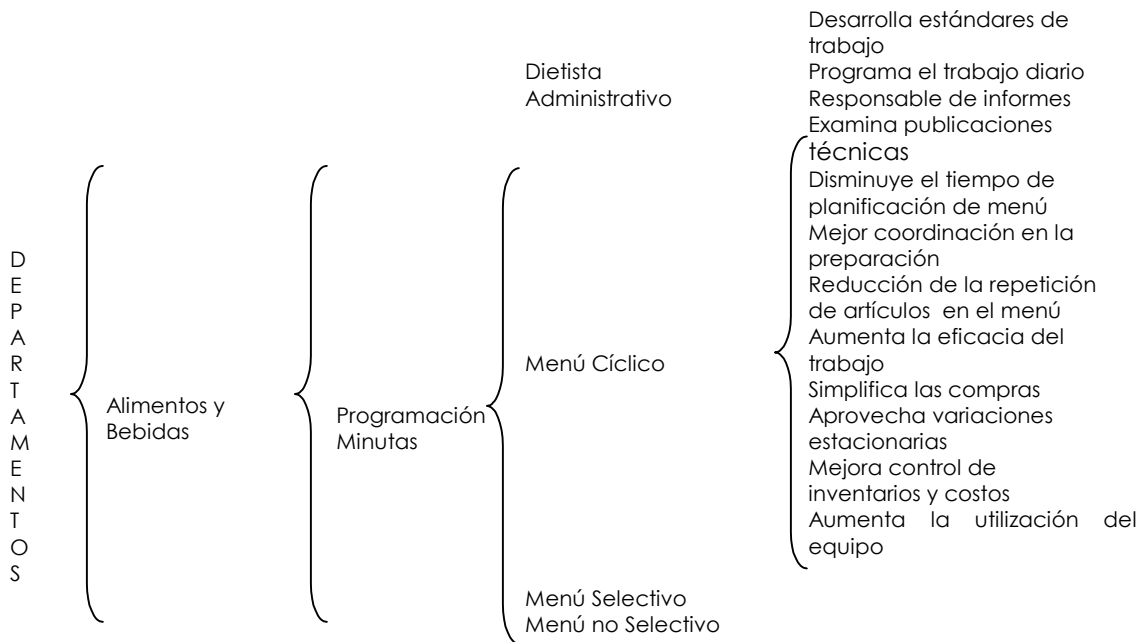
Naturaleza del proceso presupuestal

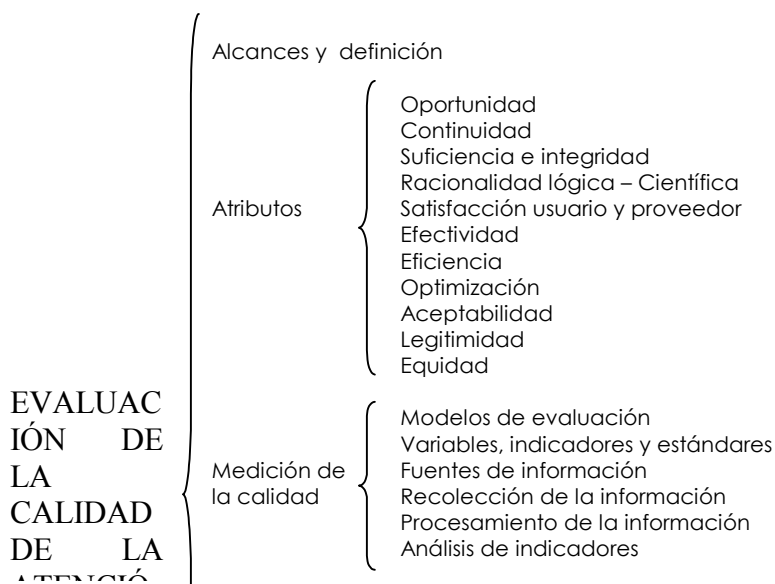
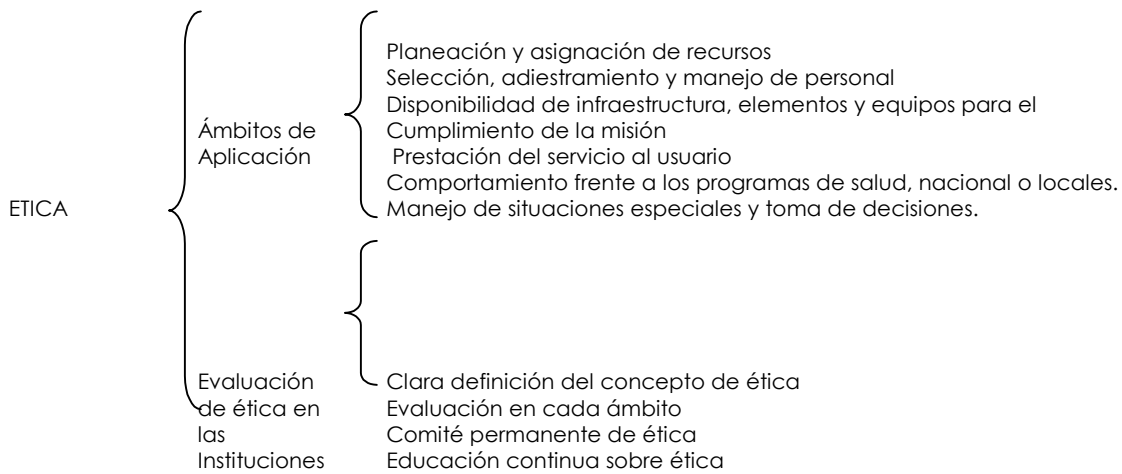
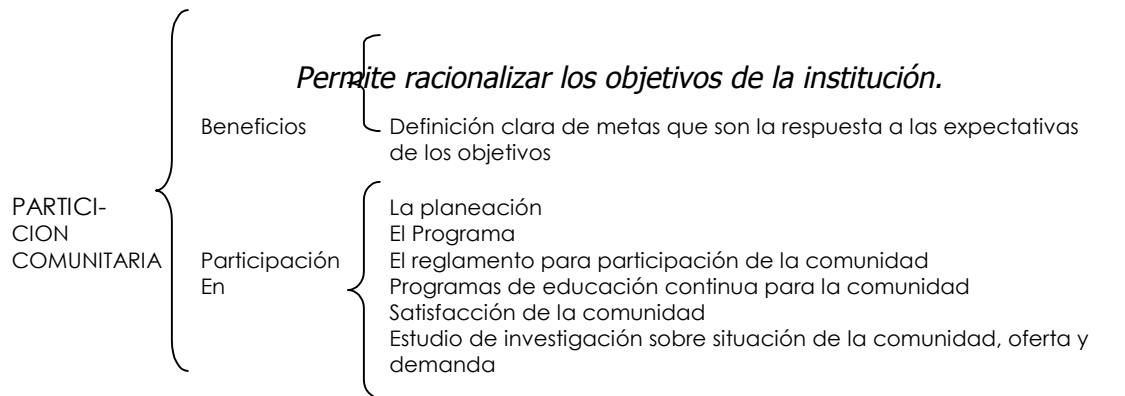


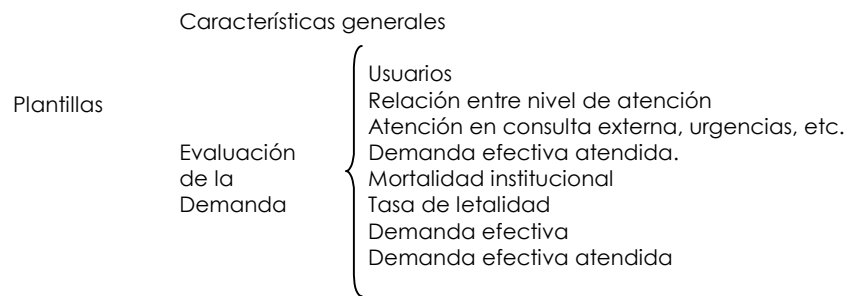


D E P A R T A M E N T O S









EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DE LA ATENCIÓN

Plantillas

De la oferta

- Edad, sexo, procedencia, educación y ocupación
- Evaluación de la Estructura Orgánica
 - Ajustada a los principios y características particulares de la organización
 - Ajustada a los estatutos, visión, misión, objetivos, estrategias, servicios y actividades
- Evaluación de la Estructura funcional
 - Ajustada a los principios científicos, administrativos y financieros.
 - Ajustada a los mecanismos de control
 - Ajustada al sistema de información
 - Análisis de si existe manual de funciones
 - Si hay inducción al personal sobre funciones
 - Si existe manual de procedimientos en todas las áreas
 - Si hay inducción para la correcta realización de los procedimientos
 - Realización de evaluación del cumplimiento de los procedimientos
 - Si se revisan los manuales de procedimiento
- Evaluación de los Recursos Humanos
 - A médicos generales de consulta externa
 - A especialistas de consulta externa
 - A médicos generales hospitalarios
 - A médicos especialistas hospitalarios
 - A enfermeras jefes
 - A bacteriólogas
 - A otra clase de personal
- Evaluación de los Recursos Físicos
 - A consultorios
 - A salas de cirugía
 - A salas de parto
 - A camas en las diferentes áreas de atención
 - A laboratorio clínico
 - A Imágenes
 - A elementos de sutura, curación, medicamentos, lavandería y cocina
- Evaluación de los Recursos Económicos
 - Indicadores de liquidez
 - Indicadores endeudamiento
 - Indicadores de solvencia
 - Indicadores de actividad
 - Indicadores de rentabilidad
- Evaluación de los Recursos Físicos
 - Indicadores de estructura orgánica
 - Indicadores de manual de funciones, procedimiento, personal capacitado
 - Indicadores de equipos con tecnología apropiada.
 - Indicadores de recolección de información pertinente, de procesamiento, análisis de la información, presentación de resultados y utilización de la información
 - Elementos de sutura, curación, medicamentos, lavandería y cocina
 - Para integra los componentes de la oferta
- Presupuesto de funcionamiento
- Venta de servicios
- Sistema de información

EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DE LA ATENCIÓN

Plantillas

De evaluación de procesos

- Prestación de servicios
- Productividad y rendimiento
- Flujogramas de atención
- Tiempos de espera
- Sistemas de referencia de pacientes
- Diligenciamiento de la historia clínica
- Protocolos de manejo clínico – terapéutico
- Costos de atención
- Concentración
- Oportunidad
- Utilización

De evaluación de Resultados

- Concentración (número de veces que se presta un servicio a un mismo paciente)
- Oportunidad (tiempos de espera)
- Utilización de los recursos disponibles
- Gastos de atención
- Actividades con recursos negativos
- Productividad
- Aprovechamiento de la cama hospitalaria

De evaluación del impacto

- En Mortalidad bruta
- En Mortalidad neta
- En Mortalidad materna
- En Mortalidad bruta en pediatría
- En Mortalidad neta en pediatría
- Satisfacción de clientes externos
- Satisfacción de proveedores / clientes internos

De evaluación global de la calidad de la atención

De explicación de la calidad de la atención

AUDITORIA CLÍNICA

Definición

Elementos para llevarla a cabo

- Manuales de protocolo clínico por patología
- Historias clínicas
- Comités de historias clínicas
- Saber científico de los profesionales

Estudio de forma indirecta del procedimiento de atención en salud de cada área

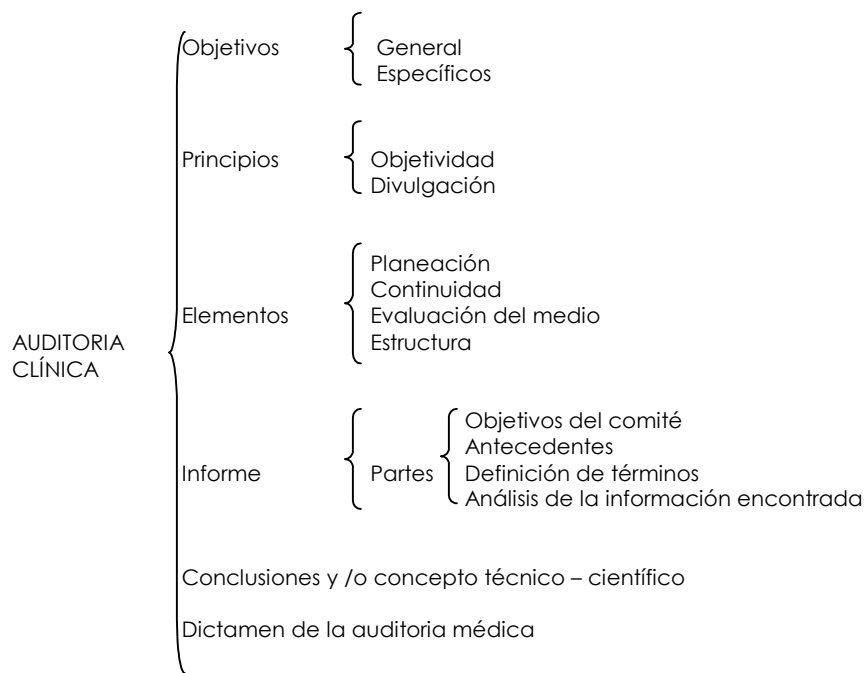
Marco Metodológico

Ventajas

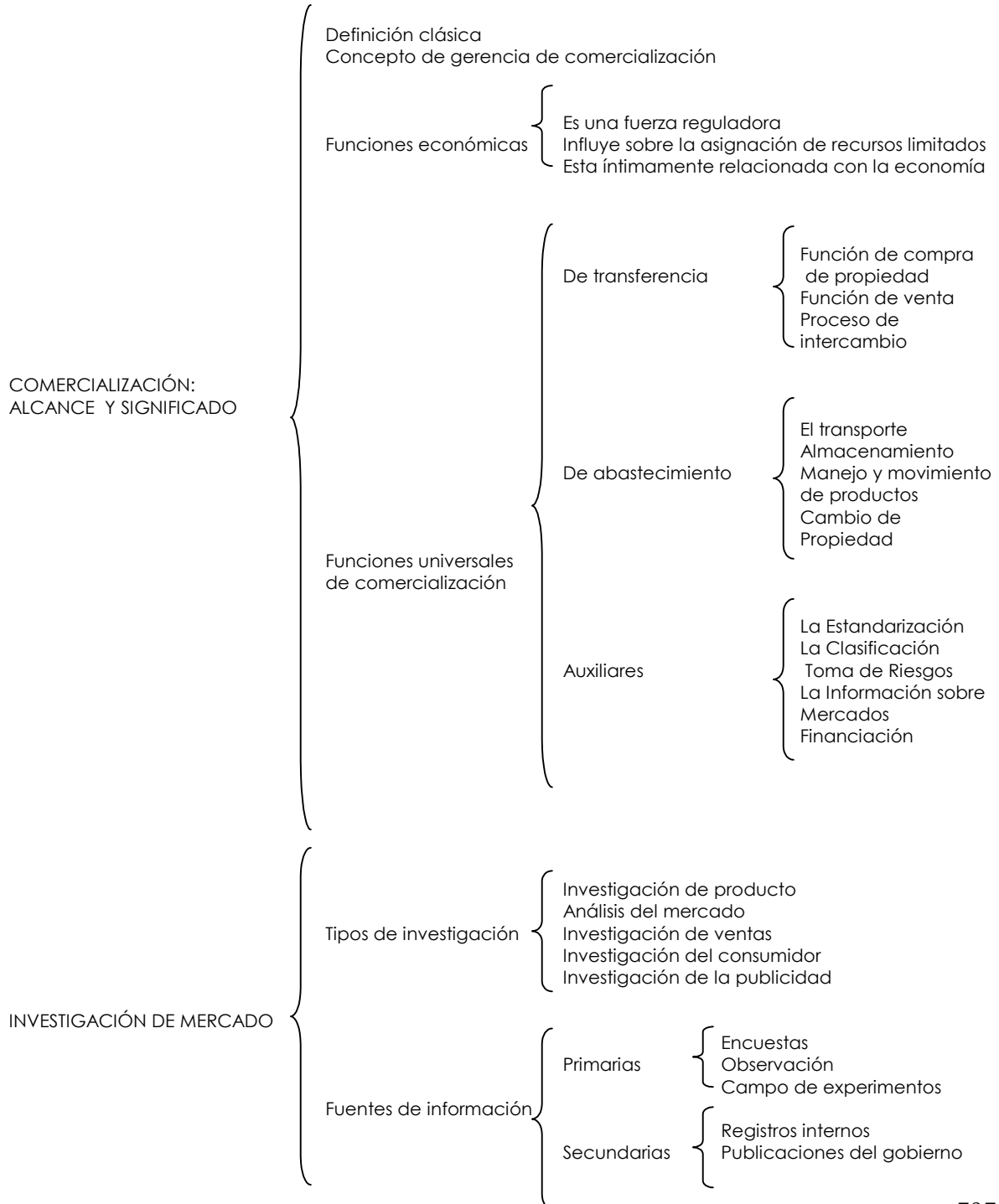
- Remitir evaluación sistemática de los procesos dados al interior de la prestación de un servicio asistencial
- Permite identificar circunstancias desfavorables que inhiben el aumento gradual de los niveles de calidad en la atención

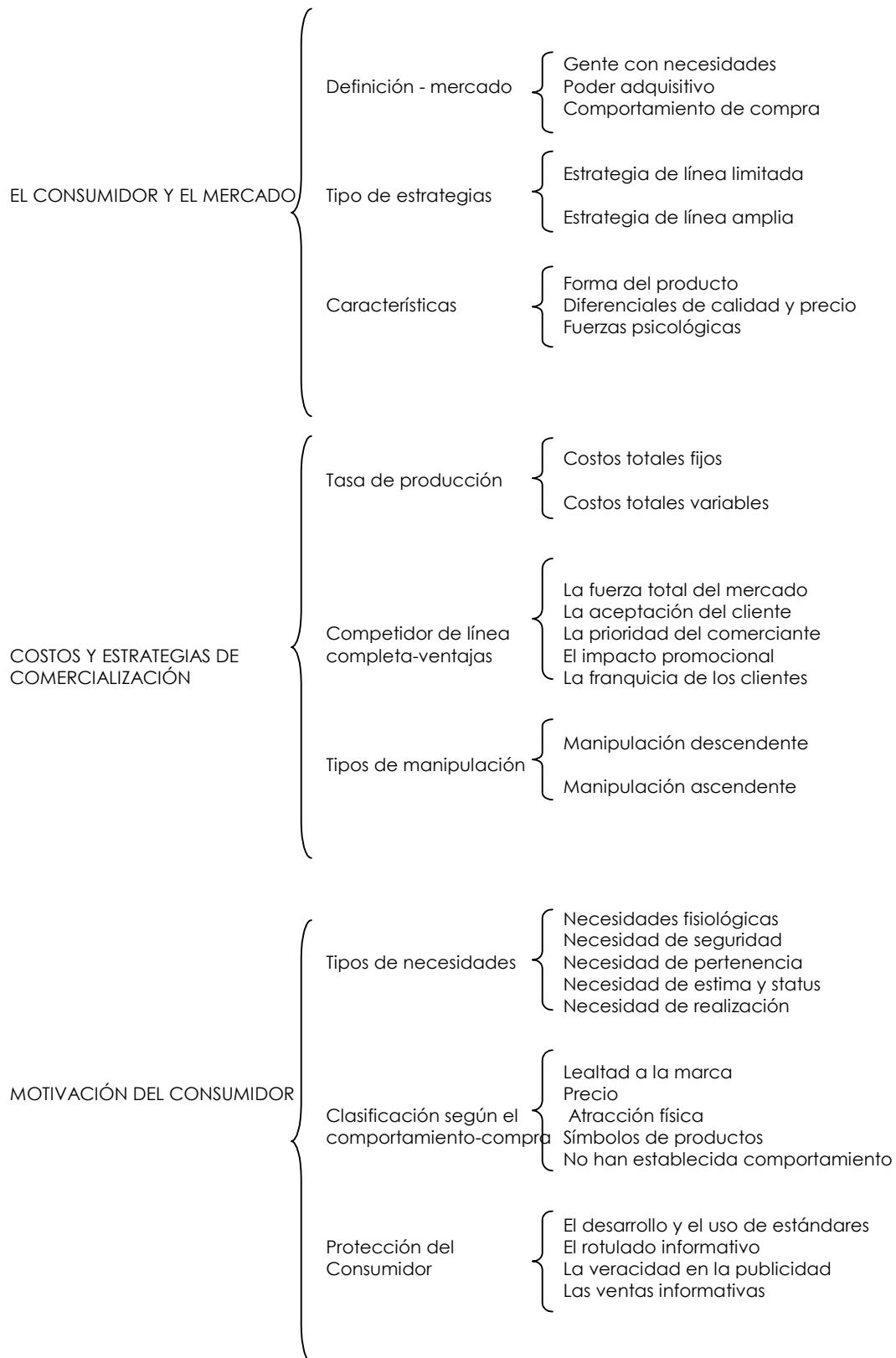
Marco de Auditoria

- Cualidad técnica de los profesionales
- Uso eficiente de los recursos
- Minimización de lesiones asociados por los servicios de salud ofrecidas
- Servicios de salud coordinados e integrados



ENTIDADES COMERCIALES

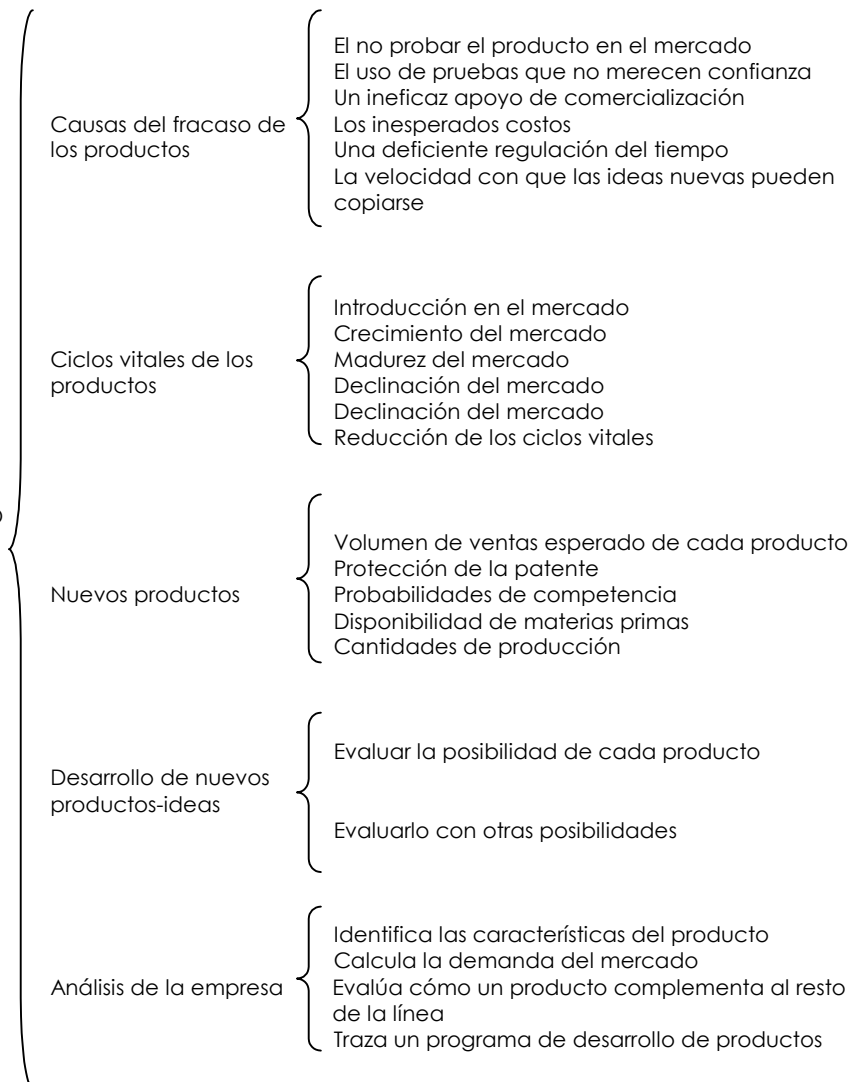


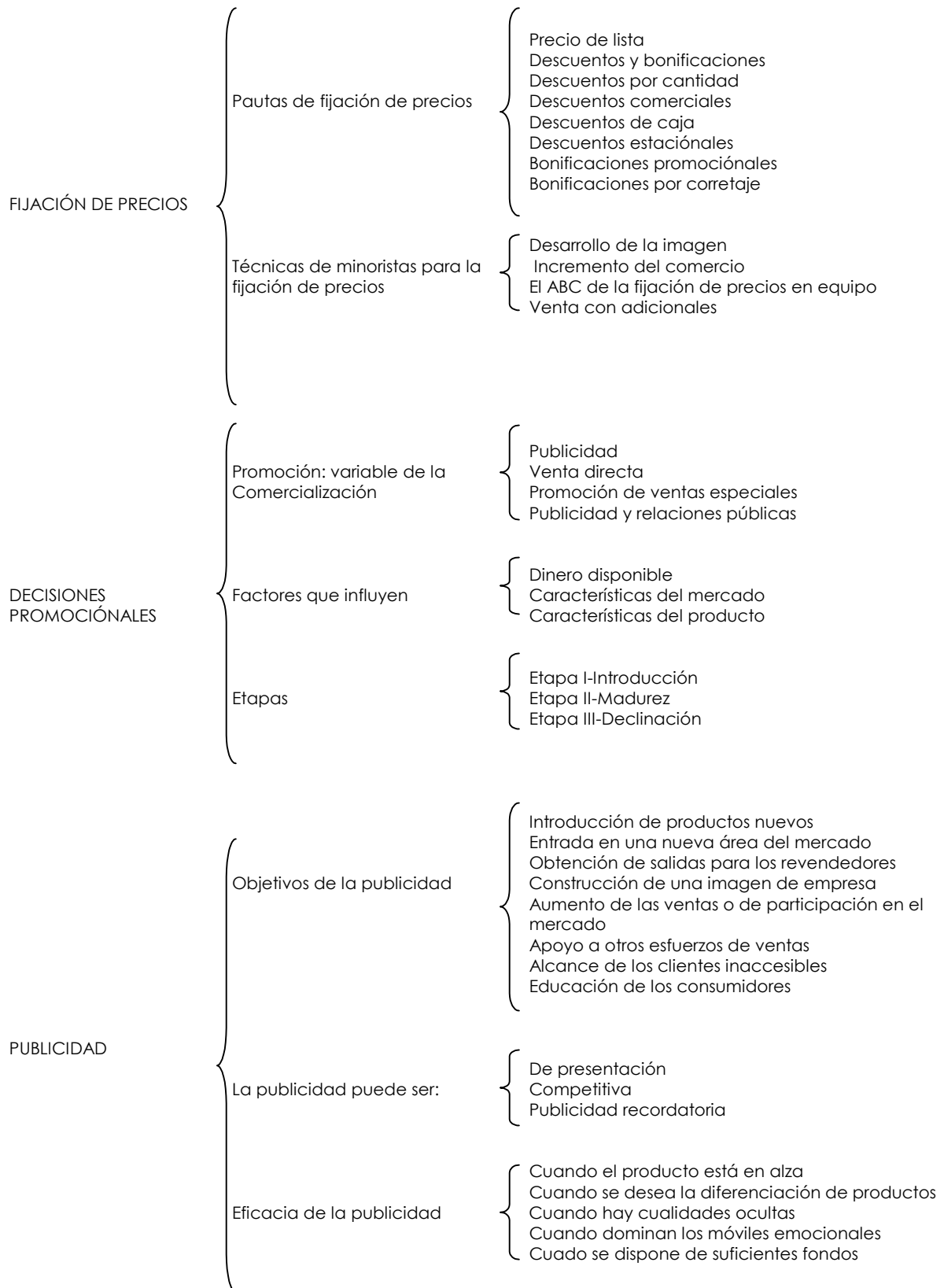


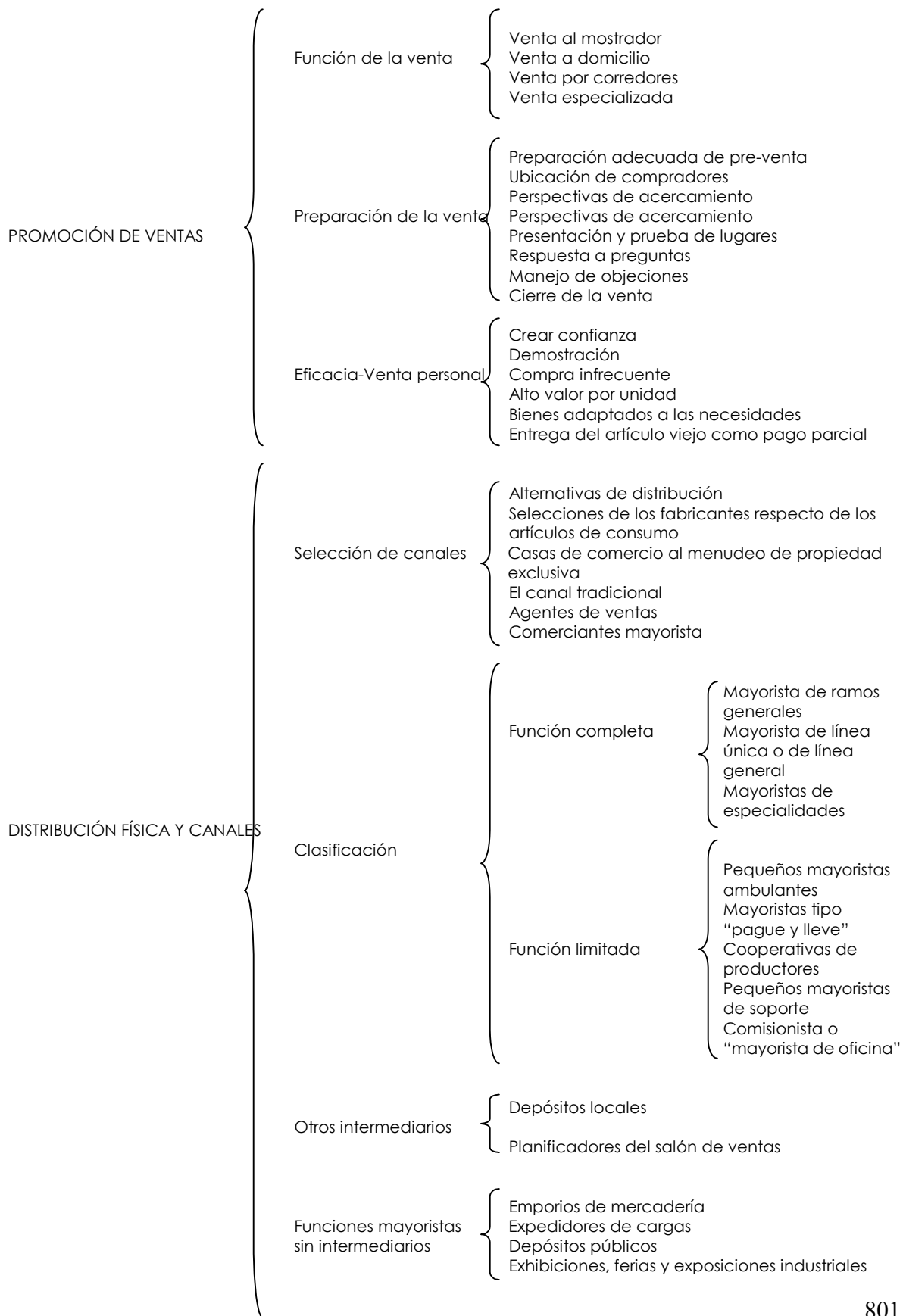
EL PRODUCTO COMO UNA VARIABLE



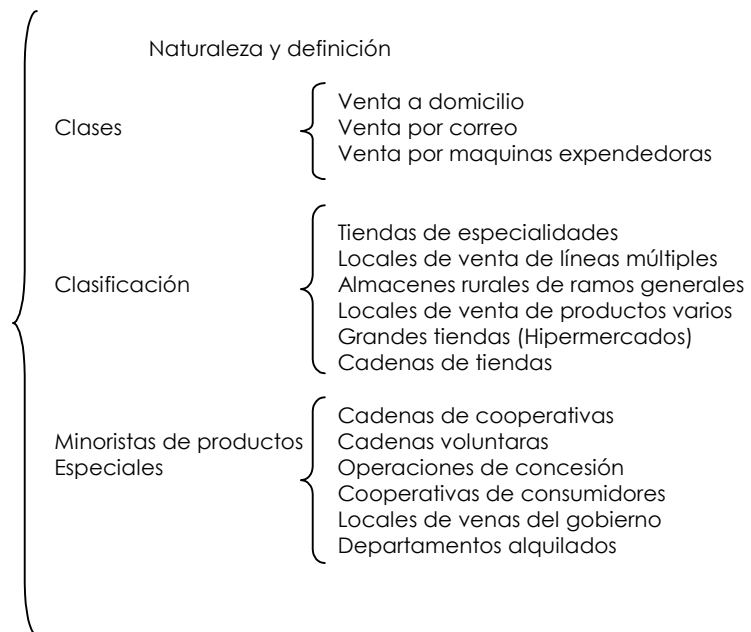
PLANEAMIENTO DEL PRODUCTO



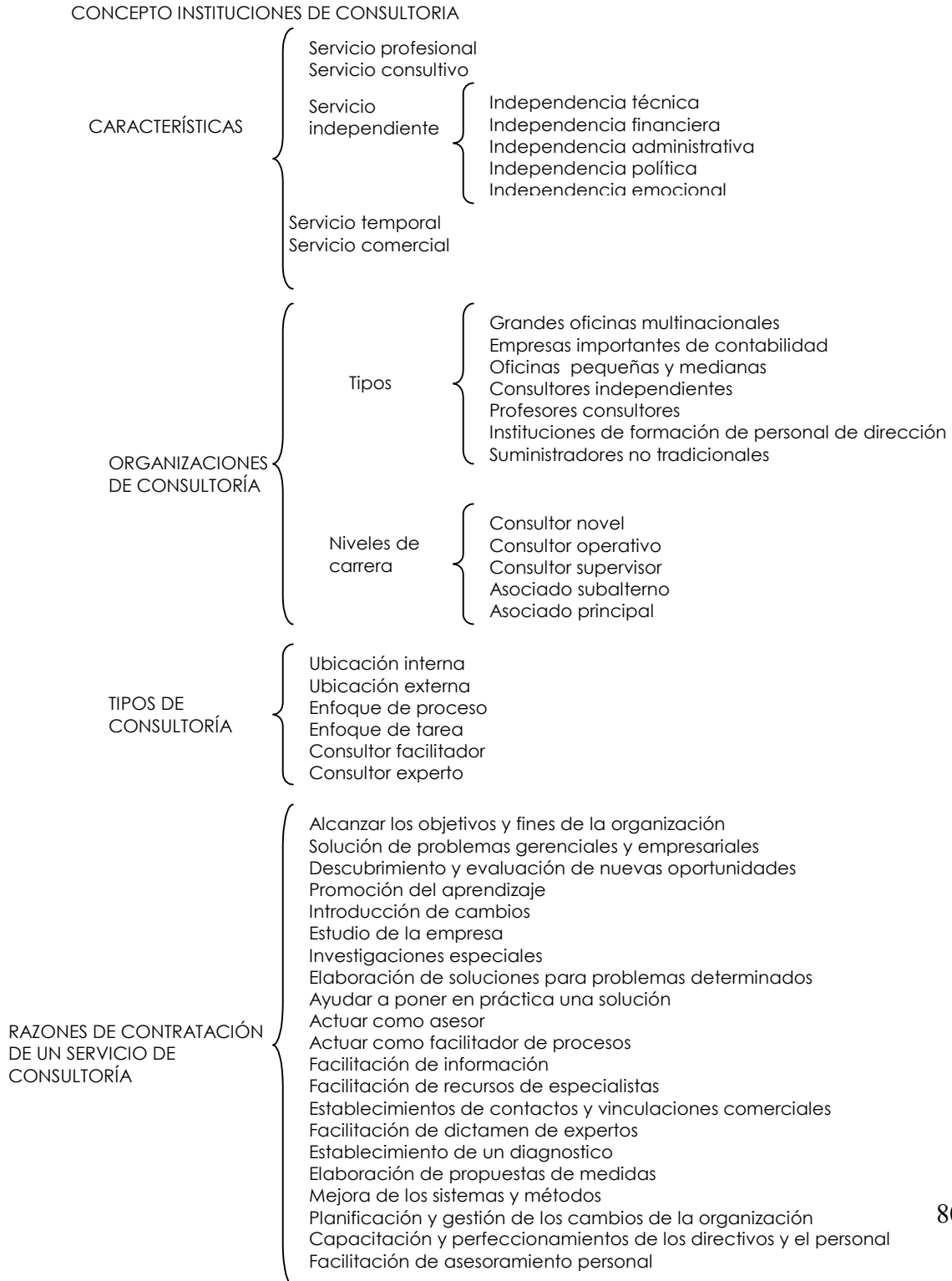


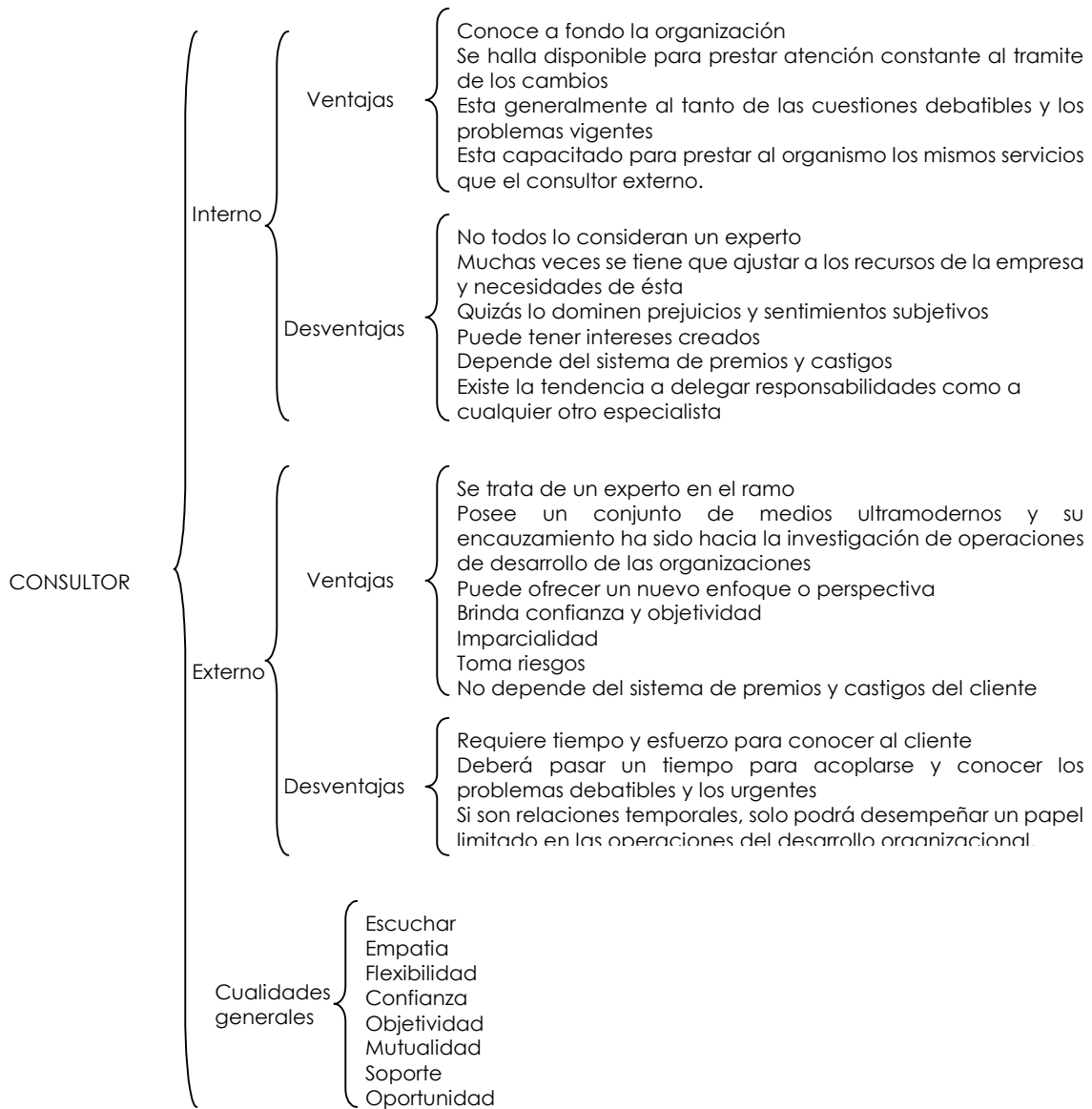
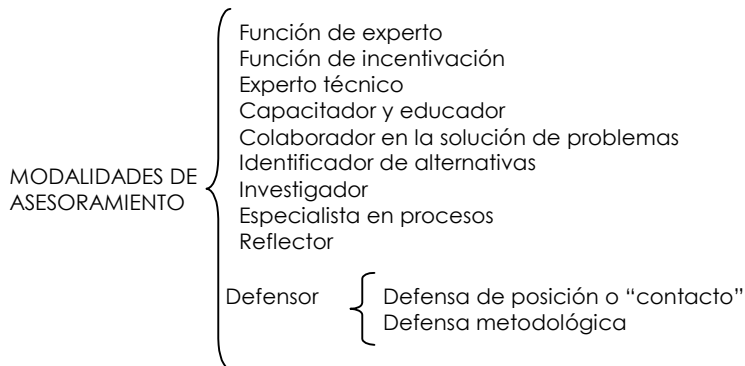


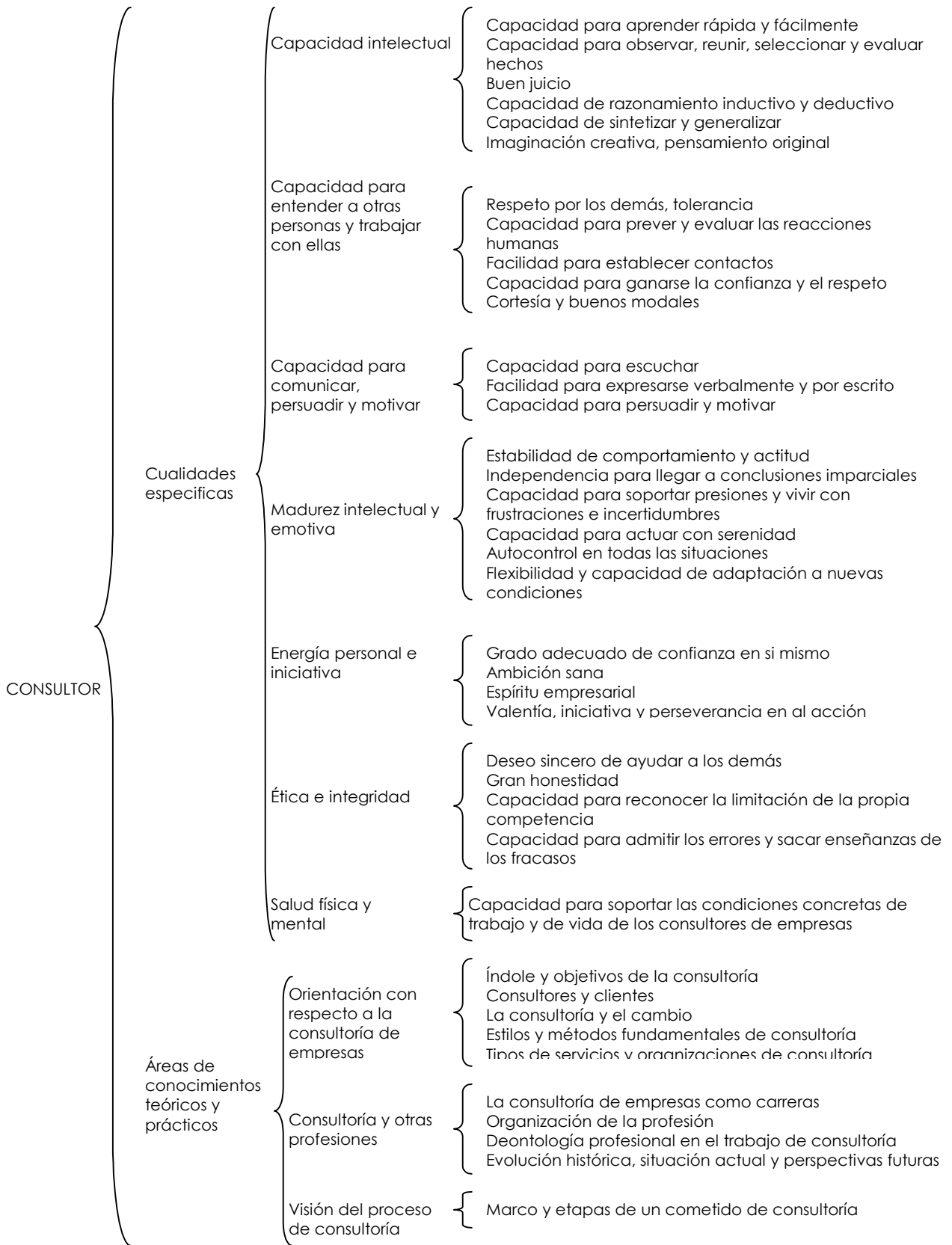
VENTA MINORISTA

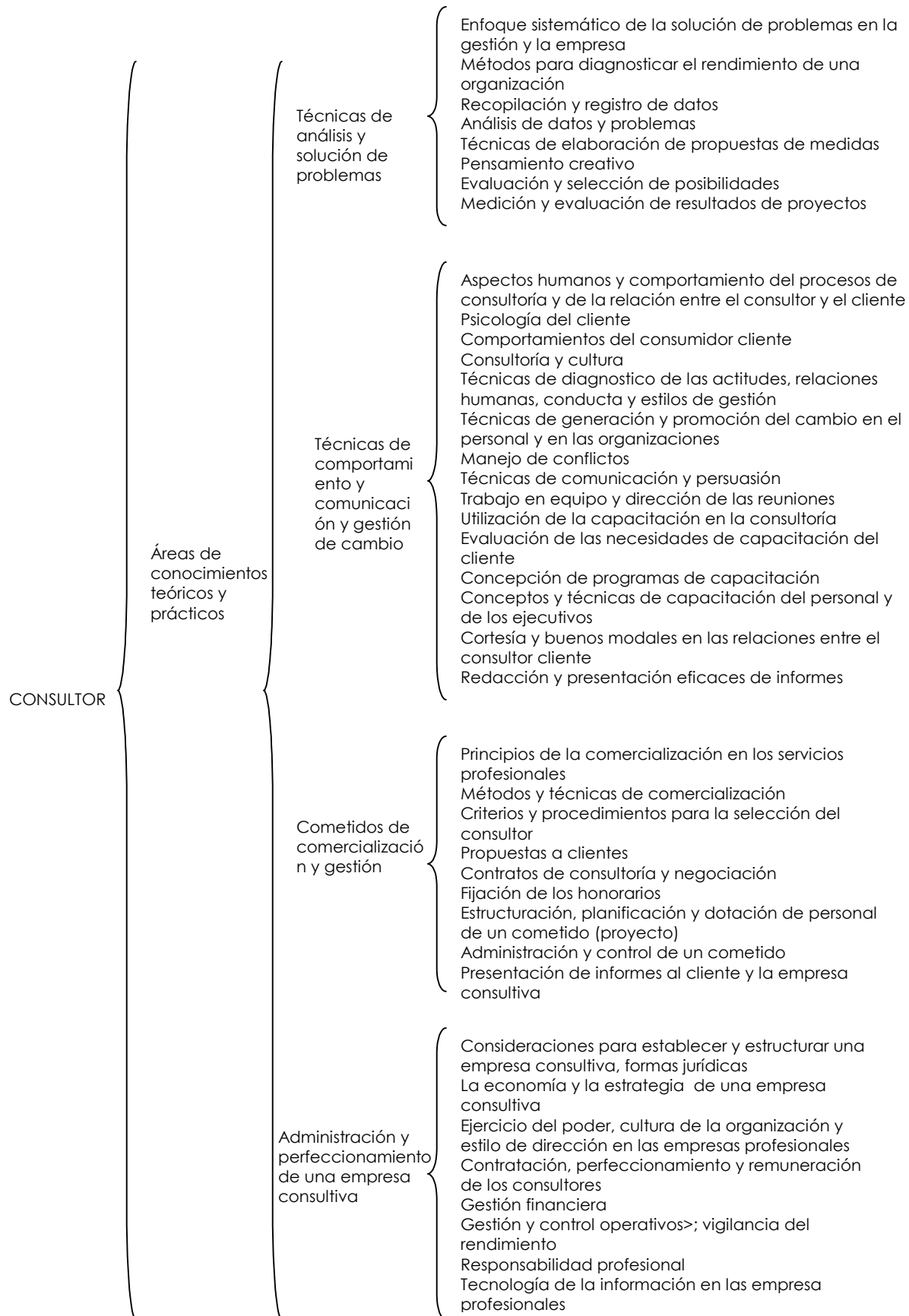


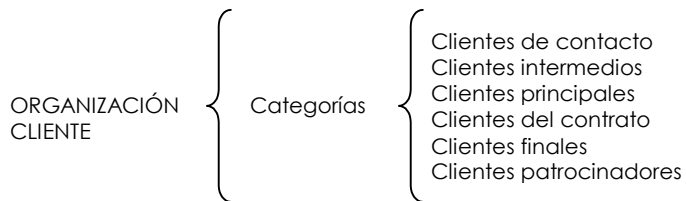
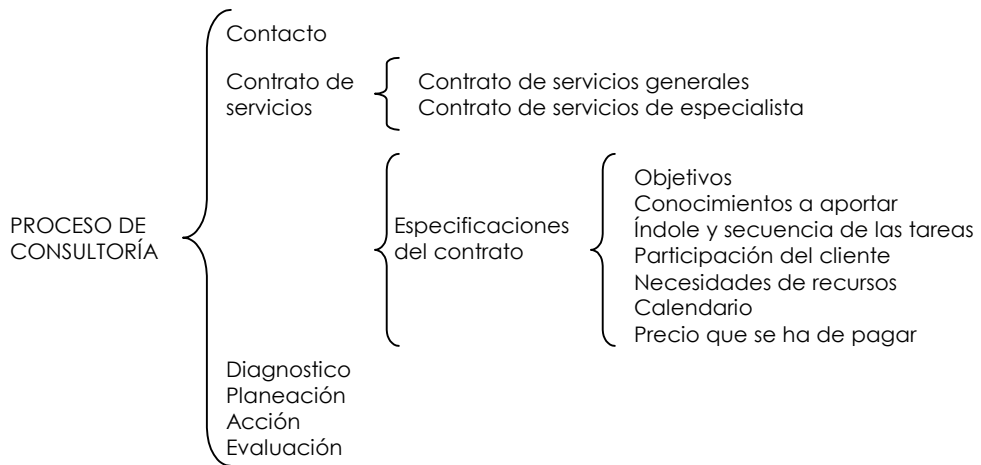
CONSULTORIA DE EMPRESAS



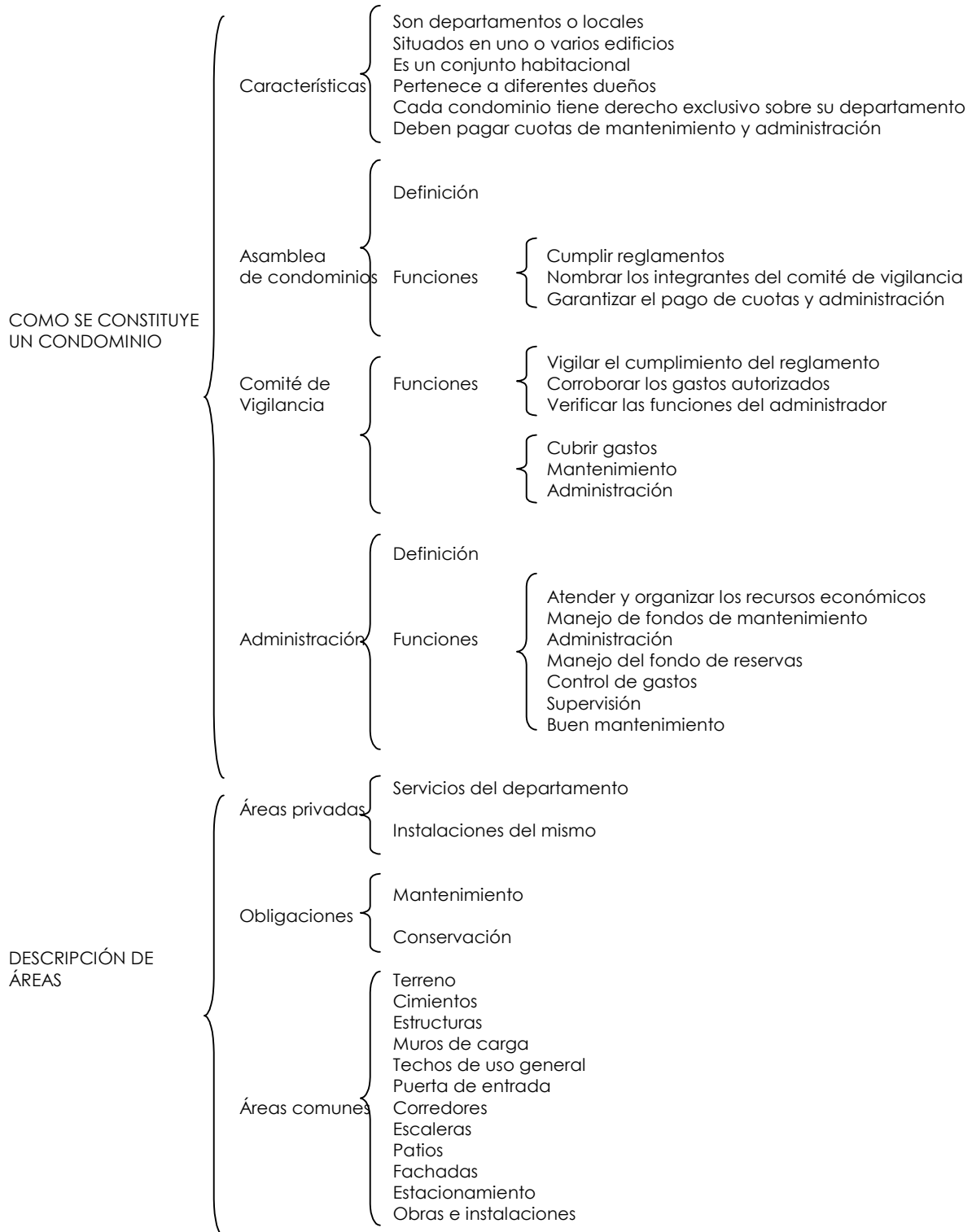




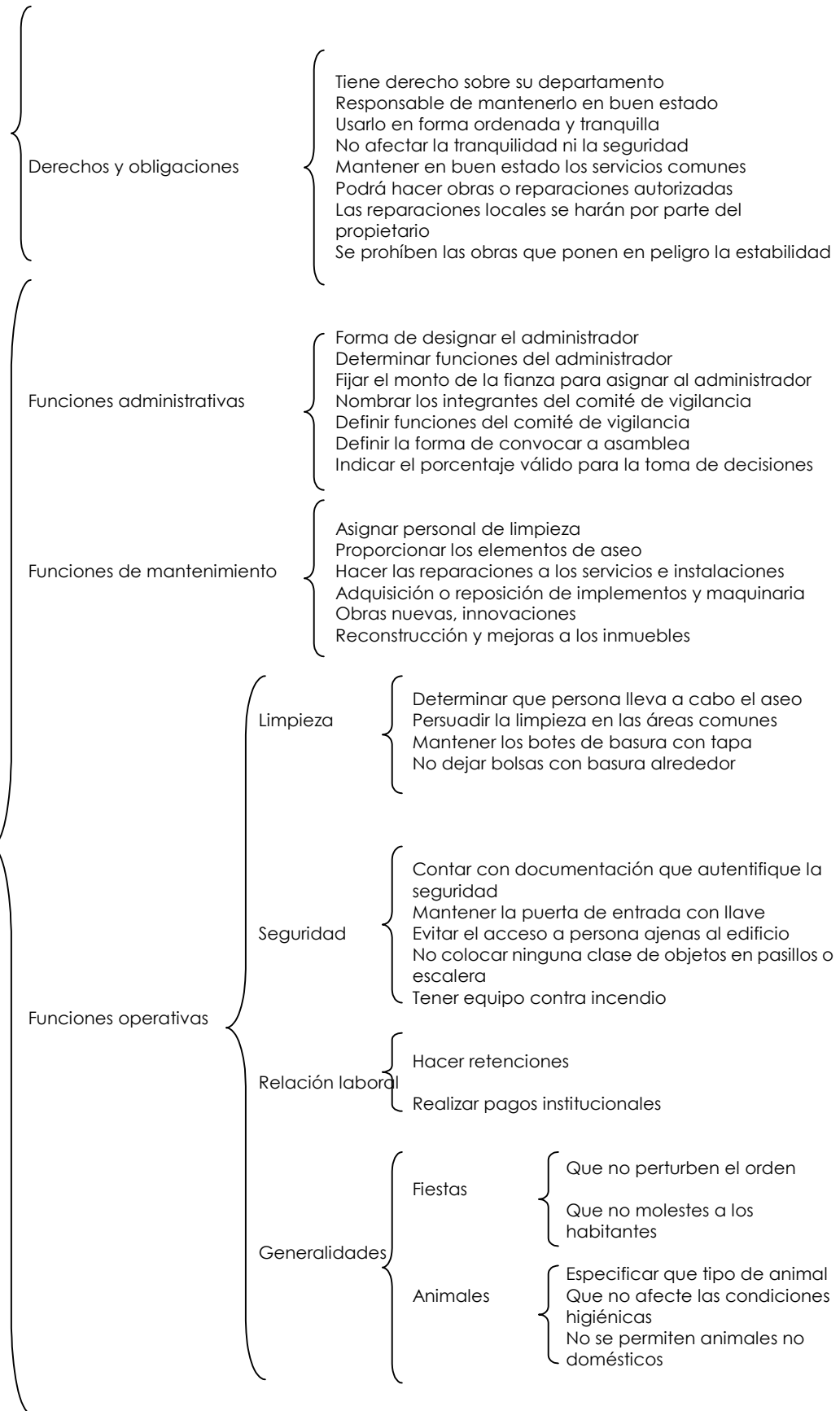


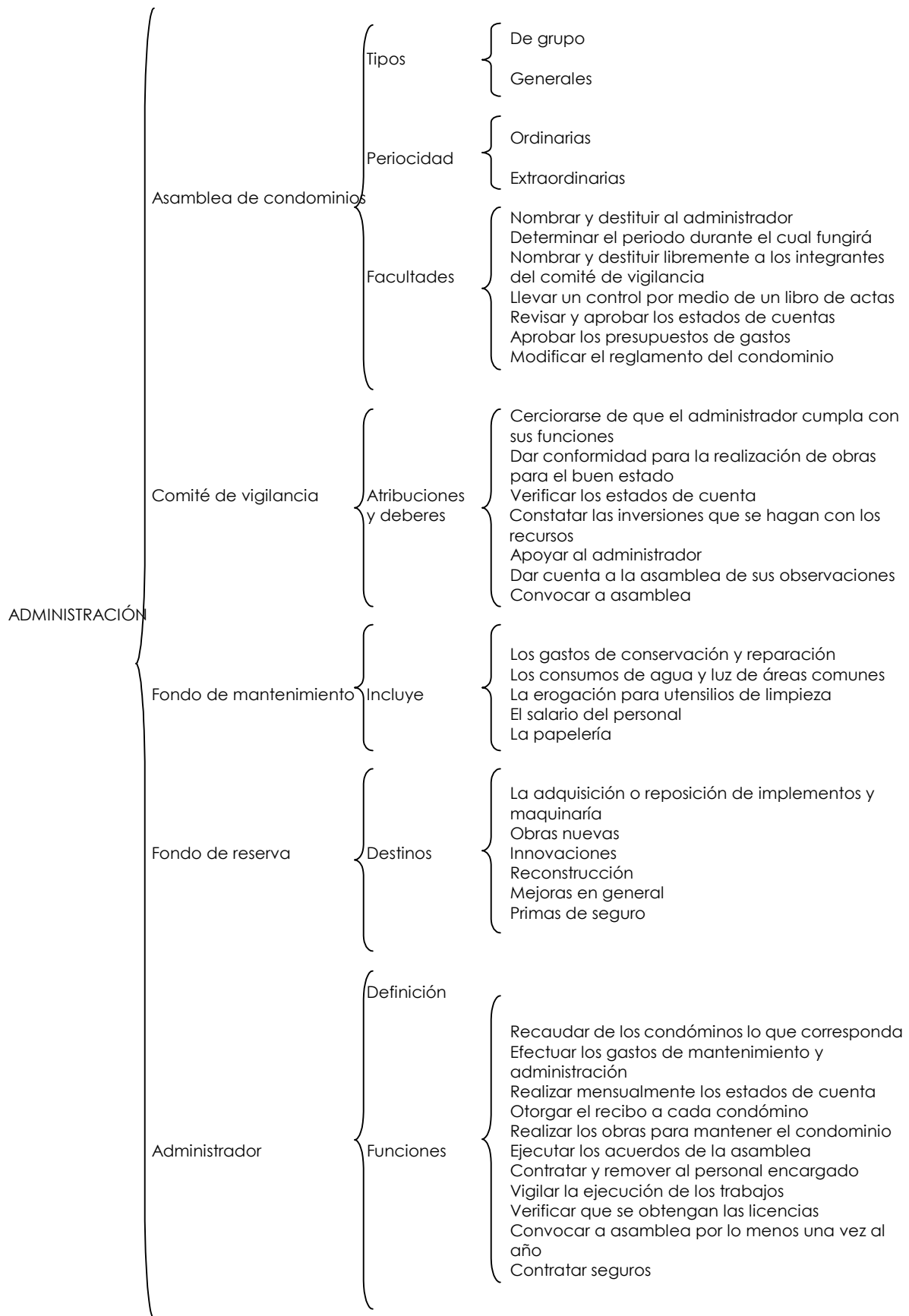


CONDOMINIOS



REGLAMENTO
DEL
CONDOMINIO





CAPITULO XV

GLOSARIO

DE INSTITUCIONES DE SERVICIO

Con el fin de conceptualizar los términos que se derivan de la estructura de árbol, se presenta un completo glosario, que tiene como finalidad hacer concordar término a término y unificar significados.

INSTITUCIONES FINANCIERAS

1. SISTEMA BANCARIO

1.1. DEFINICIÓN DE BANCO: Son instituciones públicas o privadas que realizan actos de intermediación profesional entre los dueños del dinero, capital y los usuarios de dicho dinero y capital. ¹⁶⁹⁵

1.2. CLASIFICACIÓN DE LOS BANCOS

1.2.1. BANCOS MIXTOS: Actúan como bancos comerciales en la intermediación Profesional del uso del crédito y actividades ligadas al ejercicio de la banca. La mayoría del capital pertenece a los inversionistas particulares aunque también participa el gobierno federal con parte de las acciones. ¹⁶⁹⁶

1.2.2. BANCOS PÚBLICOS: Son organismos creados por el gobierno federal con el objeto de atender necesidades de crédito de algunas actividades que se consideran básicas para el desarrollo de la economía nacional y que la banca privada no atiende. ¹⁶⁹⁷

¹⁶⁹⁵ Kaufman, George. El Dinero, El sistema Financiero y la Economía. pág. 237.

¹⁶⁹⁶ Ibid., pág. 240.

¹⁶⁹⁷ Ibid., pág. 240.

1.2.3. BANCOS PRIVADOS: Son también llamados bancos comerciales y su función principal es la intermediación habitual que efectúan en forma masiva y profesional en el uso del crédito y en actividades de banca. ¹⁶⁹⁸

1.2.4. BANCOS DE AHORRO: Son aquellas instituciones que cuya función principal es recibir depósitos de ahorro del público. ¹⁶⁹⁹

1.2.5. BANCOS DE DEPOSITO: Su función principal es recibir del público en general depósitos bancarios de dinero retirables a la vista mediante la expedición de cheque a su cargo, realizan principalmente operaciones de crédito a corto plazo, es decir operan en el mercado de dinero. ¹⁷⁰⁰

1.2.6. BANCOS FINANCIEROS: Llamados bancos de inversión, son los que tienen la finalidad de atender necesidades de financiamiento a largo plazo del sector productivo de la economía. ¹⁷⁰¹

1.2.7. BANCOS HIPOTECARIOS: Son instituciones cuya principal función es la colocación de créditos hipotecarios para lo cual se valen de la emisión de bonos y cédulas hipotecarias, además de otros títulos de valor, operan fundamentalmente en el mercado de capitales. ¹⁷⁰²

¹⁶⁹⁸ Ibid., pág. 240.

¹⁶⁹⁹ Ibid., pág. 240.

¹⁷⁰⁰ Ibid., pág. 240.

¹⁷⁰¹ Ibid., pág. 241.

¹⁷⁰² Ibid., pág. 241.

1.2.8. BANCOS FIDUCIARIOS: Son instituciones que actúan por cuenta de terceros de acuerdo con las cláusulas establecidas en un contrato. Sus principales funciones son: contratos de fideicomiso, emisión de certificados de participación, administración, garantía e inversión por cuenta de terceros. ¹⁷⁰³

1.2.9. BANCOS DE CAPITALIZACIÓN: Instituciones cuya función principal es la colocación de capitales mediante contratos que celebran con el público por medio de títulos o pólizas de capitalización. ¹⁷⁰⁴

2. LA BANCA CENTRAL

2.1. DEFINICIÓN: Es la base de todo sistema bancario de una Nación; es la encargada de aplicar las medidas de política monetaria y crediticia necesarias para el buen funcionamiento de la economía nacional. ¹⁷⁰⁵

3. BOLSA DE VALORES

3.1. DEFINICIÓN: Institución generalmente de capital privado, organizada como sociedad anónima, que financia sus actividades mediante sus propios recursos de capital y con los ingresos que obtiene del registro de valores y de la participación

¹⁷⁰³ Ibid., pág. 241.

¹⁷⁰⁴ Ibid., pág. 241.

¹⁷⁰⁵ Ibid., pág. 241.

de los corredores, su función principal es la negociación de toda clase de títulos de valor.¹⁷⁰⁶

4. CAPITAL FINANCIERO Y EXPORTACIÓN DE CAPITAL

4.1. EXPORTACIÓN DE CAPITALES

4.1.1. INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA: Es la más significativa por su monto y se realiza de diversas formas.¹⁷⁰⁷

4.1.2. INVERSIÓN EXTRANJERA INDIRECTA: La inversión extranjera indirecta es también llamada de cartera y consiste en todos los préstamos que un país hace al exterior.¹⁷⁰⁸

5. DINERO, BANCA Y CRÉDITO

5.1. RENTA: Renta es esta parte de producto de la tierra que se paga al propietario por el uso de los poderes originales e indestructibles del suelo.¹⁷⁰⁹

¹⁷⁰⁶ Ibid., pág. 243.

¹⁷⁰⁷ Ibid., pág. 245.

¹⁷⁰⁸ Ibid., pág. 246.

¹⁷⁰⁹ Ibid., pág. 198.

5.2. CLASES

5.2.1. RENTA ABSOLUTA: Es parte del excedente del cual se apropian los terratenientes únicamente por ser dueños de la tierra. ¹⁷¹⁰

5.2.2. RENTA DIFERENCIAL: Es la que obtienen los terratenientes que poseen tierras de mejor calidad que otras y que emplean trabajo más productivo que en otras tierras.

5.2.3. RENTA DE SITUACIÓN : Es aquella que reciben los dueños de la tierra por tener una mejor situación respecto al mercado que sus competidores. ¹⁷¹¹

5.3. TEORÍAS ACERCA DE LA RENTA

5.3.1. TEORÍA RICARDIANA: Ricardo afirma que existe renta porque la tierra de buena calidad es escasa y a medida que crece la población se tiene que cultivar tierra de menor calidad o mal situada. Ricardo habla de la renta diferencial, basado en la diferente calidad de la tierra. Ejemplifica que con la misma cantidad de trabajo y de capital, pero con tierras de diferente calidad, solo el propietario de las tierras, de las más fértiles, obtendrá renta. Dice que el valor de las mercancías se mide por el trabajo que cuesta producirlas en las peores condiciones; en consecuencia, el valor y el precio de los productos agrícolas aumenta cuando se producen en malas condiciones debido a que se requiere

¹⁷¹⁰ Ibid., pág. 199.

¹⁷¹¹ Ibid., pág. 199.

de más trabajo no por que se deba pagar renta y concluye "...no es el trigo caro por que se paga la renta, sino la renta se paga porque el trigo es caro". ¹⁷¹²

5.3.2. TEORÍA MARXISTA: Para Marx la renta es parte de la plusvalía generada por los obreros asalariados de la cual se apropian los terratenientes por ser dueños de la tierra. La renta representa el excedente la plusvalía sobre la ganancia media establecida en la agricultura. Afirma que en el capitalismo la renta se presenta en dos formas básicas: renta absoluta y renta diferencial. ¹⁷¹³

5.3.3. TEORÍA MARGINALISTA: Es parte de la productividad marginal de la tierra y la ley de rendimientos decrecientes dado cierto monto de tierra que no se puede modificar, los marginalistas explican que los propietarios de la tierra reciben renta porque el factor productivo que poseen es escaso, y en consecuencia su productividad marginal aumenta proporcionalmente, mediante se incrementa la demanda. ¹⁷¹⁴

6. DINERO

6.1. DEFINICIÓN: Los subjetivistas definen el dinero como todas aquellas cosas que son aceptadas en forma general a cambio de bienes y servicios, el dinero es una

¹⁷¹² Ibid., pág. 200.

¹⁷¹³ Ibid., pág. 199.

¹⁷¹⁴ Ibid., pág. 201.

mercancía que es equivalente general de todas las demás mercancías y que desempeña varias funciones derivadas de su carácter de mercancía.¹⁷¹⁵

6.2. SISTEMA MONETARIO: También se le llama patrón monetario y es la estructura legalmente establecida para la circulación de dinero en un país y momento determinado.¹⁷¹⁶

6.3. TEORÍA CUANTITATIVA DEL DINERO

6.3.1. MÉTODO DE TRANSACCIONES : Este método constituye un intercambio en el que un factor económico transfiere bienes, servicios o valores a otro actor económico y recibe a cambio una transferencia de dinero.¹⁷¹⁷

6.2.2. MÉTODO DE SALDOS: También se conoce como teoría de Cambridge. Esta versión de la teoría cuantitativa del dinero también hace énfasis en la oferta o demanda del dinero, analizando las condiciones que la determinen.¹⁷¹⁸

¹⁷¹⁵ Ibid., pág. 211.

¹⁷¹⁶ Ibid., pág. 217.

¹⁷¹⁷ Ibid., pág. 220.

¹⁷¹⁸ Ibid., pág. 220.

7. INFLACIÓN

7.1. DEFINICIÓN: Desequilibrio económico garantizado por una subida general de los precios y provocado por una excesiva emisión de billetes de banco, un déficit presupuestario o una falta de adecuación entre la oferta y la demanda.¹⁷¹⁹

8. CRÉDITO Y CIRCULACIÓN

8.1. DEFINICIÓN Y ORIGEN: El crédito puede ser definido desde diferentes puntos de vista; a nosotros nos interesa identificar al crédito como un préstamo que puede ser otorgado por un banco o por particulares. El crédito es la entrega de un bien o de una determinada cantidad de dinero que se hace a una persona con la promesa de su pago en un tiempo determinado.¹⁷²⁰

9. TEORÍA MACROECONÓMICA

9.1. DEFINICIÓN: Es el estudio de los grandes agregados en forma global, abarcando un país o región en un tiempo que por lo general es un año. Dichos agregados son: la producción, la inversión, el ahorro, el consumo y los precios.¹⁷²¹

¹⁷¹⁹ Ibid., pág. 222.

¹⁷²⁰ Ibid., pág. 225.

¹⁷²¹ Ibid., pág. 254

9.2. FACTORES DE PRODUCCIÓN

9.2.1 TIERRA: En su sentido más amplio se refiere a los recursos naturales que pueden ser transformado en el proceso de producción, tierra, agua, minerales, animales. ¹⁷²²

9.2.2. TRABAJO: Es el desgaste físico y mental de los individuos que se incorporan en el proceso productivo, el trabajo también se define como la actividad humana mediante la cual se transforma y adapta la naturaleza para la satisfacción de sus necesidades. ¹⁷²³

9.2.3. CAPITAL: Son todos aquellos bienes que nos sirven para producir otros bienes, son recursos económicos susceptibles de reproducirse y que ayudan en le proceso productivo, esta constituido por las inversiones en: maquinaria, equipo, mobiliario, enseres, edificios, etc. ¹⁷²⁴

9.1.4. ORGANIZACIÓN: También llamada habilidad empresarial, es el conjunto de actividades encaminadas a la dirección, organización, sistematización y conducción para llevar a cabo el proceso productivo. ¹⁷²⁵

¹⁷²² Ibid., pág. 255.

¹⁷²³ Ibid., pág. 255.

¹⁷²⁴ Ibid., pág. 255.

¹⁷²⁵ Ibid., pág. 255.

9.2. SECTORES ECONÓMICOS

9.2.1. SECTOR AGROPECUARIO: Antes llamado sector primario de la economía. Se encuentra integrado por: agricultura, ganadería, silvicultura, caza, pesca. Anteriormente el sector primario abarcaba la minería y la extracción de petróleo que ahora se ubica en el sector industrial. ¹⁷²⁶

9.2.2. SECTOR INDUSTRIAL: También llamado sector secundario de la economía. Se divide en dos sub sectores: industria extractiva e industria de transformación. La industria extractiva se integra por extracción de petróleo y minería. La industria de transformación incluye todas las demás ramas industriales, como envasado de frutas y legumbres, refrescos embotellados, abonos, vehículos, etc. ¹⁷²⁷

9.2.3. SECTOR SERVICIOS: También llamado sector terciario de la economía, incluye todas aquellas actividades no productivas pero necesarias para el funcionamiento de la economía. Algunas ramas son: Comercio, hoteles, restaurantes, transporte, comunicaciones, servicios de educación, etc. ¹⁷²⁸

¹⁷²⁶ Ibid., pág. 257.

¹⁷²⁷ Ibid., pág. 257.

¹⁷²⁸ Ibid., pág. 257.

10. CRÉDITO

10.1. CRÉDITO AL CONSUMO: El préstamo concebido se usa para la compra de bienes y servicios; por ejemplo: venta a plazo y compra de artículos por medio de tarjeta de crédito. ¹⁷²⁹

10.2. CRÉDITO A LA PRODUCCIÓN: La cantidad de dinero prestada se utiliza para la inversión productiva comprando capital fijo y variable, por ejemplo la apertura de una fábrica o la ampliación de una planta productiva. ¹⁷³⁰

10.3. CRÉDITO PRIVADO: Cuando el prestamista y el prestatario son particulares; por ejemplo: compras a crédito de una familia en un comercio privado. ¹⁷³¹

10.4. CRÉDITO PÚBLICO: Es aquel en el que interviene cualquier entidad del sector público ya sea como prestamista o prestatario. Por ejemplo: préstamo de NAFINSA (organismo público) al grupo ALFA (organismo privado). ¹⁷³²

10.5. CRÉDITO A CORTO PLAZO: Es el que se realiza a un plazo no mayor de un año; por ejemplo, el crédito comercial que se hace a 30, 60 o 90 días. Los créditos a corto plazo son también conocidos como créditos monetarios o de dinero. ¹⁷³³

¹⁷²⁹ Ibid., pág. 229.

¹⁷³⁰ Ibid., pág. 229.

¹⁷³¹ Ibid., pág. 229.

¹⁷³² Ibid., pág. 229.

¹⁷³³ Ibid., pág. 229.

10.6. CRÉDITO A LARGO PLAZO: Es el que se otorga a un plazo mayor de un año. Cuando el crédito es a menos de cinco años, también se llama a mediano plazo y si es a más de cinco años es a largo plazo; un crédito a largo plazo también se conoce como crédito de capital. ¹⁷³⁴

10.7. CRÉDITO INTERNO: Es aquel que se realiza dentro del territorio nacional, también se llama crédito nacional, por ejemplo, Nacional o Financiera otorga un crédito a la compañía de Petróleos. ¹⁷³⁵

10.8. CRÉDITO EXTERNO: También se llama crédito internacional y es aquel en el que interviene un particular o institución extranjera; por ejemplo: el banco de Inglaterra concede un crédito al gobierno español. ¹⁷³⁶

10.9. MERCADO DE CAPITAL: Es el conjunto de la oferta y la demanda de capitales que se mueven a través del sistema financiero de un país. El mercado de capitales constituye el movimiento de éstos a largo plazo, mayor de un año.

11. TIPOS DE INTERMEDIARIOS FINANCIEROS

11.1. BANCOS COMERCIALES: Los bancos comerciales son los intermediarios financieros mayores, más importantes y más diversificados, Con sólo algunas

¹⁷³⁴ Ibid., pág. 229.

¹⁷³⁵ Ibid., pág. 229.

¹⁷³⁶ Ibid., pág. 229.

excepciones, son los únicos intermediarios a los que está permitido legalmente ofrecer depósitos a la vista o depósitos cuya transferencia es posible por cheque del depositante.¹⁷³⁷

11.2. COMPAÑÍAS DE SEGUROS DE VIDA: Las compañías de seguros de vida reúnen fondos vendiendo protección contra la pérdida de ingresos como consecuencia de una muerte o retiro actuarialmente prematuros. Ofrecen oportunidades adicionales de ahorro en forma de anualidades o pólizas de capitalización.¹⁷³⁸

11.3. MUTUAS PRIVADAS DE PENSIONES: Recogen las aportaciones de los empresarios o trabajadores durante los años de actividad de estos últimos, pagándoles una cantidad mensual al jubilarse, facilitan el proceso de ahorro para el retiro.¹⁷³⁹

11.4. ASOCIACIONES PARA EL AHORRO Y PRÉSTAMO: Estas asociaciones son fundamentalmente instituciones de ahorro personal y préstamos hipotecarios. Toman prestado a corto plazo por medio de libretas de ahorro.¹⁷⁴⁰

11.5. BANCOS MUTUALISTAS DE AHORROS: Son semejantes a las asociaciones para el ahorro y préstamo. Recogen fondos principalmente de las cuentas de libretas de ahorro, invirtiéndolos sobre todo en hipotecas sobre vivienda.¹⁷⁴¹

¹⁷³⁷ Kaufman, George. El Dinero, El sistema Financiero y la Economía. pág. 85.

¹⁷³⁸ Ibid., pág. 86

¹⁷³⁹ Ibid., pág. 87.

¹⁷⁴⁰ Ibid., pág. 87.

11.6. FONDOS DE INVERSIÓN: Se distinguen de los demás intermediarios financieros en que tanto los títulos secundarios que venden como los primarios que compran son acciones. En efecto, los fondos de inversión permiten participar a los individuos en inversiones de títulos por cualquier valor, reduciendo el riesgo como consecuencia de la diversificación, de la ayuda y consejo prestados por unos directivos profesionales. ¹⁷⁴²

11.7. COMPAÑÍAS FINANCIERAS: Conceden préstamos a las empresas y a los particulares, se especializan en otorgar préstamos a las empresas, mientras que las financieras de ventas prestan a los particulares para financiar la compra de automóviles y otros bienes de consumo duradero. ¹⁷⁴³

11.8. COMPAÑÍAS DE SEGUROS DE ACCIDENTES: Venden protección contra la pérdida de propiedad resultante de accidentes, incendio, robo, negligencia y otras. Venden títulos secundarios en forma de primas, cuyo precio guarda relación con la probabilidad actuarial de que ocurra el suceso productor de la pérdida. ¹⁷⁴⁴

11.9. COOPERATIVAS DE CRÉDITO: Son instituciones menores de ahorro y préstamo orientadas al consumidor. Lo característico es que sean organizadas por

¹⁷⁴¹ Ibid., pág. 88.

¹⁷⁴² Ibid., pág. 88.

¹⁷⁴³ Ibid., pág. 89.

¹⁷⁴⁴ Ibid., pág. 89.

miembros de un mismo grupo de empleados, profesionales o vecinos, con el fin de reunir sus ahorros y conceder préstamos a otros miembros del grupo.¹⁷⁴⁵

¹⁷⁴⁵ Ibid., pág. 90.

INSTITUCIONES EDUCATIVAS

1. CONCEPTOS GENERALES

1.1. CONCEPTO: Presentación sistemática de hechos, ideas, habilidades y técnicas a los estudiantes. El concepto "educación" denota los métodos por los que una sociedad mantiene sus conocimientos, cultura y valores y afecta a los aspectos físicos, mentales, emocionales, morales y sociales de la persona. El trabajo educativo se desarrolla por un profesor individual, la familia, la Iglesia o cualquier otro grupo social. La educación formal es la que se imparte por lo general en una escuela o institución que utiliza hombres y mujeres que están profesionalmente preparados para esta tarea.¹⁷⁴⁶

2. ADMINISTRACIÓN ESCOLAR – GESTION ADMINISTRATIVA

2.1. DEFINICIÓN: Es un proceso que sirve de medio, para la toma de decisiones, estructuración de formas, dirigir, motivar, satisfacer necesidades e intereses; lograr las metas y objetivos en una institución educativa.

¹⁷⁴⁶ Angarita S, Tulio Manuel. Y Chaves Franco, Humberto. Proyecto Educativo Institucional. pág.. 19.

2.2. OBJETO: Es el de prever resultados y acontecimientos inesperados que puedan entorpecer el logro de las metas y objetivos propuestos. La previsión de resultados se busca por medio de la utilización racional de los recursos, el diseño de un proceso administrativo apropiado y la colaboración responsable, creativa y dinámica de todos los estamentos educativos.¹⁷⁴⁷

2.3. PROCESO ADMINISTRATIVO: Es el conjunto de fases dinámicas continuas e interdependientes que forman un sistema. La dirección y la coordinación desempeñan el papel de ejes conductores permanentes de las demás fases.¹⁷⁴⁸

2.4. ASPECTOS DETERMINANTES

2.4.1. DEFINICIÓN: Son aquellos que surgen por la necesidad de explicar los fenómenos que afectan a la institución, las interacciones significativas del medio socio – cultural y las características que le imponen los enfoques filosóficos y las teorías administrativas aplicadas.

2.4.2. LA INVESTIGACIÓN: Es el proceso por medio del cual se busca conocer algo, aclarar una duda, una incertidumbre o solucionar una situación problemática. Es la búsqueda de la verdad a través de un método y de un proceso lógico ordenado de forma coherente que permita la comprobación.¹⁷⁴⁹

¹⁷⁴⁷ Ibid., pág 9.

¹⁷⁴⁸ Ibid., pág 10.

¹⁷⁴⁹ Ibid., pág 26.

2.5. PRINCIPIOS: Son los parámetros o guías que permiten la práctica administrativa en forma coherente y facilitan la colaboración armónica de todos los participantes.¹⁷⁵⁰

2.6. TOMA DE DECISIONES: Es la actividad del proceso administrativo que orienta y define el funcionamiento de la institución educativa, razón por la cual se le considera, como la función central o fundamental de la administración.¹⁷⁵¹

2.7. ADMINISTRACIÓN EDUCATIVA Y AUTORIDAD: El administrador, es el encargado de dirigir la institución educativa. Es quien debe velar por el logro de los intereses comunitarios, las metas y objetivos educativos; debe cuidar los recursos, distribuirlos según las necesidades y dosificar su utilización. Debe coordinar todas las actividades, gobernar la institución escolar en coherencia con el medio sociocultural y las expectativas de los estudiantes.¹⁷⁵²

2.7.1. AUTORIDAD: Es el poder de tomar decisiones que guían las acciones de otro. Es una relación entre dos individuos "un superior" y el "subordinado".¹⁷⁵³

¹⁷⁵⁰ Ibid., pág 28.

¹⁷⁵¹ Ibid., pág 29.

¹⁷⁵² Ibid., pág 31.

¹⁷⁵³ Ibid., pág 32.

3. PLANEACIÓN INSTITUCIONAL ESCOLAR

3.1. CONCEPTO: Encaminada a desarrollar un modelo sistémico democrático, elaborado con participación de las familias y con miras a proyectar la acción educativa de la institución en la comunidad local.¹⁷⁵⁴

3.2. RESISTENCIA A LA PLANEACIÓN: Resistencias que el medio laboral y social presentan a las innovaciones y las técnicas que implican un orden. Al proponer un nuevo plan de acción, inmediatamente surgen dificultades y fuerzas en pugna que pueden detener su ejecución y que más de una vez han obligado a archivar bien elaborados y calculados proyectos. Los cambios producen conflictos y lucha de intereses, por consiguiente, el planeamiento es objeto de críticas.¹⁷⁵⁵

3.2.1. FASES DE LA PLANEACIÓN

3.2.1.1. FILOSOFÍA EDUCATIVA: Es aquella que está enmarcada por los fundamentos de antropología social y cultural, correlacionados éstos, con los principios de una pedagogía activa y personalizante, cuya base filosófica es reconocer el alumno como ser actuante; dicha filosofía caracterizará al plantel como tal y lo diferenciará de los demás establecimientos.¹⁷⁵⁶

¹⁷⁵⁴ Peñate, Montes Luzardo R. Administración de Instituciones Educativas. Pág. 15.

¹⁷⁵⁵ Angarita.Chaves. Op.cit., pág. 58.

¹⁷⁵⁶ Peñate. Op. Cit., . pág. 35.

3.2.1.2. OBJETIVOS INSTITUCIONALES: Son aquellos objetivos que se presentan en dos niveles: De formación humana y de formación académica, intelectual e investigativa.¹⁷⁵⁷

3.2.1.3. MARCO SITUACIONAL: Es el que se realiza para la elaboración de la descripción del sector e identificar las características socio-económicas y culturales, habitacionales, demográficas, la existencia de organizaciones e instituciones de orden municipal o zonas que brinden apoyo al proceso educativo.¹⁷⁵⁸

3.2.1.4. PLANEAMIENTO ÁREA CURRICULAR: Es aquella que incluye varios procesos cuya ejecución no es lineal, sino que obedece a la dinámica que asuman dichos procesos, en las semanas de planeación y organización institucional del comienzo de año. En esta planeación se tiene en cuenta: el calendario académico, asignaciones académicas por asignatura, elaboración general del horario de clases y organización de los comités de trabajo.¹⁷⁵⁹

3.2.2. FASE DE PROGRAMACIÓN: Es aquel proceso que posibilita el desarrollo y la aplicación del plan, distribuyendo de manera racional, los recursos humanos, físicos, materiales, financieros, el tiempo, las acciones y los participantes en las

¹⁷⁵⁷ Ibid., pág 39.

¹⁷⁵⁸ Ibid., pág 40.

¹⁷⁵⁹ Ibid., pág 78.

tareas propias de cada programa¹⁷⁶⁰. Es la fase que operacionaliza los objetivos y políticas a través del diseño de programas y actividades.

3.2.3. FASE DE EJECUCIÓN: Es el encargado de llevar a cabo los planes, los programas, proyectos pedagógicos y actividades correspondientes al Proyecto Educativo Institucional.¹⁷⁶¹

3.2.4. FASE DE CONTROL Y EVALUACIÓN: Es una de las actividades más importantes durante todo el proceso de gestión administrativa, ejercido a través de la observación directa y la supervisión misma del desarrollo de las tareas.

¹⁷⁶⁰ Ibid.. Pág. .81.

¹⁷⁶¹ Ibid. Pág. 97.

INSTITUCIONES HOTELERAS

1. SECTOR HOTELERO: El sector hotelero comprende todos aquellos establecimientos que se dedican profesional y habitualmente a proporcionar alojamiento a las personas, con o sin servicios de carácter complementario.

1.1 MODALIDADES DE HOTELES

1.1.1. HOTELES: Son aquellos establecimientos que facilitan alojamiento con o sin servicios complementarios, distintos de los correspondientes a cualquiera de las otras modalidades.

1.1.2. HOTELES – APARTAMENTOS: Son aquellos establecimientos que por su estructura y servicios disponen de las instalaciones adecuadas para la conservación, elaboración y consumo de alimentos dentro de la unidad de alojamiento.

1.1.3. MOTELES: Son aquellos establecimientos situados en las proximidades de carreteras que facilitan alojamientos en departamentos con garaje y entrada independiente para estancias de corta duración.¹⁷⁶²

¹⁷⁶² Mestres Soler, Juan R. Técnicas y Dirección Hotelera. pág. 1.

1.2. SEGMENTOS DE LA INDUSTRIA: Un segmento es una porción de una industria que se caracteriza por tener un conjunto de características comunes. Los segmentos de las industrias hoteleras se caracterizan por precio, lujo y servicio. ¹⁷⁶³

1.2.1 HOTELES ECONÓMICOS /CON SERVICIOS LIMITADOS: Proporcionan hospedaje básico e higiénico. Las tarifas de habitaciones son aproximadamente 45 % más bajas que las de los hoteles de la primera clase. Las instalaciones estas construidas en terrenos poco costosos empleando métodos de construcción prefabricada. Los costos de operación se mantienen bajos ya que no cuentan con servicios de alimentación y bebidas y emplean poco personal.

1.2.2. HOTELES DE MEDIANA CATEGORÍA: Proporcionan lujo y comodidad superiores al promedio, una decoración diseñada profesionalmente, y servicio de alimentos y bebidas en sus instalaciones.

1.2.3. HOTELES DE SUITES: Proporcionan áreas separadas para dormir y cuartos de estar en todas sus habitaciones, usualmente con cocineta y bar abastecido. Algunas de estas están diseñadas para estancias prolongadas y pueden ofrecer tarifas reducidas para alquiler por fin de semana, por mes o por temporada.

1.2.4. HOTELES DE PRIMERA CLASE: Son lujosos con personal muy capacitado y excepcionales instalaciones para alimentos y bebidas. Los hoteles de primera

¹⁷⁶³ Foster L. Dennis. Recepción en Hotelería Administración y operación. pág. 3

clase también se denominan hoteles de clase ejecutiva o clase superior y suelen tener suites de lujo, dos o más comedores y un bar.

1.2.5. HOTELES DE LUJO: Llamados también "deluxe", ofrecen las normas más elevadas de excelencia en cuanto a lujo, confort y eficiencia.¹⁷⁶⁴

1.3. TIPOS DE PROPIEDADES: Dentro de cada segmento de la industria puede haber distintos tipos de instalaciones, tales como hoteles, moteles, resort o centros de convenciones.

1.3.1. HOTEL: Se utiliza para hacer referencia a cualquier establecimiento que proporcione habitaciones privadas con baño y que cuente con personal al servicio de los huéspedes.¹⁷⁶⁵

1.3.2. MOTEL: Primordialmente ofrece alojamiento a automovilistas y, por lo tanto, cuenta con amplio estacionamiento, cuando menos un espacio por habitación, y habitaciones a las que se tiene acceso desde el exterior.

1.3.3. RESORT: Es una propiedad que se orienta primordialmente hacia los viajeros que van a descansar y se centra en la recreación. Los Resort especializados se dedican a una actividad selecta, como la salud, el golf o el esquí en la nieve.

¹⁷⁶⁴ Ibid. , pág. 4.

¹⁷⁶⁵ Ibid. , pág. 6.

1.3.4. CENTRO DE CONVENCIONES: Cuenta con salas para juntas y banquetes, equipo audiovisual e instalaciones creativas, para los huéspedes, y se especializa en brindar atención a reuniones números, exposición y eventos especiales.¹⁷⁶⁶

1.4. ORGANIZACIÓN DEL HOTEL

1.4.1. ADMINISTRACIÓN: La administración está encabezada por un Director ejecutivo, el cual, en algunos hoteles, suele recibir el nombre de Gerente General. El personal ejecutivo integrado por un Director Asistente y varios especialistas de oficina. El Director Ejecutivo constituye la autoridad con mayor jerarquía en el hotel y es responsable de supervisar a los distintos gerentes.¹⁷⁶⁷

La función del Director es la de dirigir cada una de las actividades de la empresa, contando para ello con la colaboración de otras personas a las cuales delega las distintas funciones a realizar dentro de la misma, al tiempo que se hace responsable de los resultados que se obtengan.

1.4.1.1. TÉCNICAS QUE DESARROLLA LA DIRECCIÓN

1.4.1.1.1. PLANIFICACIÓN: Se entiende el proceso de decidir por anticipado lo que debe realizarse en el futuro en base a los datos que se posean de experiencias

¹⁷⁶⁶ Ibid. , pág. 7.

¹⁷⁶⁷ Ibid. , pág. 9.

anteriores, junto con un análisis de los datos actuales; fundamentalmente los externos al establecimiento en cuestión, ¹⁷⁶⁸

1.4.1.1.2. ORGANIZACIÓN: Por organización definimos las funciones a realizar para concretar eficazmente la planificación establecida. La organización se establece en función de experiencias pasadas, uniéndolas a ellas los datos actuales y las previsiones del comportamiento futuro de las variables que lo condicionan.¹⁷⁶⁹

1.4.1.1.3. COORDINACIÓN: Por coordinación se entiende el conjuntar las distintas funciones con el objeto de orientarlas y lograr que el fin que se persigue pueda conseguirse.

1.4.1.1.4. PREVISIÓN: La previsión se define como el conocimiento anticipado de las variables económicas que pueden producirse en la empresa con el objeto de evitar inconvenientes financieros a la misma.

1.4.1.1.5. DECISIÓN: Decidir, significa tomar una determinación, resolución o solución de algo. Significa convertir la información que se posee en acción. Cuando tomamos decisiones, lo que hacemos es llevar a la práctica el conjunto de previsiones y acciones que hemos tomado en un momento determinado, tras haberlas planificado y organizado.¹⁷⁷⁰

¹⁷⁶⁸ Escuela Daly de Hotelería y Turismo. Servicios Hoteleros. pág. 19.

¹⁷⁶⁹ Ibid. , pág. 19,20.

¹⁷⁷⁰ Ibid. , pág. 20.

1.4.1.1.6. CONTROL: Constituye la última técnica de los procesos de dirección. Es el proceso para determinar lo que se está llevando a cabo, midiendo el grado de cumplimiento de los objetivos marcados y establecido el nivel de desviación con relación a los mismos, al objetivo de aplicar los mecanismos de corrección que permitan subsanar dichas desviaciones.¹⁷⁷¹

1.4.2. DEPARTAMENTO DE HABITACIONES: Las funciones relacionadas con las habitaciones se dividen en tres áreas principales, de la siguiente manera:

1.4.2.1. CATEGORÍAS DE LAS HABITACIONES

1.4.2.1.1. DE LUJO: Éste tipo de habitación, por lo general, ofrece la mejor ubicación disponible en el hotel, con la mejor vista y el nivel más elevado de comodidad, mobiliario y decoración.¹⁷⁷²

1.4.2.1.2. SUPERIOR: Éste tipo de habitación suele estar ubicado en la planta baja con vista aceptable y puede incluir una cama matrimonial, Queen-Size O King-Size.

1.4.2.1.3. NORMAL: Por lo general, cuentan con una o dos camas matrimoniales, una cama queen-size o dos camas individuales.

¹⁷⁷¹ Ibid. , pág. 21.

¹⁷⁷² Foster Dennis.Op. cit. pág. 36.

1.4.2.1.4. ECONÓMICA: Éste tipo de habitación puede estar reservado para situaciones de demanda excesiva, tarifas con descuento o promociones especiales.¹⁷⁷³

1.4.2.1.5. SUITE: Normalmente consta de dos o más habitaciones, por lo general una sala y un dormitorio. Una suite puede tener más de un dormitorio, o habitaciones adicionales como cocineta o sala de conferencias.

1.4.2.2. TIPOS DE CAMAS

1.4.2.2.1. CAMA KING-SIZE: Es el tamaño más grande de que se dispone, y tiene las mismas dimensiones de dos camas individuales juntas. Una habitación de lujo o suite comúnmente con una o dos camas.

1.4.2.2.2. CAMA QUEEN-SIZE: Son entre 10 y 15 % más pequeñas que las King-Size, pero un 25 % más grandes que las camas matrimoniales normales.

1.4.2.2.3. CAMA MATRIMONIAL (DOBLE): La cama matrimonial normal es 25 % más pequeña que una queen. Cualquier categoría de habitación puede ofrecer una o dos camas matrimoniales.

¹⁷⁷³ Ibid. , pág. 37.

1.4.2.2.4. CAMAS GEMELAS O INDIVIDUALES: La cama individual normal tiene más o menos la mitad del tamaño que la cama king normal. Como reglas, una habitación con camas individuales siempre tiene dos camas.

1.4.2.2.5. CAMA SENCILLA O INDIVIDUAL: Puede referirse a una habitación con una cama individual, o una cama de cualquier tamaño destinada únicamente para una ocupación sencilla.¹⁷⁷⁴

1.4.2.3. SUMINISTRO ESTANDAR EN CADA HABITACIÓN; Cada hotel según su categoría y sus especificaciones de calidad, debe diseñar los suministros que se deben colocar en cada una de las habitaciones.

1.4.2.4. MATERIALES

1.4.2.4.1. EQUIPO: Aspiradoras, pulidoras, carritos para camarista, camas extra, escaleras, etc.

1.4.2.4.2. BLANCOS: Toallas, sábanas, fundas, tapetes, servilletas, manteles, etc.

1.4.2.4.3. UTENSILIOS DE LIMPIEZA: Escobas, Trapeadores, cepillos, franelas, esponjas, fibras, recogedores, botes para la basura, guantes, etc.

¹⁷⁷⁴ Ibid. , pág. 38.

1.4.2.4.4. PRODUCTOS DE LIMPIEZA: Detergentes, desengrasantes, jabón líquido, limpia vidrios, desinfectantes, desincrustante, quita manchas, desmanchadores, sellador, etc.

1.4.2.4.5. SUMINISTROS PARA HABITACIONES: Ceniceros, limpia calzado, plumas, ganchos, papel para W.C., tapetes de hule, jabón, cortinas de baño, bolsas de plástico, vasos cerillos, bolsas para enviar ropa a lavandería, etc.¹⁷⁷⁵

1.4.2.5. CONTROL DEL ESTADO DE LAS HABITACIONES

1.4.2.5.1 SISTEMA COMPUTARIZADO: Existen para la venta diferentes tipos de computadores y gran variedad de programas que tienen un menú con gran cantidad de opciones. Según sea la capacidad del hotel y el tipo de información que se desea, se puede seleccionar un sistema que se ajuste a las necesidades.¹⁷⁷⁶

1.4.2.5.2. SISTEMA MANUAL

1.4.2.5.2.1. RACKS Y TIRILLAS: Consisten en pequeñas hojas de información de cada huésped y tienen colores según el estado en que se encuentra cada habitación.

¹⁷⁷⁵ Báez Casillas, Sixto. *Hotelería*. pág. 183.

¹⁷⁷⁶ *Ibid.* , pág. 65, 66.

1.4.2.5.2.2. HOJA DIARIA DE CONTROL: Tiene los números de habitación y se anota con lápiz el estado de cada una de ellas, se puede borrar y modificar según cambios.¹⁷⁷⁷

1.4.2.5.2.3. LIBRETA DE CONTROL: Es igual que el anterior ya que la libreta tiene las 365 páginas (una para cada día del año) Diariamente aparecen todos los números de habitaciones.¹⁷⁷⁸

1.4.2.6 AMA DE LLAVES: El personal de Ama de Llaves es el responsable de la limpieza diaria de las habitaciones y del servicio de blancos. El personal es supervisado por un Ama de Llaves Ejecutiva, quien coordina la limpieza de las habitaciones, prepara informes sobre el estado de las mismas, y supervisa al personal del área.¹⁷⁷⁹

1.4.2.6 1. PERSONAL DE AMA DE LLAVES

1.4.2.6. 1.1. SUPERVISORAS DE PISOS: Se encarga de Inspeccionar las habitaciones y comunicar los resultados al Ama de Llaves.

1.4.2.6.1.2. CAMARERAS: Se responsabiliza de la limpieza y control de un determinado número de habitaciones.¹⁷⁸⁰

¹⁷⁷⁷ Ibid. , pág. 66.

¹⁷⁷⁸ Ibid. , pág. 67.

¹⁷⁷⁹ Foster Dennis.Op. cit. pág. 9.

¹⁷⁸⁰ Escuela Daly de Hostelería. Op. cit., pág. 9.

1.4.2.7. PISOS Y LECERÍA: Es fundamental realizar y mantener constantemente una limpieza meticulosa a las habitaciones y plantas del hotel, pues éste detalle refleja en gran medida la calidad del establecimiento.

1.4.2.7.1. REGIDURÍA DE PISOS: Encargado de la limpieza y mantenimiento, tanto de las habitaciones como de los pisos en general.

1.4.2.7.2. LAVANDERÍA, LENCERÍA Y COSTURA: Se encarga del inventario, control y en algunos casos de la limpieza de la ropa del hotel, así como de la limpieza y cuidado de la ropa de los clientes y de los uniformes de empleados.¹⁷⁸¹

Aunque depende del Ama de Llaves general, esta bajo la responsabilidad directa de la encargada de la lavandería-lencería. Su función estriba en el lavado, planchado y repaso de aquellas prendas que lo necesiten.¹⁷⁸²

1.4.2.7.2. 1. FUNCIÓN MIXTA: Función de línea en cuanto al lavado y plancha de ropa de clientes, función de staff de servicio, en lo relativo al resto del hotel.¹⁷⁸³

Tiene como función principal el lavado y planchado de la ropa del hotel y normalmente de los clientes.¹⁷⁸⁴

¹⁷⁸¹ Ibid. , pág. 8.

¹⁷⁸² Mestres. Op. cit., pág. 45.

¹⁷⁸³ Ibid. pág. ,141.

¹⁷⁸⁴ Ibid. pág. ,150.

1.4.3. RECEPCIÓN: Es él responsable de las reservaciones, registros y salidas, y comunicaciones con los huéspedes.¹⁷⁸⁵

Se halla situado cerca de la entrada principal y se puede identificar físicamente como el Lobby. Es parte del conjunto de la estructura organizativa del establecimiento hotelero y depende de la amplitud o limitación de los servicios que presta el hotel para que en igual medida vea ampliadas o restringidas las funciones a realizar.

Funcionalmente es el punto neurálgico del hotel ya que es el centro de actividad de los huéspedes y clientes. De otra parte y desde el punto de vista de las comunicaciones es el centro de coordinación y control respecto a los demás departamentos operacionales del hotel.¹⁷⁸⁶

La recepción es responsable de dar la bienvenida a los huéspedes, administrar las habitaciones y manejar las quejas.¹⁷⁸⁷

1.4.3.1. PERSONAL DE RECEPCIÓN

1.4.3.1.1. GERENTE DE RECEPCIÓN: Un gerente de recepción debe mantener un elevado nivel de eficiencia entre el personal de recepción, tomar decisiones

¹⁷⁸⁵ Foster Dennis. Op. cit. pág. 9.

¹⁷⁸⁶ Mestres. Op. cit., pág. 61.

¹⁷⁸⁷ Foster Dennis. Op. cit. pág. 13.

eficaces en cuanto a políticas de recepción y asignación de habitaciones y manejar los problemas y quejas de los huéspedes con cortesía y tacto.¹⁷⁸⁸

1.4.3.1.2. ASISTENTE DEL GERENTE DE RECEPCIÓN: Es responsable de coordinar las operaciones de éste departamento.¹⁷⁸⁹

1.4.3.1.3. RECEPCIONISTAS: Transmiten la personalidad del hotel a los huéspedes. Esta posición tan importante requiere de sólidas habilidades de comunicación y de la capacidad para trabajar con personas. Los recepcionistas deben practicar la diplomacia, cortesía y calidez.¹⁷⁹⁰

1.4.3.1.4. AUDITOR NOCTURNO: Debe cumplir con las obligaciones de un empleado por la noche. Rastrea la contabilización de las transacciones del día anterior con el objeto y requiere de una persona con capacitación y habilidad considerables en materia de contabilidad.¹⁷⁹¹

1.4.3.1.5. CAJEROS: Es responsable de la salida de los clientes que dejan el hotel, la contabilización de los cargos, la verificación de la cuenta del huésped y el manejo de pagos. Aunque los cajeros trabajan en recepción, normalmente se les considera miembros del departamento de contabilidad y por lo tanto, trabajan bajo la supervisión del gerente de contabilidad.¹⁷⁹²

¹⁷⁸⁸ Ibid. , pág. 21.

¹⁷⁸⁹ Ibid. , pág. 23.

¹⁷⁹⁰ Ibid. , pág. 24 .

¹⁷⁹¹ Ibid. , pág. 25.

¹⁷⁹² Ibid. , pág. 25,26.

1.4.3.2. TRATAMIENTO DE CLIENTES VIP: El termino VIP traducido literalmente del ingles significa "persona muy importante" y generalmente se aplica a personas de posición económica, hombres de negocios, ejecutivos, etc. Que por sus características especiales significan una buena publicidad y renombre para el hotel.

La personalización del tratamiento es por definición la política acertada con respecto a los VIP, éste procedimiento hace que el cliente comprenda que no se le esta tratando de forma corriente sino a que se le está dando algo especialmente preparado para él.

1.4.3.2.1. DIFERENTES CATEGORÍAS DE VIP

1.4.3.2.1.1. VIP POR EMPRESA: Todas las empresas que tienen la categoría de clientes *coporate* se les otorga automáticamente la categoría VIP.¹⁷⁹³

1.4.3.2.1.2. VIP POR RESERVA: En ocasiones, un cliente puede recibir categoría de VIP solo por una reserva específica. Esta posibilidad puede darse en diferentes casos tales como un cliente que forma parte de un grupo importante, o cuando un cliente ha sufrido algún inconveniente por culpa del hotel o parejas de recién casados en la noche de bodas.¹⁷⁹⁴

¹⁷⁹³ Mestres. Op. cit., pág. 79.

¹⁷⁹⁴ Ibid. , pág. 80.

1.4.3.2.1.3. VIP PERSONAL AL CLIENTE: Esta categoría de VIP se otorga a los clientes específicos por motivos relacionados con su posición profesional o social etc.

1.4.3.2.1.3.4. VIP POR TIPO DE HABITACIÓN: Todas las habitaciones de la planta ejecutiva y la suite presidencial, reciben tratamiento VIP como parte integral del servicio de esas habitaciones.¹⁷⁹⁵

1.4.3.3. SERVICIO DE PERSONAL UNIFORMADO: Consta de una capitán de botones que supervisa a un equipo de asistentes. La responsabilidad primordial del personal uniformado consiste en recibir a los huéspedes, transportar su equipaje y proporciona información sobre las instalaciones, servicios y funcionamiento de las habitaciones.¹⁷⁹⁶

1.4.3.4. TELÉFONOS: Es un subcentro o sección de responsabilidad que depende directamente del departamento de recepción, por lo que dicha sección de teléfonos se configura en base a unas misiones concretas perfectamente diferenciadas de las demás que afectan su recepción.¹⁷⁹⁷

¹⁷⁹⁵ Ibid. , pág. 79,80.

¹⁷⁹⁶ Foster Dennis. Op. cit. pág. 10.

¹⁷⁹⁷ Ibid. , pág. , 136.

1.4.3.4.1. PAPELERIA

1.4.3.4.1.1. BOLETA PARA LLAMADAS DE LARGA DISTANCIA: Es donde se toman los datos que proporciona las persona que solicita las llamadas.

1.4.3.3.1.2. CARGOS POR LARGAS DISTANCIAS: Es la forma donde se anota el importe que se va a cobrar por largas distancias efectuadas o por informes.

1.4.3.4.1.3. FORMA DE RECADO TELEFONICO: Es la que se utiliza para enviar mensajes a los huéspedes y/o ejecutivos del hotel.

1.4.3.4.1.4. FORMA DE LLAMADAS PARA DESPERTAR: En ella se anota la hora y el número de habitación que solicita el servicio de despertador.

1.4.3.4.1.5. REPORTE DE ASISTENCIA DEL PERSONAL: Se utiliza para informar al departamento de contabilidad y de personal la asistencia diaria del personal.

1.4.3.4.6. REPORTE DIARIO DE LLAMADAS OFICIALES: Se anotan las llamadas hechas por ejecutivos del hotel y cuyo cargo se hará a ellos mismos.

1.4.3.4.2. MATERIALES DE TRABAJO

1.4.3.4.2.1. EL CONMUTADOR: Es una central telefónica donde entran y salen líneas telefónicas.

1.4.3.4.2.1.1. TIPOS DE CONMUTADOR

1.4.3.4.2.1.1.1. MANUAL: Se requiere la intervención de la operadora para cualquier comunicación.¹⁷⁹⁸

1.4.3.4.2.1.1.2. AUTOMÁTICO: El mismo huésped puede llamar a otras extensiones o adquirir líneas externas, sin necesidad de llamar a la operadora.

1.4.3.4.2.1.1.3. COMPUTARIZADO: El mismo huésped puede hacer las llamadas de larga distancia desde su habitación, sin necesidad de la intervención de la operadora. Algunos computarizados también llevan el control de las llamadas locales realizadas en cada teléfono.¹⁷⁹⁹

1.4.3.4.2.1.1.4. COMPUTARIZADO Y DE SISTEMA UNIFICADO: El conmutador más moderno, donde la terminal de teléfonos esta unida con la terminal de caja, la terminal de recepción y la del Ama de Llaves. El huésped con crédito en recepción, adquiere el acceso para hacer llamadas desde su habitación. También, al realizar cambios de habitaciones y a la salida, abre o cierra el acceso a las llamadas de manera automática. En estos conmutadores se hace el cargo a la cuenta del huésped de manera automática.

¹⁷⁹⁸ Báez Casillas. Op. cit., pág. 134.

¹⁷⁹⁹ Ibid. , pág. 135.

1.4.3.4.2. TRONCALES: Es la línea telefónica que enlaza dos centrales.

1.4.3.4.2.1. TIPOS DE TRONCALES

1.4.3.3.2.1.1. TRONCALES BIDIRECCIONALES: Son las que efectúan el tráfico, tanto de entrada como de salida.

1.4.3.4.2.1.2. TRONCALES DE ENTRADA: Sirven exclusivamente para recibir llamadas del exterior. Las extensiones no tienen acceso a ellas.

1.4.3.4.2.1.3. TRONCALES DE SALIDA: Solo sirven para efectuar llamadas al exterior.

1.4.3.4.3. EXTENSIONES: Una extensión es una línea local que sale de la pequeña central privada, que es el conmutador, a un lugar designado por el usuario en el mismo hotel.¹⁸⁰⁰

1.4.4. SERVICIO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS: La división de alimentos y bebidas esta dedicada a operar el comedor y el bar del hotel. El personal de servicio a cuartos y de banquetes también forma parte de éste departamento.¹⁸⁰¹

Se incluyen el restaurante o comedor de menú, el de Grill con especialidades a la carta, el servicio de habitaciones o Room Service, el bar, la cafetería snack, el

¹⁸⁰⁰ Ibid. pág. 135.

¹⁸⁰¹ Ibid. , pág. 10.

Coffe Shop, los banquetes, la sala de fiestas o discoteca y los comedores de personal.¹⁸⁰²

1.4.4.1.RESTAURANTE: Establecimiento que ofrece al público un servicio de comidas y de bebidas que se consumen en el propio local, todo ello a cambio de unos precios.¹⁸⁰³

1.4.4.2. GRILL-ESPECIALIDADES A LA CARTA: Se ofrece al cliente un servicio de especialidades a la carta, cuyas ofertas son más sugestivas y variadas que las del menú. El personal ha de estar más cualificado, teniendo en cuenta que la mayoría de los platos se terminan de preparar a la vista del comensal, e incluso algunos se elaboran íntegramente dentro del recinto del comedor.

1.4.4.3. ROOM SERVICE: Se encarga del servicio de comidas y bebidas a las habitaciones de los clientes. Los establecimientos hoteleros ofrecen un servicio de habitaciones durante las 24 horas del día, aunque la mayor demanda se ocasiona en el servicio de desayunos.

1.4.4.4. BAR: Éste módulo de producción y servicio funciona como una unidad complementaria del restaurante, e incluso algunos bares tipo snack no solo se dedican a servir bebidas, sino que también sirven aperitivos y comidas rápidas, o bien incluyen cocina casera y/o especialidades regionales.¹⁸⁰⁴

¹⁸⁰² Escuela Daly de Hostelería. Op. cit., pág. 65.

¹⁸⁰³ Ibid. , pág. 62.

¹⁸⁰⁴ Ibid. , pág. 66.

1.4.4.4.1. BAR PRINCIPAL: Generalmente se trata de un coctail bar o de un piano bar, y su volumen de ventas esta fundamentalmente sujeto a la categoría, capacidad y situación del hotel.¹⁸⁰⁵

1.4.4.4.2. CAFETERÍA O SNACK BAR: Es una forma práctica de suplir la carencia de un restaurante mediante un servicio de bebidas y comidas rápidas y de fácil elaboración, como menú del día, los platos combinados y sandwiches.

1.4.4.4.3. BAR PISCINA: Éste bar esta destinado a prestar servicios a la clientela que se encuentra en las zonas deportivas del hotel.

1.4.5.4.4. COFFE SHOP: Esta destinado a proporcionar servicios de comidas y bebidas durante el periodo en que el restaurante permanece cerrado.¹⁸⁰⁶

1.4.4.4.5. LA DISCOTECA: La animación musical que proporciona la discoteca esta destinada tanto a los clientes de paso como a los clientes alojados en el hotel.¹⁸⁰⁷

1.4.5. SERVICIO A LOS HUÉSPEDES: Un típico hotel de mediana categoría puede contar con salón de belleza, tienda de regalos y servicio de lavandería, todos ellos organizados bajo un departamento de servicios a los huéspedes. Algunos hoteles operan sus propias tiendas de regalos y salones de belleza, en tanto que otros alquilan espacio a proveedores independientes.¹⁸⁰⁸

¹⁸⁰⁵ Ibid. , pág. 68.

¹⁸⁰⁶ Ibid. , pág. 69.

¹⁸⁰⁷ Ibid. , pág. 70.

¹⁸⁰⁸ Foster Dennis. Op. cit. pág. 10.

1.4.6. DEPARTAMENTO DE RESERVAS: El manejo de las solicitudes anticipadas de habitaciones es responsabilidad del departamento de reservaciones.¹⁸⁰⁹

1.4.6.1.PERSONAL DE RESERVACIONES: Los empleados de reservaciones son los responsables de manejar las solicitudes de habitaciones realizadas con anticipación, determinar la disponibilidad, cotizar las tarifas y documentar las reservaciones.¹⁸¹⁰

1.4.6.2. TARIFAS

1.4.6.2.1. TARIFA RACK: Son las tarifas normales para las habitaciones del hotel. Se basa en la categoría de la habitación, el tipo de cama y la ocupación.

1.4.6.2.2. TARIFAS GRUPALES Y DE EXCURSIÓN: Es una tarifa con descuento que se aplica a una organización que ha reservado un gran número de habitaciones o que ha recibido un descuento por volumen a manera de anticipo o por un gran número de reservaciones.

1.4.6.2.3. TARIFAS ESPECIALES Y PROMOCIONALES: Muchos hoteles ofrecen descuento denominado tarifa especial o promocional. Tales tarifas se ofrecen a viajeros corporativos, viajantes de comercio, personal militar, personal de líneas aéreas u otros clientes que visitan el hotel en forma repetida.¹⁸¹¹

¹⁸⁰⁹ Báez Casillas. Op. cit., pág. 27.

¹⁸¹⁰ Ibid. , pág. 28.

¹⁸¹¹ Ibid. , pág. 35.

1.4.6.2.4. TARIFAS DE PAQUETES: Son tarifas establecidas que se ofrecen al público junto con otros servicios, como un banquete o fiesta, el uso de las instalaciones recreativas o acceso a un evento especial.¹⁸¹²

1.4.6.3. DOCUMENTOS

1.4.6.3.1. BONO O VOUCHER: Se trata de un documento con valor económico que emite una ABR a un proveedor (Hotel) solicitándole la prestación al cliente de unos servicios en él especificados. El bono lleva implícito el compromiso de pago al proveedor de los servicios solicitados y cotizados en las copias contables.¹⁸¹³

1.4.6.3.2. BONO- DEPÓSITO: El bono cubre solo una cantidad que puede ser igual, mayor o menor a los servicios reservados. Esta cantidad tiene que ser mencionada en el original y en todas las copias del bono. Cualquier diferencia será abonada directamente por el cliente.¹⁸¹⁴

1.4.6.3.3. BONO- RESERVA: Se utiliza para informar de la reserva de unos servicios pero utilizando el pago directo del cliente. En realidad es incorrecto su uso pues contradice la esencia del bono que debe tener valor económico en sí mismo. Lo correcto en estos casos sería hacer una sencilla carta para que el cliente entregara al prestario de los servicios.¹⁸¹⁵

¹⁸¹² Ibid. , pág. 36.

¹⁸¹³ Mestres. Op. cit., pág. 65.

¹⁸¹⁴ Ibid. , pág. 66.

¹⁸¹⁵ Ibid. , pág. 67.

1.4.6.4. CONTROL DE RESERVACIONES

1.4.6.4.1. COMPUTARIZADO

1.4.6.4.1.1. COMUPADORA CON PROGRAMA DE RESERVACIONES HOTELERAS: Éste programa debe incluir en su menú las opciones siguientes; reservaciones con deposito, reservaciones sin deposito, reservación de personas importantes, cambios de reservación, cancelaciones, depósitos, reembolsos, pronósticos de ocupación, elaboración de reportes, disponibilidad, elaboración de graficas, impresión de cartas tipo, entre otras.

1.4.6.4.1.2. ARCHIVO CRONONOGICO DE RESERVACIONES: Se deben tener carpetas para cada día del año ya que en éste lugar se dará toda la correspondencia del huésped y la demás papelería que se llene por motivo de la reservación, cancelación cambio, deposito, etc.

1.4.6.4.2. MANUAL

1.4.6.4.2.1. HOJA DE CONTROL DE RESERVACIONES: Consiste en una hoja de papel cuadrículada con 31 columnas para cada día del mes y renglones según sean los cuartos en el hotel. En esta hoja se van anotando las reservaciones recibidas y sirve fundamentalmente para evitar reservar un mayor número de habitaciones que las disponibles en el hotel.

1.4.6.4.2.2. LIBRETA DE ENTRADAS Y SALIDAS: Se anotan en las páginas todo los días del año; en la parte izquierda las entradas y en la parte derecha las salidas. Con la información de esta libreta se puede tener un número aproximado de las entradas y salidas en el hotel en un día determinado. También servirá para la elaboración de algunos reportes.

1.4.6.4.2.3. RACK CRONOLÓGICO DE RESERVACIONES: Aquí se colocan, por día de llegada, las reservaciones, las cuales fueron escritas en unas trillas de papel y colocadas en unos objetos metálicos llamados charolillas.¹⁸¹⁶

1.4.7. MERCADOTECNIA Y VENTAS: El departamento de mercadotecnia y ventas, que supervisa la publicidad, promoción y ventas de grupos, se divide en cuatro áreas principales:

1.4.7.1. VENTAS GENERALES: El personal de ventas se compone de ejecutivos de cuenta que visitan a quienes tienen cuentas corporativas. Hacen reservaciones de ventas y coordinan promociones especiales.

1.4.7.2. VENTA DE GRUPOS Y CONVENCIONES: Trabaja con organizaciones para negociar tarifas grupales para reuniones, convenciones, seminarios y otros eventos. Éste personal también es responsable de trabajar con operadores de excursiones y agentes de viajes. El gerente de convenciones administra y coordina los diversos servicios que se requieren para llevar a cabo una junta numerosa.

¹⁸¹⁶ Báez Casillas. Op. cit., pág. 38 .

1.4.7.3. VENTAS DE BANQUETES: El gerente de banquetes determina los honorarios y coordina los arreglos para los servicios de banquetes vendidos al público, así como las comidas servidas en las juntas y convenciones que se llevan a cabo en el hotel.

1.4.7.4. PUBLICIDAD: Es responsable de planear, desarrollar e instrumentar las promociones del hotel. El gerente de publicidad trabaja con agencias de publicidad para planear campañas, comprar medios publicitarios y producir folletos de tarifas, panfletos, anuncios y comerciales.¹⁸¹⁷

1.4.8. CONTABILIDAD: El departamento de contabilidad se divide en dos áreas principales:

1.4.8.1. CAJA GENERAL: Lleva a cabo toda la contabilidad relacionada con los ingresos procedentes de los clientes.

1.4.8.2. CUENTAS POR PAGAR: Lleva la contabilidad relacionada con el dinero que deben al hotel proveedores y empleados.

1.4.9. SEGURIDAD: Es el responsable del funcionamiento de los sistemas de seguridad y de poner en práctica procedimientos para proteger los bienes de los huéspedes y empleados.

¹⁸¹⁷ Ibid. , pág. 11.

1.4.10. MANTENIMIENTO

1.4.10.1. CONTROL AMBIENTAL: En algunos hoteles recibe el nombre de departamento de energía, iluminación y calefacción, es responsable de dar mantenimiento a los sistemas de calefacción, iluminación y electricidad de todo el hotel. La prevención de incendios también es responsabilidad de esta área.

1.4.10.2. REPARACIÓN Y MANTENIMIENTO: Esta conformado por carpinteros, pintores, plomeros, electricistas, especialistas en reparaciones y jardineros, que se encargan del mantenimiento de las instalaciones, decoraciones, mobiliario y jardines del hotel.¹⁸¹⁸

1.4.11. CONSERJERÍA: Constituyen el centro de relación con los huéspedes y clientes a los efectos de carácter administrativo, asistencial e informativo.¹⁸¹⁹

1.4.11.1. FUNCIONES

1.4.11.1.1 SERVICIO DE LLAVES, CORRESPONDENCIA Y MENSAJES: El departamento dispone de un casillero para situar en el todas las llaves de las habitaciones, debiendo custodiarlas durante la ausencia de los clientes, en la actualidad existe un sistema de llaves especiales tipo tarjeta para las cerraduras electrónicas que aparte de la seguridad, soslayan tener que depositar la llave en conserjería cada vez que el cliente se ausenta de su habitación.

¹⁸¹⁸ Ibid. , pág. 12.

¹⁸¹⁹ Mestres. Op. cit., pág. 123.

La correspondencia dirigida al cliente deberá entregarse personalmente y en su defecto depositada en su casillero para entregarse cuando el cliente solicite la llave.

1.4.11.1.2 CONSIGNA DE EQUIPAJES: Es un lugar físico, cerrado y controlado por el departamento de conserjería en el que se deposita y custodia temporalmente equipaje de clientes, previa entrega del ticket de equipaje consigna.¹⁸²⁰

¹⁸²⁰ Ibid. pág. 132.

INSTITUCIONES DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

1. INSTITUCIONES DE ALIMENTOS Y BEBIDAS: Establecimientos donde se frece el servicio de alimentos y bebidas, se han clasificado las zonas de venta y atención al público de acuerdo con su característica principal.¹⁸²¹

1.1. DOTACIONES PARA LAS INSTITUCIONES DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

1.1.1. VAJILLAS: Debe ser ante todo resistente, y permitir de manera rápida la identificación de las diferentes piezas que la conforman; en la actualidad se presenta gran variedad de estilos en diferentes materiales pero es recomendable utilizar la porcelana o el pedernal que no toman olores.¹⁸²²

1.1.2. CUBIERTERÍA: La plata y el acero inoxidable son los materiales más utilizados en la elaboración de la cubertería. El servicio corriente esta constituido por cucharada para sopa, tenedor, cuchillo de mesa y cuchara para postre que en ocasiones se sustituye por tenedor.¹⁸²³

¹⁸²¹ Bermúdez R. Mauricio. El Hotelero como ser el mejor anfitrión, pág. 3

¹⁸²² Ibid. , pág. 22.

¹⁸²³ Ibid. , pág. 23.

Al hablar de cubierto se entiende por el instrumento que nos permite tomar los alimentos para llevárnoslo a la boca. Por otro lado también se habla de cubierto para referirse al servicio de mesa para cada comensal. A si como también puede significar, la comida que se ofrece en algún restaurante por un precio determinado. La tolerancia máxima es de tres cubiertos en cada lado del plato.¹⁸²⁴

1.1.3. CRISTALERÍA: Hoy en día se ofrece gran cantidad de formas y colores, los cuales deben elegirse de acuerdo con el tipo de establecimiento.¹⁸²⁵

1.1.4. LENCERÍA: La lencería debe escogerse con especial cuidado no solo por la combinación de colores , sino por los materiales que deben ser de texturas suaves, absorbentes, y de fácil lavado y planchado. Todos estos elementos con excepción del mulotón, pueden ser de lino, dacrón, alemanisco, orlón, etc; por lo general se recomienda una tela con buen porcentaje de algodón y ojalá sin fibras acrílicas ni sintéticas.¹⁸²⁶

1.1.4.1. MULETÓN: Confeccionado en bayetilla. Evita los ruidos, protege la madera y absorbe líquidos, ayuda además para dar caída y elegancia al mantel, se recomienda de 93 cm de lado para mesas cuadradas, y el resorte cosido con dobladillo que debe ir en doble.

¹⁸²⁴ Reynoso Ron. Op. cit. , pág. 77.

¹⁸²⁵ Bermúdez R. Op. cit., pág. 24 .

¹⁸²⁶ Ibid. , pág. 25.

1.1.4.2. MANTEL: Cuya caída debe ser de 25 cm por cada lado

1.1.4.3. CUBREMANTEL O TAPA: De tamaño exacto de la mesa, o con 3 cm de caída en cada lado para usarlo al estilo europeo.¹⁸²⁷

1.1.4.4. SERVILLETAS: De 40 cm de lado.

1.1.4.5. FALDÓN: Utilizado para arreglar las mesas de los buffet.¹⁸²⁸

1.2. CLASIFICACIÓN DE LAS INSTITUCIONES DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

1.2.1. RESTAURANTE: Lugar destinado para recibir personas y servirles comidas, exige un servicio esmerado y formal, y de acuerdo con el establecimiento será de tipo inglés, americano, o francés.¹⁸²⁹

1.2.1.1. ELEMENTOS

1.2.1.1.1. COCINA: Es el lugar donde se materializa la prestación alimenticia, del que depende en la mayoría de los casos el prestigio del establecimiento. ¹⁸³⁰

¹⁸²⁷ Ibid. , pág. 26.

¹⁸²⁸ Ibid. , pág. 27.

¹⁸²⁹ Ibid. , pág. 5.

¹⁸³⁰ Mestres Soler, Juan R. Técnicas de Gestión y Dirección Hotelera, pág. 3.

1.2.1.1.1.1. TAMAÑO DE LAS COCINA: Su Influencia es definitiva en la calidad del servicio y en la seguridad de evitar accidentes industriales; por esto es importante tener en cuenta al momento de diseñarlas el numero de comidas que se proyecta preparar en un tiempo determinado, el numero de empleados contratados para laborar en ellas y el espacio requeridos para su circulación.¹⁸³¹

1.2.1.1.1.2. LA ORGANIZACIÓN DE LA COCINA: Depende siempre de las partidas que la componen. Las partidas son las diferentes secciones que puede haber en la cocina. Cada una de ellas especializada en la elaboración de algunos tipos de alimentos. Cada partida tiene un jefe y el conjunto de todos ellos junto al jefe de cocina componen lo que se denomina brigada. ¹⁸³²

1.2.1.1.1.2.1. ZONA DE LA COCINA FRÍA O COCINA DE PREPARACIÓN: En ella tiene lugar la preparación de los alimentos, previa su cocción, así como la preparación de la comida fría.

Dicha zona necesita de limpieza y desinfección muy frecuentes, especialmente después del uso de sus elementos, dada a la rapidez con la que se corrompen los alimentos manipulados.

1.2.1.1.1.2.2. ZONA CALIENTE O COCINA DE COCCIÓN: En dicha zona tiene lugar la cocción de los alimentos, por ello estas zonas requieren una limpieza y

¹⁸³¹ Bermúdez R. Op. Cit., pág. 5.

¹⁸³² Mestres Soler. Op. Cit., pág. 3.

desinfección constantes. Su carácter común se acentúa en que los alimentos no están en contacto directo con el material de soporte.

1.2.1.1.1.2.3. CÁMARAS FRIGORÍFICAS: En dicha zona los alimentos no están en contacto directo con los suelos, estanterías, paredes, sino que están depositados en bandejas, platos otros recipientes y colgados de las barras. La desinfección precisa que tenga efecto residual, es decir que el efecto desinfectante se mantenga durante un tiempo, ya que además dicha zona esta constantemente frecuentada por el personal.¹⁸³³

1.2.1.1.1.2.4. LOCAL EN GENERAL: Éste apartado lo configuran los suelos, paredes, techos, zona de desperdicios etc. su limpieza y desinfección es de capital importancia dada que se pueden producir brotes de infecciones en el suelo en las paredes.

1.2.1.1.1.2.5. LA ZONA DE DESPERDICIOS: Es donde en realidad más fácilmente puede producirse un foco infeccioso.

1.2.1.1.1.2.6. ZONA DE FREGADEROS O LAVAVAJILLAS: En esta zona tiene lugar la limpieza y desinfección de la vajilla y cristalería, cazuelas y demás útiles de la cocina.¹⁸³⁴

1.2.1.1.1.3. SISTEMAS DE PRODUCCIÓN EN COCINA

¹⁸³³ Ibid. , pág. 159.

¹⁸³⁴ Ibid. , pág. 160.

1.2.1.1.1.3.1. SISTEMA DE PRODUCCIÓN ARTESANAL: Se trabaja en cocinas tradicionales, con productos frescos y métodos de elaboración tradicionales y poco mecanizados.

1.2.1.1.1.3.2. SISTEMA DE CONVENIENCE FOOD: Se entiende por todo aquel producto que haya sufrido una transformación que le lleve a un estado intermedio entre su estado bruto inicial y su estado final en el que será presentado al consumidor.

1.2.1.1.1.3.3. SISTEMA DE PRODUCCIÓN SEMI - ARTESANAL: Es una combinación de la producción artesanal y el convenience Food. Se trata de combinar armoniosamente los dos tipos de producción, según el tipo de restaurante acorde con los gustos de la clientela y añadiendo un toque final a los productos convenience Food.

1.2.1.1.1.3.4. SISTEMA DE MANO DE OBRA ALMACENADA: Se prepara durante los tiempos muertos para poder usar dicha producción durante las horas punta. Se práctica en unidades de restauración donde la demanda es variable tanto en días como en horas.¹⁸³⁵

1.2.1.1.1.4. ETAPAS DE PRODUCCIÓN DE COMIDA

¹⁸³⁵ Ibid. , pág. 168.

1.2.1.1.1.4.1. ETAPA PRE-PREPARACIÓN: Transforma las materias primas en bruto en productos listos para empezar a cocinar.

1.2.1.1.1.4.2. ETAPA DE PREPARACIÓN: Pasa de los productos listos para cocinar a productos cocinados, y su preparación puede ser en caliente o en frío.

1.2.1.1.1.4.3. ETAPA DE ACABADO- PREPARACIÓN: Convierte los productos cocinados en bandejas o platos acabados y decorados listos para servir.¹⁸³⁶

1.2.1.1.2. COMEDOR

1.2.1.1.2.1. PASOS A SEGUIR EN UN SERVICIO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

1.2.1.1.2.1.1. MISE EN PLACE GENERAL: Corresponde a la organización y aislamiento previo para el servicio del comedor.

1.2.1.1.2.1.2. RECIBIMIENTO E INSTALACIÓN DEL CLIENTE: El cliente deberá sentirse en confianza cómodo, agradable y bien situado. En éste servicio se pueden hacer los servicios iniciales.

1.2.1.1.2.1.3. PRESENTAR CARTA DE BEBIDAS: Una vez instalado cómodamente el cliente se le presenta la carta de bebidas con el ánimo de ofrecer bebidas

¹⁸³⁶ Ibid. , pág. 165.

aperitivas, las personas encargadas de esta operación deberán ofrecer y sugerir bebidas que sirvan para éste propósito, hay que tener visión vendedora.

1.2.1.1.2.1.4. TOMAR PEDIDO DE BEBIDAS APERITIVAS: Deberá ser claro y preciso con las especificaciones o explicaciones del caso. El pedido se pasa al mesero responsable de atender la mesa en cuestión.

1.2.1.1.2.1.5. PRESENTAR CARTA DE ALIMENTOS: En éste momento mientras se preparan y se sirven los aperitivos se presenta la carta de alimentos para que el cliente escoja los platos que va a consumir, el encargado de esta operación deberá sugerir y recomendar al cliente alimentos y si es el caso explicar su composición.

1.2.1.1.2.1.6. SERVIR EL APERITIVO: El mesero servirá los aperitivos en la mesa según el pedido, comenzando siempre por las damas y terminando por el anfitrión quien por lo general es quien se hace cargo de la cuenta.¹⁸³⁷

1.2.1.1.2.1.7. TOMAR PEDIDO DE ALIMENTOS: Una vez servidos los aperitivos se tomará el pedido de alimentos de una forma organizada, ordenada en la transcripción y claro según el gusto particular de cada cliente, una vez elaborado éste pedido se hará cargo de éste el mesero quien los pasara a la caja y cocina para su respectivo proceso.

¹⁸³⁷ Servicio Nacional de Aprendizaje SENA. Hotelería, Bares y Restaurantes. Bloque Modular Bares. pág. 11.

1.2.1.1.2.1.8. OFRECIMIENTO DE VINOS PARA ACOMPAÑAR LOS ALIMENTOS: La persona que ha tomado el pedido de alimentos al cliente ya sabiendo cuales platos han escogido deberá ofrecer vinos para acompañar estos alimentos, deberá conocer la calidad y concordancia de los vinos que hay para ofrecerlos con objetividad.

1.2.1.1.2.1.9. TOMAR PEDIDOS DE VINOS: Cuando el anfitrión ha visto y aceptado el vino se elaborara la orden de pedido dando instrucciones del momento en que hay que servirlo.

1.2.1.1.2.1.10. SERVIR ALIMENTOS Y BEBIDAS SEGÚN ORDEN ESTABLECIDA: Corresponde a que se deben servir los alimentos respecto al orden establecido gastronómicamente o por el cliente y en compañía del vino pedido por éste. En forma general vienen a servirse los primeros platos (entremeses y sopas), luego los platos fuertes y por ultimo los postres. (quesos, postres o frutas).

1.2.1.1.2.1.11. OFRECER INFUSIONES O DIGESTIVOS: Una vez terminada el consumo de los alimentos por parte de los clientes el mesero deberá preguntar si toman algún tipo de infusión, y así mismo si desean algún digestivo .

1.2.1.1.2.1.12. SERVIR INFUSIONES Y DIGESTIVOS: Una vez terminado el consumo de alimentos por parte de los clientes el mesero deberá preguntar si toma algún tipo de infusión (café, té o agua aromática) y así mismo si desean algún digestivo

para proceder a que se elabore la orden de pedido y luego servirlos; las infusiones no tienen costo para el cliente por esto no se hace orden de pedido.¹⁸³⁸

1.2.1.1.2.1.13. PRESENTACIÓN Y CANCELACIÓN DE LA CUENTA: El mesero deberá permanecer atento a la solicitud del cliente para conocer y cancelar su cuenta. Tan pronto el cliente solicite su cuenta el mesero se pondrá en contacto con la caja para solicitar que se totalice el consumo de la mesa en cuestión y cuando recibe la factura de cobro deberá verificar que todo éste en orden y correcto respecto a los diferentes pedidos hechos por los clientes, al pasar a quien la pidió y esperará en forma prudente a su cancelación, si se hace en efectivo y hay dinero sobrante con la mayor rapidez deberá cancelar en la caja y traer el dinero sobrante al cliente.

1.2.1.1.2.1.1.14. DESPEDIR AL CLIENTE: Con la misma amabilidad y agrado que se recibió el cliente así mismo debe despedirse, la buena disposición hacia los clientes no debe decaer en ningún momento.

1.2.1.1.2.1.15. REMONTAJE DE MESAS: Esta operación es el retoque del comedor para volver a dejarlo apto para nuevos servicios, se hace progresivamente, a medida que los clientes se marchan y dejan las mesas vacías.¹⁸³⁹

1.2.1.2. FUNCIONES DEL PERSONAL

¹⁸³⁸ Ibid. , pág. 12.

¹⁸³⁹ Ibid. , pág. 13.

1.2.1.2.1. JEFE DE VINOS(SOMMELIER): Voz francesa para designar el sumiller o chambelán. Jefe superior en los palacios reales encargado del manejo y servicio de los vinos; hoy, experto conocedor y degustador de vinos cuyas técnicas de venta brindan gran satisfacción a los comensales. ¹⁸⁴⁰

1.2.1.2.2. RECEPCIONISTA DEL RESTAURANTE (HOSTESS): Anfitriona; persona encargada de recibir a los comensales y conducirlos hasta a mesa; en algunos establecimientos famosos se encarga de las reservaciones, en otros inclusive toma las órdenes de licor y se encarga de la despedida. ¹⁸⁴¹

1.2.1.2.3. GARROTERO: Debe conocer el menú y la carta del restaurante. ¹⁸⁴²

1.2.1.2.4. CHAROLERO: Se encarga de llevar los platos sucios del restaurante a la zona de lavado y surtir de platos limpios las mesas de servicio.

1.2.1.2.5. MESEROS: Persona que sirve a los clientes en bares, cafeterías, restaurantes y establecimientos semejantes. ¹⁸⁴³

1.2.1.3. SERVICIO A LA CARTA: Constituye un decisivo elemento de mercadeo debe ser estimulante atractiva, artística y representativa; para que lleven al

¹⁸⁴⁰ Bermúdez R. Op. Cit., pág. 229.

¹⁸⁴¹ Ibid. , pág. 227.

¹⁸⁴² Reynoso Ron Op. cit. , pág. 41.

¹⁸⁴³ © El Pequeño Larousse Interactivo, 1999.

comensal a un deleite durante el recorrido visual por cada uno de las platos y licores ofrecidos. ¹⁸⁴⁴

En éste servicio el cliente elige en el momento, el alimento hay que prepararlo y la mesa hay que adecuarla para su servicio, acá se tomará el pedido cliente por cliente con sus gustos particulares y por lo tanto el tiempo de servicio es mayor, si es un numero elevado de clientes, puede presentarse confusiones.

1.2.1.3.1. TIPOS DE CARTAS: La carta es una herramienta de ventas de un producto integral pero compuesto por tres ofertas diferentes: alimentos, licores y vinos, cada una de los cuales merece un tratamiento independiente; no se puede permitir que el comensal se distraiga al momento de elegir un postre o cuando se le sugiere un vino; por lo general, esto siempre sucede pues se comete un error de comercialización. ¹⁸⁴⁵

1.2.1.3.2. ASPECTOS A TENER EN CUENTA EN EL DISEÑO DE CARTAS: La presentación de la carta debe hacerse atractiva, con diseño sobrio elegante, insinuante, bajo la concesión de desarrollar un catalogo de ventas que sirva de apoyo al conocimiento de dos magníficos vendedores especializados: el Maitre en alimentos y el Sommelier en vinos. ¹⁸⁴⁶

1.2.1.4. TIPOS DE SERVICIO: Según la categoría de los establecimientos, su capacidad, la brigada de servicio, la tipología de la clientela y otros factores, se adopta uno de los diferentes clásicos de prestación de servicio.

¹⁸⁴⁴ Bermúdez R. Op. Cit., pág. , 41.

¹⁸⁴⁵ SENA. Op. Cit., pág. 44.

¹⁸⁴⁶ Ibid. , pág., 46.

1.2.1.4.1. SERVICIO A LA RUSA: Éste servicio se considera el más elegante de todos y se caracteriza por la importancia que se da a la decoración de los platillos. ¹⁸⁴⁷

Consiste en presentar al cliente los pescados, carnes, la caza, en piezas enteras sobre platas decoradas. Después de esta presentación las piezas son limpiadas y preparadas en un buffet o mesa de servicio en presencia del cliente y después servidas a la inglesa. Éste tipo de servicio ha desaparecido pero es el que ha dado paso al servicio de "Gueridon".(mesita especial para efectuar los cortes y flamear) ¹⁸⁴⁸

1.2.1.4.2. SERVICIO DE SNACK BAR: Éste servicio se origino en Estados Unidos de América y se emplea sobre todo en cafeterías, donde el servicio es informal. Los platos se sirven desde la cocina dándoles una presentación apetitosa y combinando las guarniciones con el platillo fuerte. El mesero debe servir por el lado derecho, teniendo cuidado de colocar el plato con carne en la parte inferior o, en caso de tener logotipo el plato, que éste se encuentre en la posición correcta. Éste tipo de servicio ofrece ventajas tanto para el cliente como para el dueño del local. Se trata de un servicio rápido y económico que permite mejor control de las raciones y requiere un poco personal. ¹⁸⁴⁹

¹⁸⁴⁷ Mestres Soler. Op. Cit., pág. 53.

¹⁸⁴⁸ Ibid. , pág. 54.

¹⁸⁴⁹ Reynoso Ron. Op. Cit., pág. 54.

1.2.1.4.3. AUTOSERVICIO: En el caso del autoservicio, señala los platillos seleccionados, se los sirven. Los coloca en una charola, para llevarlos a la mesa y paga antes de consumir los alimentos. En caso de que desea algo más deberá realizar el mismo procedimiento. Se trata de un servicio sumamente práctico y muy apreciado en estados Unidos, ya que el ahorro en nómina es considerable. El cliente transporta los alimentos a su mesa.¹⁸⁵⁰

1.2.1.4.4. SERVICIO DE "GUERIDÓN: Es el servicio más utilizado en los restaurantes a la carta. El ayudante o mesero transportan las bandejas desde la cocina y las disponen en el Gueridón según un orden establecido.¹⁸⁵¹

1.2.1.4.5. SERVICIO A LA FRANCESA: En el dominio gastronómico los franceses acostumbraban servirse por si mismos, escogiendo las piezas y la cantidad que apetecían. Por éste motivo es el tipo de servicio más apetecido por los Gourmets (se llama Gourmets a la persona que conoce de alimentos y bebidas para su satisfacción).¹⁸⁵²

1.2.1.4.6. SERVICIO INGLES: es el más usado preferido de los comensales por su vistosidad; consiste en cucharear o trinchar cada una de las viandas a servir según la secuencia establecida. El mesero lleva los alimentos en una fuente

¹⁸⁵⁰ Ibid. , pág. 56.

¹⁸⁵¹ Mestres Soler. Op. Cit., pág. 185.

¹⁸⁵² Reynoso Ron. Op. Cit., pág. 52.

decorada con esmero en la cocina y sirve directamente al plato del comensal, por el lado izquierdo.¹⁸⁵³

1.2.1.4.7. SERVICIO ITALIANO: Consiste en ofrecer una secuencia de cinco servicios, así: antipastos o entradas frías, primer plato o entradas calientes; segundo plato o plato fuerte; y luego quesos o frutas y para terminar, los postres.

Una de las singularidades del servicio italiano consiste en presentar los antipastos en bandejas decoradas de manera exquisita y en ocasiones de una variedad abrumadora; al igual que las demás viandas se pasan para quien sea cabeza de familia o anfitrión sirva el plato de cada uno de los invitados, iniciando con quien esta a su derecha y continuando en ese orden hasta terminar por quien esta a su izquierda.¹⁸⁵⁴

1.2.1.4.8. SERVICIO AMERICANO: Es práctico y rápido características que han hecho de éste tipo de servicio el más común y lo han impuesto en mayoría de restaurantes y cafeterías.

El mesero lleva las viandas en sus respectivos platos, arreglados en la cocina siguiendo la secuencia y sirviendo al cliente por el costado izquierdo con la mano izquierda, y retirando por el costado derecho; por lo general se utiliza charol para llevar varios platos a la vez. ¹⁸⁵⁵

¹⁸⁵³ Bermúdez R. Op. Cit., pág. 54.

¹⁸⁵⁴ Ibid. , pág. 57.

¹⁸⁵⁵ Ibid. , pág. 58.

1.2.1.4.9. SERVICIO SOBRE CARRO: Éste servicio consiste en presentar delante del cliente una serie de alimentos preparados en un carro, que generalmente se encuentran a la entrada del restaurante. A petición del cliente, el jefe del servicio presenta el carro y servirá al gusto del cliente. Muy utilizado para entremeses y postres.¹⁸⁵⁶

1.2.1.4.10. SERVICIO EMPLATADO: el cliente no elige el menú sino un plato determinado que será previamente preparado y decorado en cocina. Todo esto relacionado, porcionado, pensado y calibrado para que el cliente tenga delante de sí, de una sola vez el total de calorías necesarias para su alimentación.

El servicio del plato cambiando cada día tiene a extenderse más debido al ritmo de vida actual, pero desafortunadamente siempre quedará el buen gourmet que sabe apreciar un buen servicio clásico.¹⁸⁵⁷

1.2.1.4.11. SERVICIO BUFFET: La palabra buffet proviene del idioma francés, pero ha sido aceptada internacionalmente. Esta palabra tiene diversos significados:

Podemos entender por Buffet es aquella mesa situada en la zona central o visible del comedor en la que están expuestos los manjares.

¹⁸⁵⁶ Mestres Soler. Op. Cit., pág. 186.

¹⁸⁵⁷ Ibid. , pág. 187.

Se entiende también por éste nombre aquellas celebraciones en las que los invitados permanecen de pie y consumen diferentes aperitivos que estas dispuestos en las mesas denominadas buffet.

El buffet también sirve para la exposición de los platos que conforme el menú desde el primer plato hasta el postre.

El servicio lo puede realizar los meseros o puede ser también autoservicio.

De esta manera cada cliente toma de cada plato la cantidad que le apetece.¹⁸⁵⁸

Como es una especie de autoservicio puesto que el cliente elige el alimento que desee y la cantidad del mismo, en éste caso el mesero solamente ofrecerá las bebidas no impera tampoco el gusto particular del cliente sobre cocción y acompañamiento debido a que en el buffet todo esta dispuesto a al vista del cliente.¹⁸⁵⁹

Es la presentación de alimentos variados, muy bien decorados y de una forma vistosa en una mesa vestida muy elegantemente, para que estos sean servicios a los clientes por el comensal de servicio. Puede ser frío o mixto con preparaciones frías y calientes. La característica principal de un buffet es la preparación de

¹⁸⁵⁸ Ibid. , pág. 197.

¹⁸⁵⁹ SENA. Op. Cit., pág. 15.

diversos tipos de alimentos para que el cliente pueda tener la opción de escoger lo que más guste a éste.¹⁸⁶⁰

1.2.1.4.11.1. MODALIDADES DE BUFFET

1.2.1.4.11.1.1. PRIMERA FORMULA: Se trata de una mesa longitudinal sobre la que reposan una serie de bandejas con diversas ofertas alimenticias. Es un Buffet frontal, donde el cliente tiene que recoger su plato al inicio de la mesa y pasar todo a lo largo. Los platos de su elección pueden ser servidos o no por el personal situada a lo largo y en el lado opuesto.

1.2.1.4.11.1.2. SEGUNDA FORMULA: Es la movilización del buffet hacia la zona central y la búsqueda de otras variedades formales que desembocan en mesas circulares o cuadrangulares. Exige una mayor movilidad de la clientela siempre y cuando la oferta se doble. Esta modalidad de buffet puede ser asistida o no.¹⁸⁶¹

1.2.1.4.11.1.3. TERCERA FORMULA: Esta modalidad se basa en muebles equipados. Disponen de maquinaria para poder realizar el mantenimiento de la comida en buenas condiciones sanitaria y de temperatura. Son muebles con un aspecto decorativo.

1.2.1.4.11.1.4. CUARTA FORMULA: La constituyen los denominados buffet integrales y que contienen todas las posibilidades. La modulación de estos buffets integrales

¹⁸⁶⁰ Reynoso Rom. Op. cit., pág. 12.

¹⁸⁶¹ Mestres Soler. Op. Cit., pág. 198.

con separación de zonas y posibilidad de cambios posicionales a voluntad presenta a sofisticación del Buffet. Ofrecen la máxima libertad de elección para el cliente y con aumentos de la calidad de los platos ofertados.¹⁸⁶²

1.2.1.5. TÉCNICAS DE SERVICIO

1.2.1.5.1. FORMA DE SERVIR LOS VINOS: La importancia del servicio de vinos requiere una atención especial, de manera que en algunos restaurantes es exclusivamente una personal, el Sommelier, la que atiende éste servicio. ¹⁸⁶³

El vino siempre se abrirá delante del cliente, cada mesero deberá ser capaz de hacerlo sin dificultad.

- Las bebidas se deben servir por el lado derecho, por lo tanto, de éste lado se colocaran las copas.
- No hay una regla específica para acomodar las copas, sin embargo, deben situarse de tal manera que no entorpezcan el servicio, ni estorben al cliente.
- Es recomendable no poner más de cuatro copas por comensal, ya que resulta estorboso para el cliente y para el servicio.

¹⁸⁶² Ibid. , pág. 199.

¹⁸⁶³ Ibid. , pág. 210.

- Las copas se colocan en línea cuando hay espacio suficiente, es decir, si la mesa es amplia, de otra forma es preferible hacerlo en cuadro cuando se trata de copa para vino blanco, vino tinto, champagne o sidra y copa para agua.

1864

Una vez que se ha mostrado al cliente la botella de vino para confirmar que es el vino que solicitó, se procederá a descorchar sobre el Gueridón, de la manera siguiente:

- a. Con la navaja del sacacorchos cortar alrededor de la cápsula que recubre la botella. El corte se hace medio centímetro debajo de la boca de la botella.
- b. Introducir el tirabuzón justo en el centro del corcho.
- c. Colocar la palanca del sacacorchos en el borde de la boca de la botella para que sirva de punto de apoyo.
- d. Sostener firmemente la botella con la mano izquierda y sacar , sin movimientos bruscos, el corcho con la mano derecha.
- e. Oler el corcho para comprobar el estado del vino
- f. Limpiar la boca de la botella con la servilleta de servicio.

¹⁸⁶⁴ Reynoso Ron. Op. Cit., pág. 77,78.

g. Quitar el corcho del tirabuzón y ponerlo en un platillo para que el cliente también lo huela.

1865

Antes de servir a los comensales, se servirá un poco de vino a la persona que ordenó, o bien, a la persona que indique el anfitrión; una vez que éste ha dado su aprobación, el vino se servirá comenzando por las damas, luego los caballeros y por último a quien degustó el vino.

En ningún caso las copas deben llenarse, por regla general el vino blanco y Rosado se sirven poco menos de tres cuartos de copa, mientras que los tintos, champagne y espumosos poco más de tres cuartos.

Los vinos tintos añejos, se servirán en canastillas de mimbre, para evitar agitarlos y que los sedimentos ocasionados por el tiempo en las cavas, vayan a dar a las copas.

1866

1.2.1.5.1.1. TEMPERATURA A QUE DEBEN SERVIRSE LOS VINOS: Los vinos blancos se sirven fríos, pero no helados, en cambio los tintos deben estar a temperatura ambiente.

¹⁸⁶⁵ Ibid. , pág. 101.

¹⁸⁶⁶ Ibid. , pág. 104,105.

1.2.1.5.1.2. VINOS DE ACUERDO A LOS PLATILLOS: Muchos platillos mejoran con el vino, por lo que éste es un acompañamiento ideal en la mesa. Sin embargo, las guarniciones y las sopas no se acompañan con vino a menos que esta última sea el plato fuerte.

El servicio de vinos clásico es de tres vinos en una comida y se establece un orden para servirlo. El vino blanco precede al tinto, y por último, el vino blanco dulce o espumoso.

Cada vino se escoge de acuerdo al platillo que va a acompañar. Pero también en función al vino que lo seguirá. Un platillo muy condimentado no va bien con un vino ligero o sin cuerpo; servir un vino fuerte con un plato delicado, es de mal gusto.¹⁸⁶⁷

El vino blanco por lo general acompañará las entradas, lo cual no lo excluye como magnífico acompañante de los platos fuertes a base de carnes blancas.

El vino tinto va muy bien con el plato principal si éste es a base de carnes rojas, y eventualmente, con alguna eventual entrada.

La champaña dulce, el jerez *cream* y los oportos dulces se servirán a los postres, de acuerdo con el menú establecido.

¹⁸⁶⁷ Ibid., pág. 107,108.

La champaña *brut* será un espléndido acompañamiento para todos los platillos de una comida , incluidos las entradas y los platos fuertes , sin importar si son a base de carnes blancas o rojas. Un vino tinto podrá servirse en caso de que el menú lleve quesos .

Luego se ofrecerá el café y por último los *Pousecafés*, licores o cremas , se aconseja mantenerlos en un carro bar muy bien dotado tanto de las copas apropiadas como de un buen surtido de licores , del cual no podrán excluirse los licores nacionales.¹⁸⁶⁸

1.2.1.5.2. SERVICIO DE ENSALADAS: Alimentos ligeros, sanos y desprovistos de calorías. Las ensaladas ofrecen gran variedad de colores y contrastes formando infinidad de combinaciones originales y diversas. Las ensaladas deben prepararse al momento de servir las. Existen dos clases de ensaladas: simples y compuestas.

1.2.1.5.2.1. CLASIFICACION DE ENSALADAS

1.2.1.5.2.1.1. ENSALADAS SIMPLES: son las que se emplean verduras de color verde. Éste tipo de ensaladas son propias para acompañar todo tipo de carne asada.¹⁸⁶⁹

¹⁸⁶⁸ Bermúdez R. Op. Cit., pág. 59.

¹⁸⁶⁹ Ibid. , pág. 83.

*1.2.1.5.2.1.2. ENSALADAS COMPUESTAS: son la combinación de verduras cocidas, carnes varias, quesos, pescados etc. Empleando diversos aderezos que constituyen los platillos.*¹⁸⁷⁰

1.2.1.5.3. TÉCNICAS DE SERVICIO EN LA MESA

- Por lo general, las mesas utilizadas en los restaurantes son de madera bruta. Para evitar el desgaste prematuro de las mesas, sobre todo en la zona de los bordes, y para amortiguar el choque de objetos que se colocan en la mesa, se cubre con un muletón, el cual puede ser de franela, lana o hule espuma. Se fija a la mesa con tachuelas o cordones.
- Posteriormente se coloca el mantel, se colocan las sillas procurando que queden bien centradas; en seguida se ponen los platos bases de acuerdo al número de sillas, situándolos en la parte media de la silla tomando como referencia el respaldo de la misma.
- Los cubiertos se llevarán en un plato sobre una servilleta de papel. El cuchillo se debe acomodar con el filo hacia adentro, del lado derecho, y junto a éste la cuchara sopera.
- El mesero, sin desplazarse, colocara el tenedor en el lugar contiguo del lado izquierdo, y junto a éste el tenedor para pescado; en la parte superior del plato se acomoda la cucharita para el postre.
- Se realiza la misma operación en las otras esquinas de la mesa, yendo siempre en dirección contraria a las manecillas del reloj.

¹⁸⁷⁰ Reynoso Ron. Op. Cit., pág. 83.

- A un centímetro de la punta del cuchillo se coloca al copa de vino y en seguida la copa de agua.
 - La servilleta se debe acomodar sobre el plato.
 - No se debe olvidar de poner en la mesa el salero, pimentero, cenicero y un florero pequeño que no obstruya la comunicación entre los comensales
 - La azucarera se llevara a la mesa hasta el momento de servir el café.
 - El plato panero con la pala para mantequilla o cuchillo pequeño se debe situar del lado izquierdo. ¹⁸⁷¹
-
- Abierto el Restaurante al público, el Jefe del Comedor deberá recibir a los clientes a la entrada del mismo saludándoles por su nombre y en la lengua de los mismos.
 - Les acompañara a la mesa que previamente les habrá reservado o en su caso a que crea más conveniente para evitar saturaciones de algún tipo.
 - Procederá a acomodarlos, procurando retirar la silla de la mesa y además a sentarlos posteriormente.
 - Una vez sentados procederá a distribuir los menús o las cartas siempre empezando por las señoras y seguidamente a los caballeros. ¹⁸⁷²

1.2.2. SERVICIO DE BANQUETES: Se denomina banquete al servicio prestado para un evento u ocasión especial con determinadas pautas convenidas entre el

¹⁸⁷¹ Ibid. , pág. 67.

¹⁸⁷² Mestres Soler. Op. Cit., pág. 189.

cliente y el representante del establecimiento con anterioridad al servicio de este. Prestación y servicio de una comida espléndida con muchos invitados en celebración de un acontecimiento y el cual ha sido previsto con anterioridad.¹⁸⁷³

1.2.2.1. CARACTERÍSTICAS SERVICIO DE BANQUETES: El servicio de banquetes se vende por anticipado y se conoce con la debida antelación el número de comensales, los menús y el tipo de servicio a brindar, todo esto permite planificar con sumo cuidado cada detalle para dar un servicio, rápido y variado; es la oportunidad para que el establecimiento se pueda lucir y satisfaga a su cliente.

En éste tipo de eventos los detalles dan versatilidad haciéndolos sencillos o muy elaborados según el caso.¹⁸⁷⁴

1.2.2.2. VENTAJAS DEL SERVICIO DE BANQUETES

- El servicio de banquetes es posiblemente, y desde un punto de vista económico, más rentable que ningún otro de los servicios de restauración (menús y cartas).
- Presenta la ventaja de que los comensales no eligen las variedades de platos y el Jefe de cocina, por lo tanto, sabe exactamente el número de raciones que tiene que preparar de cada uno de los platos que compone la minuta.

¹⁸⁷³ Bermúdez R. Op. Cit., pág. 6.

- Tampoco debe producirse desperdicio alguno por haber preparado más raciones de las que serán servidas, porque se conoce con antelación el número exacto.
- Por otra parte , reduce tiempos muertos del personal en aquellos establecimientos que no trabajan con clientela a pensión completa.
- El benéfico bruto absorbe una gran parte de los costes fijos del servicio de restauración.¹⁸⁷⁵

1.2.2.3. PERSONAL EN AL SECCION DE BANQUETES

1.2.2.3.1. JEFE DE BANQUETES: Es la persona encargada administrativamente de la sección su función es programar el personal que va a realizar el servicio, la organización locativa necesaria, la coordinación con otros departamentos y las disposiciones especiales según gusto del cliente.

1.2.2.3.2. CAPITÁN DE MESEROS: desempeña en parte la función de un maitre con una visión más operativa puesto que tiene que organizar el local según plano previsto ara el efecto, organizar el equipo humano para el servicio, supervisar su

¹⁸⁷⁵ Mestres Soler. Op. Cit. pág. 199.

desarrollo y al finalizar el servicio verificar el orden tanto del salón como del material a cargo.

1.2.2.3.3. MESEROS

1.2.2.3.4. AYUDANTE DE MESA: Al momento de servicio se encargan de realizar las funciones correspondientes a su cargo.¹⁸⁷⁶

1.2.2.4 EVENTO: Acontecimiento eventual o un suceso el cual puede ser de tipo social o particular(familiar) como celebración de una fecha importante o festejos de un acontecimiento de importancia o trascendencia. ¹⁸⁷⁷

1.2.2.4.1. TIPOS DE EVENTOS

1.2.2.4.1.1. CONVENCION: Es la reunión de un grupo de personas que comparten intereses similares, ya sean comerciales, industriales, profesionales, políticos, privados, particulares, religiosos o de otra índole, y que convergen en una fecha y lugar determinados previamente, para convivir, tratar asuntos de interés común y tomar decisiones al respecto.

1.2.2.4.1.2. CONGRESO: Es la reunión de un grupo de personas o de representantes de grupos que comparten, como en el caso anterior, intereses similares y que se reúnen en fechas y lugares establecidos previamente, para

¹⁸⁷⁶ SENA. Op. Cit., pág. 9.

¹⁸⁷⁷ Ibid. , pág. 6.

tratar asuntos de interés común y para tomar decisiones. En la mayoría de los casos, éste término se aplica a reuniones internacionales de ciencias médicas o profesionales, sin excluir otro tipo de organizaciones.¹⁸⁷⁸

1.2.2.4.1.3. CONFERENCIA: Es un tipo de reunión similar a las anteriores, con la diferencia primordial del formato de sus sesiones de trabajo, a las cuales se invita por lo general a exponentes destacados en una especialidad.

1.2.2.4.1.4. SIMPOSIO: Es la reunión de un grupo de expertos o técnicos que dominan un campo, profesión o tema, cuyo propósito es exponerlo ante un auditorio que comparte ese interés específico.

1.2.2.4.1.5. JORNADA: Es una reunión de trabajo, de investigación, de estudio e informativa para resolver un problema planteado ante un auditorio interesado en el tema, cuyas resoluciones y resultados se publican posteriormente.

1.2.2.4.1.6. SEMINARIO: Es una o varias reuniones, en las cuales un selecto grupo de ponentes con reconocido dominio en sus áreas, aportan sus conocimientos y experiencias ante uno o varios grupos que comparten su interés por el tema.

1.2.2.4.1.7. COLOQUIO: Es una reunión que agrupa a un distinguido número de especialistas o expertos en diversas disciplinas, quienes exponen sus conocimientos acerca de uno o varios temas en particular.

¹⁸⁷⁸ Buendía Juan Manuel. Organización de Reuniones. pág. 149.

1.2.2.4.1.8. MESA REDONDA: Es una reunión formada por un número limitado de técnicos o expertos, así como de participantes que tratan de intercambiar sus experiencias y conocimientos bajo la guía y control de un conductor o coordinador.¹⁸⁷⁹

1.2.2.4.1.9. PANEL O FORO: Es una reunión enfocada a propiciar el intercambio de opiniones y conceptos por parte de los integrantes del presidium, quienes ulteriormente discuten o responden a temas específicos de sus ponencias con el auditorio participante, controlado y guiado por un presidente. En el panel, los ponentes comparten los mismos o similares conceptos, mientras que en el foro los ponentes deben exteriorizar conceptos opuestos.

1.2.2.4.1.10. DEBATE: Es una reunión de 15 a 20 personas en asamblea general, para tratar o discutir uno o varios temas, bajo la guía y control de un presidente. Portavoces en cada grupo expresan sus opiniones, de acuerdo con sus reglas de tiempo y tema de discusión.

1.2.2.4.1.11. TRIBUNA LIBRE: Es una reunión en la que un limitado número de participantes intercambian libremente sus opiniones ante un auditorio, el cual no interviene o interfiere.¹⁸⁸⁰

1.2.2.4.2. CLASIFICACIÓN ECONÓMICA DE EVENTOS SOCIALES

¹⁸⁷⁹ Ibid. , pág. 150.

¹⁸⁸⁰ Ibid. , pág. 151.

1.2.2.4.2.1. EVENTOS PATROCINADOS: La carga económica que estos representan es absorbida por una o varias empresas, instituciones u organismos.

1.2.2.4.2.2. EVENTOS AUTOFINANCIABLES: Los eventos son autofinanciables mediante la venta y compra de boletos, cupones o contribuciones; sin embargo, se corre el riesgo de fracasar, como en todo tipo de evento comercial.

1.2.2.4.2.3. EVENTOS PAGADOS: Son aquellos cuyo costo se ha considerado en el presupuesto general de la reunión y en los que, de forma indirecta, está incluido en el costo de registro de cada delegado.¹⁸⁸¹

1.2.2.4.2. TIPOS DE EVENTOS SOCIALES

1.2.2.4.3.1. COCTELES: Éste tipo de evento es muy popular y solicitado por empresas o Instituciones que lo desean patrocinar. Algunas de sus ventajas son el tiempo limitado, la asistencia controlada y seleccionada si el patrocinador lo desea, el costo relativamente controlado, y la oportunidad para dirigir algunas palabras o hacer una presentación.¹⁸⁸²

¹⁸⁸¹ Ibid. , pág. 186.

¹⁸⁸² Ibid. pág. 187.

Reunión de corta duración (máxima 4 horas) en la cual se sirven primordialmente bebidas alcohólicas y refrescantes y como complemento opcional el servicio de pasabocas o canapés.¹⁸⁸³

1.2.2.4.3.2. DESAYUNOS: Existen diferentes tipos de desayunos que se pueden ofrecer, ya sea de tipo buffet o servicio a la mesa. Sus ventajas son el tiempo limitado, la asistencia controlada y seleccionada, su costo relativamente bajo y la oportunidad para dirigir algunas palabras o para hacer una presentación.¹⁸⁸⁴

1.2.2.4.3.2.1. DESAYUNOS ESPECIALES: Se programan para grupos determinados como los de turismo o grupos de trabajo en congresos o juntas, se pueden servir dentro de la cafetería con arreglo de mesas especiales, o en salones destinados, para las juntas o congresos.¹⁸⁸⁵

1.2.2.4.3.3. COFFE BREAK: Es un servicio generalmente orientado hacia los descansos en las conferencias, juntas o congresos realizados en su mayoría en los salones especiales, se presenta como un pequeño buffet de pasabocas, tortas porcionadas, sandwiches, pies, pastelería, jugos de frutas, gaseosas, tintos y aguas aromáticas, los participantes en el evento a la hora del descanso se acercan a la mesa toman lo que deseen y al final se verifica el consumo por medio de un inventario tomando como base los alimentos y bebidas colocados en la mesa antes de iniciar el servicio, se sacará el valor del servicios, se elabora la factura de

¹⁸⁸³ SENA. Op. Cit., pág. 20.

¹⁸⁸⁴ Ibid. , pág. 187.

¹⁸⁸⁵ Ibid. , pág. 25.

cuenta discriminando el consumo hecho y se le presentará al responsable de la reunión para su firma y posterior pago.¹⁸⁸⁶

1.2.2.4.3.4. TÉS: Es un servicio especial que se presta a un grupo determinado de personas y como característica es que en esta reunión o evento se servirá como bebida central el té, de ahí su nombre. Para el servicio del té se presenta como acompañamiento de té bizcochos, helados, sandwiches, algún alimento de sal y en ocasiones se pueden presentar platos de sal y en ocasiones se pueden presentar platos fríos en porciones moderadas.¹⁸⁸⁷

1.2.2.4.3.5. ALMUERZOS O COMIDAS: Normalmente, para éste tipo de evento se calcula el costo de la comida, con un mínimo gasto de vino o cerveza. El tiempo es limitado y no apropiado para presentaciones personales. Si el evento se integra como parte del programa oficial se garantizara una asistencia del 100 %.¹⁸⁸⁸

1.2.2.4.3.5.1. COMIDAS ESPECIALES CON MENÚ FIJO: Denominamos así éste servicio por presentarse en un tipo de reunión formal, que sirve tanto para almuerzo como para comidas o cenas propiamente dichas con algunas modificaciones; se presentan los precios por platos o en conjunto total, por lo general se presenta al cliente la cantidad de opciones que son standard y en ocasiones según el gusto

¹⁸⁸⁶ Ibid. , pág. 23

¹⁸⁸⁷ Ibid. , pág. 24

¹⁸⁸⁸ Buendía. Op. Cit., pág. 187

del cliente se puede combinar las especialidades de los diferentes menús presentados para conformar un menú especial.¹⁸⁸⁹

1.2.2.4.3.5.2. COMIDAS CAMPESTRES: Estas comidas se sirven en campos abiertos o en carpas especialmente montadas para este tipo de comida. Por lo general se hace en clubes sociales, haciendas y colonias vacacionales. La comida a servir puede presentarse en forma de buffet, un plato especial o comida típica como una parrillada, lechona o una carne a la llanera.¹⁸⁹⁰

1.2.2.4.3.6. CENAS, BAILES Y FIESTAS DE TEMA: Este evento es probablemente el más popular en una convención por lo que es importante encontrar un patrocinador. La cena de clausura suele ser el magno evento de la reunión, el cual se integra con una presentación artística, juegos pirotécnicos, baile etc. Este tipo de evento es el más costoso de la reunión, el más lujoso y en ciertas ocasiones requiere traje de noche.¹⁸⁹¹

1.2.2.4.3.7. EVENTOS DE ESPARCIMIENTO: Forman parte integral del programa y pueden tener características deportivas, culturales, turísticas, folklóricas, etc.¹⁸⁹²

1.2.2.5. CRITERIOS SOBRE VENTA Y ORGANIZACIÓN DE BANQUETES: Son las pautas que se pueden seguir para la venta de un servicio de banquetes al establecer

¹⁸⁸⁹ SENA. Op. Cit., pág. 17

¹⁸⁹⁰ Ibid. , pág. 26

¹⁸⁹¹ Buendía. Op. Cit., pág. 187

¹⁸⁹² Ibid. , pág. 188

contacto con el cliente potencial y convencerlo de que lo que se ofrece es lo mejor para que éste lo tome y se sienta satisfecho.¹⁸⁹³

1.2.2.5.1. CONTACTO CON EL CLIENTE: Es la parte más importante puesto que se sabe que la primera impresión es la que gusta en términos generales. Éste contacto puede ser de varias formas, por teléfono o por correspondencia. En éste contacto sea cual fuera su forma deben invitarse al cliente a conocer las instalaciones para que se tome una idea sobre la oferta que se hace.

1.2.2.5.2. SATISFACER LA NECESIDAD DEL CLIENTE: En éste caso la persona encargada de la venta del servicio deberá tener en cuenta los siguientes puntos para orientar al cliente y lograr su satisfacción.

1.2.2.5.3. PERSONA: A quien va dirigido el homenaje y quien será la responsable de la reunión.

1.2.2.5.4. LUGAR: Si el cliente desea utilizar los servicios dentro del establecimiento o por el contrario desea hacerlo en un salón aparte o en su residencia.

1.2.2.5.5. TIEMPO: Se determinará el día, hora y el tiempo aproximado de duración de la reunión.

¹⁸⁹³ SENA. Op. Cit., pág. 9

1.2.2.5.6. PROCEDIMIENTO: En esta parte se explicarán los sistemas de servicio y se tendrá en cuenta las peticiones particulares del cliente.¹⁸⁹⁴

*1.2.2.5.7. PLANIFICACIÓN INTERNA: Corresponde a los sistemas de trabajo y políticas desarrolladas en éste sentido por el establecimiento bajo la dirección del jefe de alimentos y bebidas.*¹⁸⁹⁵

1.2.2.5.8. PRESENTAR LA MEJOR OFERTA AL CLIENTE: Consiste en orientar al cliente para hacerle ver cual es la conveniencia para que escoja una oferta favorable según las opciones presentadas con sus precios unitarios o su precio en bloque, lo cual parece sé más conveniente.¹⁸⁹⁶

1.2.2.6. FORMAS DE ORGANIZAR LAS MESAS PARA BANQUETES: Se refiere éste tema a la forma en que se ubica el conjunto de mesas en un salón previsto para un banquete. Esta organización y forma que se le dé a las mesas depende directamente del área disponible del salón, del tipo de evento que se vaya a realizar del número de personas y básicamente del acuerdo que se tenga con el cliente sobre la disposición del salón.

Para armar una mesa grande para banquetes es más favorable la utilización de mesas rectangulares de 2.50 *0.90 mts, con soportes o burros como paras.

Las figuras más utilizadas para banquetes son. Mesa en: T. U. E. I e imperial peine, L y en espiga. ¹⁸⁹⁷

¹⁸⁹⁴ Ibid. , pág. 10.

¹⁸⁹⁵ Ibid. , pág. 11.

¹⁸⁹⁶ Ibid. , pág. 12.

¹⁸⁹⁷ Ibid. , pág. 27.

La colocación física de sillas, mesas, presidium, podium, equipos audiovisuales, micrófonos, señalamientos, pista de baile etc., son cuestiones que endentará el organizador al atender las necesidades de eventos programados durante una reunión, sea de trabajo o sociales.

1.2.2.6.1. TIPOS DE MONTAJES PARA SESIONES DE TRABAJO

1.2.2.6.1.1. TIPO TEATRO O AUDITORIO: Se utiliza generalmente para sesiones plenarias, de inauguración o de clausura. Se deben agrupar, en secciones, hileras de sillas con pasillos tanto laterales como centrales, de acuerdo con las dimensiones y posibles columnas u obstáculos de visión que tenga la sala. Todas las sillas se deberán colocar hacia el frente, donde se pondrá el presidium o mesa principal, desde la cual se controlara la sesión de trabajo. Éste tipo de montaje se puede hacer en forma rectangular o de media luna por conveniencia y comodidad de los delegados participantes, las sillas en hilera no deben exceder de 15.

1.2.2.6.1.2. TIPO ESCUELA: Éste tipo de montaje es el más empleado en las sesiones de trabajo y se diferencia del anterior por la inclusión de mesas utilizadas para escribir. El cupo de cada una de ellas no debe exceder de 6 a 12 personas, de

acuerdo con las dimensiones de la sala. El montaje de las mesas y sillas puede ser horizontal o en V.¹⁸⁹⁸

1.2.3. CAFETERÍA: En la actualidad, es sin lugar a dudas el punto de venta más común y apreciado por los clientes cuando requieren un servicio rápido, informal, práctico, económica y fácil acceso.¹⁸⁹⁹

1.2.3.1. TIPOS DE SERVICIO

1.2.3.1.1. AMERICANO: Ofrece mayor comodidad al usuario del servicio, puesto que es atendido por un mesero. Se ofrece una breve carta con los platos más populares y algunos platillos especiales para el desayuno; siempre habrá café y otras bebidas calientes.

1.2.3.1.2. AUTOSERVICIO: Se caracteriza por la posibilidad de prestar un servicio más ágil a los clientes, facilitando la elección de los alimentos deseados, los cuales están en mostradores denominados baño María, colocados en un espacio paralelo, con indicación de variedad de platos y precios, constituyendo una zona de exposición para promocionar las ventas. Éste servicio proporciona una serie de ventajas puesto que reduce la cantidad de personal a ocupar y brinda la posibilidad de atender mayor número de personas a la vez.¹⁹⁰⁰

¹⁸⁹⁸ Buendía. Op. Cit., pág. 194.

¹⁸⁹⁹ Bermúdez R. Op. cit., pág. 3.

¹⁹⁰⁰ Ibid. , pág. 4.

1.2.3.2. TÉCNICAS DE SERVICIO: Se coloca en tenedor por el lado izquierdo sobre la servilleta de papel, del lado derecho se acomoda el cuchillo con el filo hacia adentro, evitando si que el comensal pueda cortarse involuntariamente; se trata de montaje para el servicio de mediodía, al lado del cuchillo, por la parte exterior, se coloca la cuchara sopera; la cucharita se sitúa en la parte media superior de la manteleta, con el mango apuntando el lado derecho; el vaso boca abajo y un centímetro de distancia de la punta del cuchillo.

Otra manera de montar las mesas es colocando en la parte superior media, una cucharita y un tenedor para postre, así como un cuchillo pequeño en el lugar de la cuchara sopera. ¹⁹⁰¹

1.2.4. BAR: Ideal ambiente íntimo y recogido y la venta de bebidas alcohólicas son sus características inherentes considerado como un sitio de reunión. El concepto básico se encamina a prestar un servicio americano, tan rápido como lo esperan los clientes. ¹⁹⁰²

1.2.4.1. ESTILOS

1.2.4.1.1. BAR INGLES: Estilo clásico, barra alta separada del salón y sin banquetas para que los clientes consumas los licores de pie.

¹⁹⁰¹ Reynoso Ron. Op. cit., pág. 72.

¹⁹⁰² Bermúdez R. Op. cit., pág. 10.

1.2.4.1.2. CAFÉ: Es el nombre de los bares en Francia, proviene del italiano *Caffé* y del árabe *Kahve*. Pequeño café, cercano a un cinema, salón de baile.

1.2.4.1.3. TABERNA: De gran tamaño, familiar y muy descomplicado, donde se sirven comidas sencillas.

1.2.4.1.4. CAFÉ-TEHATRE: Conocido como café concierto donde se presenta obras ligeras, picantes y humorísticas como atractivo central.

1.2.4.1.4. CABARET: Con pista de baile donde las bebidas y cócteles conforman la oferta principal. ¹⁹⁰³

1.2.4.1.5. BAR AMERICANO: Ambiente descomplicado y confortable, con luz tenue y con grandes poltronas bajas, con preferencia de colores vivos y blancos.¹⁹⁰⁴

1.2.4.2. MENAJE PARA SERVICIO DE BAR: Esta formado por los implementos que facilitan la preparación de bebidas y permiten brindar un rápido servicio.¹⁹⁰⁵

1.2.4.3. SERVICIO DE BEBIDAS: EL servicio de bebidas en especial las alcohólicas deberán hacerse siempre por el lado derecho del cliente, ya que la mayoría vienen servidas del bar y otras hay que servir las a la vista del cliente y los cristales

¹⁹⁰³ Ibid. , pág. 13.

¹⁹⁰⁴ Ibid. , pág. 14.

¹⁹⁰⁵ Ibid. , pág. 29,30.

para esta operación deberán estar dispuestos y montados en al mesa en el momento de servicio.¹⁹⁰⁶

1.2.4.3.1. CLASIFICACIÓN DE LAS BEBIDAS

1.2.4.3.1.1. VINO: Es la bebida obtenida mediante la fermentación alcohólica del jugo de uva llamado mosto, por acción de las levaduras.

Como son tipos de bebidas con una finalidad especial esta será servida a la vista de los clientes. Acompañan alimentos o sirven para celebraciones por lo cual hay que presentarlas al cliente en su envase original y se procederá a descorcharla y servirla frente al cliente, lo que implica que se utilizará un cristal especial el cual se colocara en la mesa al momento del servicio con antelación a éste.¹⁹⁰⁷

1.2.4.3.1.1.1. CAVA: Para conservar bien los vinos es necesario mantenerlos en un lugar especial llamado cava, la cual debe estar orientada hacia el norte protegida de la luz y del ruido. Su temperatura debe variar entre 12 y 14 grados centígrados.

1.2.4.3.1.1.2. DEGUSTAR O CATAR: Es el arte de apreciar un vino, de estimar su valor y determinar su procedencia y edad aproximada. Catar no significa beber.

¹⁹⁰⁸

¹⁹⁰⁶ SENA. Op. Cit., pág. 28,29.

¹⁹⁰⁷ Ibid. , pág. 40.

¹⁹⁰⁸ Reynoso Ron. Op. cit., pág. 157.

1.2.4.3.1.2. APERITIVOS: Son bebidas refrescantes que tranquilizan y estimulan el apetito. Se pueden servir solos, en las rocas o con agua, antes de la comida o cena.¹⁹⁰⁹

Del francés *Aperitif*, proveniente del latín *aperire*, significa abrir. El nombre de aperitivo se da a las bebidas que se sirven antes de las comidas con el fin de estimular y que se caracterizan por su sabor seco, la mayoría son ácidos, astringentes y su contenido alcohólico por lo general va desde 17 ° hasta 24 °, lo cual los hace moderados; sin embargo, algunos alcanzan 45 °.

Se pueden clasificar según sus diferentes características, así:

1.2.4.3.1.2.1. VERMUTS: es uno de los aperitivos más conocidos. La producción y elaboración del Vermut es dispendiosa y requiere mucho tiempo, pues se utiliza la maceración en la cual se aromatiza hasta con cuarenta diferentes tipos de flores, raíces, semillas, cortezas y especias, teniendo como base para su elaboración el vino en una proporción del 80%, y que según sea tinto, blanco o Rosado así se obtendrá el Vermut, su contenido alcohólico es de 18 °. Debe servirse en vaso corto en las rocas, con rodajas, un *twist* de limón o también con tónica.¹⁹¹⁰

1.2.4.3.1.2.2. A BASE DE QUINA: Planta arbórea de hojas ovales y corteza amarga; tiene propiedades tónicas, astringentes y antipiréticas que la hacen ideal para la elaboración de bebidas alcohólicas aperitivas.

¹⁹⁰⁹ Ibid. , pág. 162.

¹⁹¹⁰ Bermúdez R. Op. Cit., pág. 70

1.2.4.3.1.2.3. CAMPARI: Contiene 24 % de alcohol, es seco y amargo, y se cataloga como el aperitivo italiano más conocido en el mundo; hoy en día lo fabrica y comercializa la firma *Fratelli campari de Sucessori* tanto en Italia como en Brasil. Su preparación se sabe que es a base de quina, combinada con hierbas aromáticas y alcohol vínico, su color se debe a la acción de un colorante llamado rojo de cochinilla o rojo carmín que se obtiene de la cochinilla insecto homeóptero que se cría sobre un cacto llamado , nopal al cual en México se conoce como Tuna.

1.2.4.3.1.2.4. DUBONNET: Quina mezclada con mistelas (vinos con un año de edad a los cuales se le agrega alcohol para acelerar el proceso natural) y vinos, aromatizada con diferentes hierbas, raíces y cortezas de árboles, con una larga preparación que puede durar más de tres años y un lento añejamiento en cuba de roble, es la base de la preparación del exquisito Dubonnet. Puede servirse muy frío y solo en copa coctel, en vaso corto con hielo y rodajas de limón o mezclando en partes iguales los dos tipos de Dubonnet, sobre hielo en vaso corto.¹⁹¹¹

1.2.4.3.1.2.4.1. BITTERS: denominación genérica para licores amargos hechos a base de raíces, frutas, cáscaras y hierbas maceradas, en un licor neutro. Como ingredientes, por lo común se usan la genciana, la quina, la naranja y el melocotón. Es un estupendo y refrescante aperitivo, y su fuerte sabor anisado no

¹⁹¹¹ Ibid. , pág. 71.

tiene nada en común con el sabor del aguardiente colombiano. Se recomienda servir e vaso largo, con cinco medidas de agua filtrada o también con soda para luego agregar hielo; otra posibilidad se da al reemplazar el agua, en la misma cantidad, por jugo de naranja fresco.¹⁹¹²

1.2.4.3.1.2.4.2. ENCABEZADOS: Son aquellos vinos a los cuales se les agrega alcohol para elevar su graduación, interrumpir la fermentación y fortalecerlos hasta el punto que pueden llegar a periodos de añejamiento entre 25 y 30 años.¹⁹¹³

1.2.4.3.1.3. JEREZ

1.2.4.3.1.3.1. JEREZ TIPO FINO: Color pálido distingue a la manzanilla de San Lúcar de Barrameda, con gran carácter y delicioso olor, que proviene de aquella región andaluza.

1.2.4.3.1.3.2. TIPO OLOROSOS: Contienen 20° de alcohol, su color es oscuro y su aroma más fuerte, con vinosidad y sabor a nuez más dulce que el anterior; hay uno intermedio entre el amontillado y el oloroso, denominado “palos cortados” y otro llamado “raya” cuyo origen antiquísimo se aprecia por lo refinado de su técnica; tiene más cuerpo y es menos delicado.¹⁹¹⁴

¹⁹¹² Ibid. , pág. 72.

¹⁹¹³ Ibid. , pág. 74.

¹⁹¹⁴ Ibid. , pág. 76.

1.2.4.3.1.3.3. TIPO DULCE: Resulta obvio que siendo dulce se sirve para acompañar el postre y nunca como aperitivo.

1.2.4.3.1.3.4. TIPO ABOCADO: Mezcla de dulces y secos de color oscuro.¹⁹¹⁵

1.2.4.3.1.4. OPORTO

1.2.4.3.1.4.1. LOS DE MEZCLA Y LOS DE AÑADA: Siendo los primeros más abundantes , mezclados y envejecidos en boyes o barriles y se desarrollan a los ocho años ya embotellados ; los de añada proceden de cosechas excepcionales , éstos se añejan en barril por un tiempo de tres años , luego se embotellan y se sacan a la venta después de diez años , para lograr su plenitud luego de 15, 20, 30 y hasta 50 años . Debe servirse frío si es blanco y al clima si es tinto; en cualquier caso en una copa como la de jerez. ¹⁹¹⁶

1.2.4.3.1.5. AGUARDIENTES: Son bebidas espirituosas, obtenidas por medio de la destilación del liquido de materias vegetales fermentadas.¹⁹¹⁷

1.2.4.3.1.6. LICORES: Bebida cuya base es el aguardiente alcohol fino y azúcar, donde se maceran sustancias aromáticas como: frutas, hojas, flores, plantas, raíces y cortezas. ¹⁹¹⁸

¹⁹¹⁵ Ibid. , pág. 77.

¹⁹¹⁶ Ibid. , pág. 78.

¹⁹¹⁷ Reynoso Ron . Op. cit., pág. 164.

¹⁹¹⁸ Ibid. , pág. 171.

1.2.4.3.1.7. COCTELES : Bebidas, con mezclas de dos o tres tipos de aguardientes con jugos de frutas. El cocktail es una bebida que debería contener, como mínimo, la mitad del volumen a base de una bebida alcohólica.

El cocktail, cuyo significado en inglés es cola de gallos, es una bebida que remonta sus orígenes al descubrimiento de los aguardientes y licores.¹⁹¹⁹

1.2.4.3.1.8. CERVEZAS: Es una bebida muy antigua, poco alcoholizada, aproximadamente entre 3 ½ a 6 grados de alcohol. Es muy refrescante, agradable y alimenticia. Los ingredientes principales en la elaboración de una cerveza son la cebada malteada y el lúpulo.¹⁹²⁰

1.2.4.3.1.9. BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS

CAFÉ: Una bebida de consumo diario, pero no por ello menos importante.¹⁹²¹

1.2.4.3.1.10. DESTILADOS DE GRANOS

1.2.4.3.1.10.1. WHISKY: Significaba agua de vida. En 1909 una comisión real definió así “ bebida alcohólica de una masa de granos de cereales , sacarificada por la diastasa de la cebada germinada.”¹⁹²²

¹⁹¹⁹ Mestres Soler .Op cit., pág. 210,211.

¹⁹²⁰ Ibid. , pág. 173.

¹⁹²¹ Ibid. , pág. 188.

¹⁹²² Bermúdez R. Op. cit., pág. 80.

1.2.4.3.1.10.1.1 WHISKY DE CEBADA: Se hace de cebada remojada con aguas de las tierras , *highlands*, destilado en alambiques clásicos , *pot stills* , según el antiguo proceso practicado durante 16 siglos y originario de Irlanda.

1.2.4.3.1.10.1.2. WHISKY DE GRANOS: Se produce en Escocia teniendo como ingredientes principales el maíz , trigo , avena y el centeno, de destila en alambiques modernos, *patent stills*, de proceso continuo y usados desde 1831. ¹⁹²³

1.2.4.3.1.10.2. GINEBRA : Las palabras inglesas gin y *geneva* vienen del término *jenever* que significa *junipero*, también conocido como enebro , planta de semillas aromáticas de color negro y del tamaño de una arveja y que a través de los años ha demostrado ser el más estable aromatizador para el alcohol ; la zona de mayor producción es la región de *Toscana* en Italia.

1.2.4.3.1.10.2.1. LA HOLANDESA O JENEVER: Éste tipo de ginebra recibe en ocasiones los nombres de holandas o *schiedam*, ciudad holandesa situada cerca de Róterdam, todo esto debido a que a finales del siglo XVI se encontraban allí las primeras destilerías de brandys de vinos franceses . ¹⁹²⁴

1.2.4.3.1.10.2.2. LA GINEBRA INGLESA GIN: Aparte de ser seca , obtuvo notoriedad con el surgimiento de los cocteles dado que su base alcohólica es ideal . ¹⁹²⁵

¹⁹²³ Ibid. , pág. 81.

¹⁹²⁴ Ibid. , pág. 87.

¹⁹²⁵ Ibid. , pág. 88.

1.2.4.3.1.10.3. VODKA : En Rusia y Polonia el vodka es una denominación genérica usada para las mayoría de bebidas alcohólicas , pues la palabra significa agüita y es la bebida nacional polaca y rusa , el origen para su destilación está en el uso de los cereales aunque con posteridad se hizo de papas fermentadas ,ideales por su contenido de almidón ; el objetivo era lograr un alcohol neutro que evitaría su congelación anta cualquier temperatura extrema .¹⁹²⁶

1.2.4.3.1.11. DESTILADOS DE FRUTAS

1.2.4.3.1.11.1. COÑAC: De las bebidas alcohólicas, el coñac es tal vez la de mayor distinción y gallardía . Producto natural de la destilación de los vinos blancos de las uvas de *Charentais*, cultivadas en el centro de la región de Cognac .¹⁹²⁷

1.2.4.3.1.11.1.1. V.S.O: Mínimo con cuatro años de añejamiento.

1.2.4.3.1.11.1.2. V.S.O.P.: Añejo de cinco y hasta veinticinco años .A algunas casas lo denominan Napoleón.

1.2.4.3.1.11.1.3. X.O.: Esta denominación fue dada por la casa *Hennessy* y significa extra añejo , de treinta y hasta setenta años.¹⁹²⁸

1.2.4.3.1.11.1.4. A.I.: *Age in connun*, edad desconocida.

¹⁹²⁶ Ibid. , pág. 90.

¹⁹²⁷ Ibid. , pág. 94.

¹⁹²⁸ Ibid. , pág. 98.

1.2.4.3.1.12. BRANDY: Se le conoció con el nombre genérico de *eau de vie*, agua de vida , recetadas por los médicos , de siglo xlv como panacea. Así pues el coñac es un brandy de altísima calidad producido en la región de Cognac.

1.2.4.3.1.12.1. ARMAGNAC: producido en Gers, pirineos franceses, se destila solo una vez en Alambique continuo, calentado con gas, tiene 60 ° de alcohol, su añejamiento es de 3 años y su gusto es más fuerte pero representativo de la agréste geografía de donde proviene. Licor sabroso, con un olor que invita a la reflexión , se le considera perfecto entre los 10 y 5 años.¹⁹²⁹

1.2.4.3.1.12.2. ITALIANO: Producido bajo estricto control, por lo general se obtiene de uvas tribiano que producen caldos de gran calidad y de reconocida fama.

1.2.4.3.1.12.3. CALVADOS: Brandy procedente de Normandia , se destila en dos caldeos y se destila en barriles de robre.

1.2.4.3.1.12.4. KILRSCH: Brandy de color blanco hecho de cerezas, seco y fuerte; proviene de la selva negra frontera entre Alemania y Francia.¹⁹³⁰

1.2.4.3.1.12.5. BRANDY ESPAÑOL: Fue utilizado con fines terapéuticos, para su consumo adecuado debe tener un tratamiento similar al del coñac aunque se usa para preparar cocteles, que se destacan por ser muy finos.¹⁹³¹

¹⁹²⁹ Ibid. , pág. 99.

¹⁹³⁰ Ibid. , pág. 100.

1.2.4.3.1.13. DESTILADOS DE HOLLEJOS Y ORUJOS DE UVAS

1.2.4.3.1.13.1. PISCO PERUANO: Con éste nombre se conoce al destilado de orujos que con técnica española se obtenía en la ciudad peruana de Pisco. La palabra en quechua significa pájaro, como se les conocía a los indios nativos de la nación, quienes elaboraron una vasija con cubierta con cera de abejas. El pisco se debió originar con posteridad a 1550, año en el cual se iniciaron los cultivos de Vid, al sur de Lima. De agradable sabor y con un contenido de 45.5 % de alcohol.

1.2.4.3.1.13.2. PISCO CHILENO: se cultiva al sur de Chile por sus condiciones climáticas propicias para el cultivo de uvas de San Francisco; obteniéndose el destilado de orugas; en Chile se fabrica solo para el consumo interno.¹⁹³²

1.2.4.3.1.14. POUSECAFÉS O CREMAS: conocidos como cordiales, licores o digestivos. Para su producción se usan destilados de granos o de vinos a los cuales se les adiciona agua, azúcar, extractos de hierbas, semillas y cortezas.¹⁰³ se pueden elaborar a base de cortezas, semillas, frutas y hierbas. ¹⁰³ Deben servirse a temperatura ambiente, puros en copas finas y pequeñas, después de las comidas aunque esto no excluía su consumo a cualquier hora. Algunos se utilizan en la preparación de cocteles, las cremas por ser más dulces se sirven con hielo en copa baja pero amplio y con pitillos pequeños.¹⁹³³

¹⁹³¹ Ibid. , pág. 98 – 100.

¹⁹³² Ibid. , pág. 101.

¹⁹³³ Ibid. , pág. 103.

1.2.4.3.1.15. DESTILADOS DE CAÑA DE AZUCAR

1.2.4.3.1.15.1. RON: El jugo para hacer esta bebida, se extrae de la planta conocida como caña de azúcar originaria de la india. Es considerada la bebida nacional del nuevo mundo. ¹⁹³⁴

1.2.4.3.1.15.1.1. RON FUERTE: Después de extraer el azúcar se destilan las mezclas y se someten a fermentación de 8 a 10 días para obtener su aroma definido y carácter fuerte. Se le agrega caramelo para darle el color oscuro.

1.2.4.3.1.15.1.2. RON LIGERO: Se destila del jugo fermentado de la caña de azúcar triturado, se fermenta por espacio de 12 a 24 horas para lograr una aroma sutil y delicado. ¹⁹³⁵

1.2.4.3.1.15.1.3. RON BLANCO: Después del destilado no se le agrega el caramelo y se conserva en recipientes vitrificados, es seco y de poco cuerpo.

1.2.4.3.1.15.1.4. RON INDUSTRIAL ENVEJECIDO: Destilado de la melaza y envejecido en barriles de roble que contribuyen con el color dorado, pueden permanecer en proceso de añejamiento de 1 a 15 años.

¹⁹³⁴ Ibid. , pág. 111.

¹⁹³⁵ Ibid. , pág. 113.

1.2.4.3.1.15.1.5. RON AGRÍCOLA: Destilado del jugo de caña y envejecido en barriles de roble, a partir del tercer año se le denomina viejo, se afirma que llega a su plenitud a los 6 años.¹⁹³⁶

1.3. CÁLCULOS PROVISIONALES

1. Después de haber definido un programa de venta fino (carta, especialidades, menús tipo para banquetes etc.) se determinará el precio de venta y más atractivo para cada artículo del programa teniendo en cuenta la demanda y los precios ofertados por la competencia.
2. Determinar para cada artículo la ficha de fabricación en la cual se calcula el precio de coste. Cargos directos = mercancías utilizadas.
3. Los datos de la contabilidad acerca de los gastos indirectos, salarios, otros gastos etc., se calcula en aumento en % (tasa de recargo)
4. Todos los precios de coste de los artículos de un programa variables serán aumentados conforme al aumento general, o contrariamente se deberá atender al coste de las mercancías que no se deberá sobrepasar.

1.3.1. LOS ELEMENTOS CONSTITUTIVOS DEL PRECIO DE VENTA:

¹⁹³⁶ Ibid. , pág. 114.

1.3.1.1. + CARGOS DIRECTOS: El precio de las mercaderías descontadas las rebajas, gastos de transporte, embalajes, perdidos, etc., excluyendo los embalajes facturados y devueltos, las bonificaciones a fin de año por cantidad consumida y los descuentos (beneficio financiero). El precio unitario calculado así sirve de base al precio de venta.¹⁹³⁷

1.3.1.2. +CARGOS INDIRECTOS: salarios y seguridad social, energía, gastos almacenamiento gastos administración mantenimiento y limpieza amortización y gastos financieros, etc.

+Beneficio estimado

= Precio de venta

¹⁹³⁸

1.3.2. VENTAS Y COSTES DE LOS ALIMENTOS: La fijación del coste es un proceso dinámico proyectado sobre las diferentes unidades negociables de la empresa, consiste en al determinación de los gastos correspondientes a una determinada unidad de producción o venta. Se entiende por el coste delos alimentos el valor e los artículos consumidos para la preparación de un determinado plato.¹⁹³⁹

1.3.6. COSTES Y RENDIMIENTO DE LAS VENTAS

¹⁹³⁷ Mestres Soler Op. cit., pág. 174.

¹⁹³⁸ Ibid. , pág. 175.

¹⁹³⁹ Ibid. , pág. 222.

1.3.6.1. COSTES VARIABLES: Están en función de la frecuencia de la clientela y las ventas de los platos ofertados, por lo que la materia prima utilizada la denominaremos consumo.

1.3.6.2. COSTES DIRECTOS: Se refieren siempre a los consumos de materia prima y por lo tanto son costos variables.

1.3.6.3. COSTOS FIJOS: No dependen de la actividad o frecuentación de la clientela.

1.3.6.4. MARGEN DE CONTRIBUCIÓN: Es el resultante de la sustracción ingresos-coste variable.

1.3.6.5. RENDIMIENTO DE LAS VENTAS: Una vez conocido el coste del plato, lo que se pretende saber es a cuanto hay que venderlo para obtener la rentabilidad deseada.

1.3.6.6. EL RENDIMIENTO EN LA COCINA: Viene dada por el cálculo de porcentaje de coste de mercancía previsto para un plato cuando el precio de venta ya está fijado en la carta y el Coste materias primas de la cocina dividido por la Venta correspondiente al porcentaje que representa el coste.

$$\text{PVP} = \text{Coste de comida} * 100 \text{ dividido por el porcentaje del PVP}$$

Representa el coste

Precio a pagar por el cliente – Precio coste alimentos = Beneficio bruto marginal

Cuando solamente se conoce el coste de la mercancía y se fija como objetivo un porcentaje del coste se aplica la fórmula:

Precio de coste unitario / Por el porcentaje del coste

Precio de la venta al público

¹⁹⁴⁰

1.4. HIGIENE ALIMENTARÍA: Destrucción de todas y cada una de las bacterias perjudiciales del alimento por medio del cocinado u otras prácticas de procesado., la protección del alimento frente a la contaminación; incluyendo a bacterias perjudiciales, cuerpos extraños y tóxicos, la prevención de la multiplicación de las bacterias perjudiciales por debajo del umbral en el que producen enfermedad en el consumidor y el control de la alteración prematura del alimento.

1.4.1. ÁREAS DE HIGIENE PERSONAL

1.4.1.1. MANOS Y PIEL: Lavarse la manos cada vez que cambie de actividad, durante el trabajo, especialmente cuando va de manipular o preparar carnes u otros alimentos crudos, al manipular carnes o alimentos ya cocinados. ¹⁹⁴¹

¹⁹⁴⁰ Ibid. , pág. 239.

1.4.1.2. HERIDAS, GRANOS, ABSCESOS ETC.: Cualquier ruptura de la piel es un lugar ideal para que las bacterias se multipliquen todas ellas han de ser cubiertas con un vendaje impermeable coloreado para distinguirlo en caso de que se desprenda en los alimentos y poder retirar el alimento contaminado.

1.4.1.3. PELO: Es un aspecto peligroso de la higiene personal. Un manipulador de alimentos ha de lavarse la cabeza de manera regular , ya que el cuero cabelludo contiene bacterias perjudiciales y llevar gorros adecuados de modo que su pelo éste completamente cubierto.¹⁹⁴²

1.4.1.4. OJOS NARIZ Y BOCA: Los *staphylococcus* producen en muchos casos intoxicaciones alimentarias, y se diseminan fácilmente cuando se suena, tose o silva en un área alimentaria. Toda persona que sufra de resfriados no debe trabajar cerca de los alimentos.

1.4.1.5. TABACO: Fumar cigarrillos puros o en pipa en áreas alimentarias o mientras que se esta manipulando alimentos es ilegal.¹⁹⁴³

1.4.1.6. JOYAS, PERFUMES, LOCIÓN DE AFEITAR: Los anillos, pendientes, relojes, broches etc., son excelentes trampas para la suciedad, donde las partículas de alimento y la suciedad pueden albergar bacterias perjudiciales y causar enfermedades de la piel.¹⁹⁴⁴

¹⁹⁴¹ Hazelwool D. y Mc Lean A. D Curso de higiene para manipuladores de alimentos. pág. 10.

¹⁹⁴² Ibid. , pág. 11.

¹⁹⁴³ Ibid. , pág. 12.

¹⁹⁴⁴ Ibid. , pág. 13.

1.4.2. BACTERIAS: Son organismos vivos tan pequeños que son invisibles al ojo, algunas clases pueden causar intoxicaciones alimentarias si se permite que se multipliquen y crezcan sin control. ¹⁹⁴⁵

1.4.2.1. CONDICIONES PARA EL CRECIMIENTO DE LAS BACTERIAS

1.4.2.1.1. CALOR: Las bacterias responsables de intoxicaciones alimentarias tienen una temperatura óptima de crecimiento de unos 37 °C que es la temperatura normal del cuerpo humano, pueden crecer entre 5 y 65 °C con una velocidad considerable. ¹⁹⁴⁶

1.4.2.1.2. HUMEDAD: Las bacterias prefieren a los alimentos con alto contenido en proteínas, la carne cocinada, el pollo y los productos lácteos (se les llama productos de alto riesgo).

1.4.2.1.3. TIEMPO: Si se le proporciona a las bacterias las condiciones óptimas en cuanto a nutrientes humedad y calor algunas son capaces de multiplicar su número por 2 en solo 10 a 20 minutos. Si se les da el tiempo suficiente un número de bacterias pequeño puede multiplicarse hasta el punto de causar intoxicación alimentaria . ¹⁹⁴⁷

¹⁹⁴⁵ Ibid. , pág. 1.

¹⁹⁴⁶ Ibid. , pág. 20.

¹⁹⁴⁷ Ibid. , pág. 22.

1.4.3. CONTAMINACIÓN: Es la presencia de cualquier tipo de material extraño en un alimento, ya sean bacterias, metales, tóxicos, o cualquier otra cosa que haga al alimento inadecuado para ser consumido por las personas.¹⁹⁴⁸

1.4.3.1. FUENTES DE CONTAMINACIÓN

1.4.3.1.1. CONTAMINACIÓN BACTERIANA: La contaminación bacteriana es la causa más común de intoxicación alimentaria. Se debe a la ignorancia y a la negligencia del manipulador de alimentos.

1.4.3.1.1.1. FUENTES DE CONTAMINACIÓN BACTERIANA

1.4.3.1.1.1.1. HOMBRE: La gente porta bacterias alterantes y patógenas en la boca, nariz, el intestino y la piel.

1.4.3.1.2. CONTAMINACIÓN DIRECTA: Cuando estas personas los tocan, tosen, estornudan sobre ellos o simplemente silban en las áreas de manipulación.

1.4.3.1.3. CONTAMINACIÓN INDIRECTA: Cuando las bacterias se presentan en las aguas residuales alcanzan los alimentos.

1.4.3.1.3.1. ALIMENTOS CRUDOS: Todos los alimentos crudos son vehículo de contaminación, especialmente las carnes rojas, las carnes de ave, los mariscos y la leche fresca.¹⁹⁴⁹

¹⁹⁴⁸ Ibid. , pág. 2.

1.4.3.1.3.2. INSECTOS Y ROEDORES: Deben tomarse las medidas necesarias para mantener a los insectos y roedores fuera de las instalaciones de manipulación de alimentos.

1.4.3.1.3.3. ANIMALES Y PÁJAROS: El pelo y las plumas de los pájaros y animales domésticos y salvajes contienen un gran número de bacterias perjudiciales.

1.4.3.1.3.4. POLVO: Siempre hay partículas de polvo en la atmósfera que transportan grandes cantidades de microorganismos perjudiciales. Todos los alimentos deben cubrirse bien para evitar que el polvo se asiente sobre ellos y los contamine.¹⁹⁵⁰

1.4.3.1.3.5. DESPERDICIOS Y BASURAS: En relación con la contaminación, éste es un aspecto de particular interés. Los recipientes empleados para contener la basura deberán sacarse del área de manipulación de alimentos antes de que éste completamente llenos. Deben estar hechos de materiales fácilmente desinfectables y esta operación debería realizarse diariamente.¹⁹⁵¹

¹⁹⁴⁹ Ibid. , pág. 52.

¹⁹⁵⁰ Ibid. , pág. 54.

¹⁹⁵¹ Ibid. , pág. 55.

1.4.3.1.4. CONTAMINACIÓN QUÍMICA: La contaminación química ocurre cuando el alimento es contaminado con sustancias químicas durante los procesos de almacenamiento, elaboración, cocinado o envasado.¹⁹⁵²

1.4.3.1.5. CONTAMINACIÓN NATURAL O VEGETAL: La contaminación natural o vegetal sucede cuando una planta tóxica es confundida o mezclada con otras inocuas.

1.4.3.1.6. CONTAMINACIÓN FÍSICA: La contaminación física consiste en la incorporación de cuerpos extraños al alimento, que son mezclados accidentalmente con éste durante el almacenamiento, elaboración o el cocinado.¹⁹⁵³

1.4.3.1.7. INTOXICACIÓN ALIMENTARÍA: Es una enfermedad muy desagradable y a veces muy peligrosa causada por la ingestión de alimentos contaminados.¹⁹⁵⁴

1.4.4. MÉTODOS DE CONSERVACIÓN

¹⁹⁵² Ibid. , pág. 52.

¹⁹⁵³ Ibid. , pág. 53.

¹⁹⁵⁴ Ibid. , pág. 2 .

1.4.4.1 CONGELACIÓN: Se lleva la temperatura del alimentos a -18°C , suficiente para paralizar el crecimiento bacteriano.

1.4.4.2. DESHIDRATACIÓN: Se elimina el contenido de agua del alimento, lo que también retarda la multiplicación microbiana (el agua es uno de los factores necesarios para el crecimiento de las bacterias).

1.4.4.3. ENLATADO: El alimento se introduce en latas o tarros que son esterilizados, destruyendo todas las bacterias presentes.

1.4.4.4. CONSERVACIÓN CON JARABE, AZÚCAR, SAL O VINAGRE: Todo alimento que contiene un alto contenido en azúcar, sal o ácido (como el vinagre) impide o al menos retarda el crecimiento de los microorganismos.

1.4.4.5. PASTEURIZACIÓN Y ESTERILIZACIÓN: Son tratamientos térmicos más o menos severos que destruyen todas las bacterias patógenas.

1.4.4.6. ENVASADO A VACÍO: Consiste en eliminar el aire que rodea al alimento. La mayoría de las bacterias necesitan oxígeno para multiplicarse por lo que mientras no se abra el envase, en estos productos se frena su velocidad de crecimientos.

1955

¹⁹⁵⁵ Ibid. , pág. 47.

1.4.5. LIMPIEZA: Es la eliminación de restos de alimentos, grasa o suciedad; pero de manera general, se aplica a todo el proceso de higienización (limpieza + desinfección).

1.4.5.1. EL PROCESO DE HIGIENIZACIÓN: Hay 6 fases en toda operación de higienización

1.4.5.1.1. PRE- LIMPIEZA: Es una primera fase de eliminación grosera de la suciedad, la grasa, etc., realizada barriendo, raspando, frotando o pre-enjuagando.

1.4.5.1.2. LIMPIEZA PRINCIPAL: Consiste en la desunión de la grasa, la suciedad, etc., de las superficies por medio de un detergente.¹⁹⁵⁶

1.4.5.1.3. ENJUAGADO: Es la destrucción de toda la suciedad disuelta y la eliminación del detergente empleado en a fase anterior.

1.4.5.1.4. DESINFECCIÓN: Es la destrucción de las bacterias mediante el empleo de un desinfectante (no perfumado) asociado a una corriente de agua caliente (al menos a 82 ° C).

1.4.5.1.5. ENJUAGADO FINAL: Para eliminar los restos de desinfectante.

¹⁹⁵⁶ Ibid. , pág. 95.

1.4.5.1.6. SECADO: para ello es mejor emplear aire seco que paños. Si se emplea un agente higienizante, las fases 2-4 son simultaneas.¹⁹⁵⁷

¹⁹⁵⁷ Ibid. , pág. 96.

INSTITUCIONES DE SERVICIO DE SALUD

1. CONCEPTO

Son las entidades encargadas de la protección y mejora de la salud de los ciudadanos a través de la acción comunitaria, ya sea por entidades de carácter privado o por parte de los organismos gubernamentales. Comprende las cuatro áreas fundamentales: 1) fomento de la vitalidad y salud integral; 2) prevención de lesiones y enfermedades infecciosas y no infecciosas; 3) organización y provisión de servicios para el diagnóstico y tratamiento de enfermedades, y 4) rehabilitación de personas enfermas o incapacitadas para que alcancen el grado más alto posible de actividad por sí mismas.¹⁹⁵⁸

2. AMBIENTES

2.1. AMBIENTE EXTERNO

Es el medio que rodea el sitio de trabajo del Hospital. Corresponde al aire que se respira, a la topografía que aprecia la vista, al ruido que se percibe, a las

¹⁹⁵⁸ Malagón Londoño. Auditoria en salud. pág. 10.

condiciones de salubridad en las cuales están incluidos el agua, los alimentos, los desechos orgánicos o inorgánicos.

2.2. AMBIENTE INTERNO: Es el medio que se percibe dentro de la institución de salud, el cual depende en gran parte de las condiciones del ambiente externo.¹⁹⁵⁹

2.2.1. AIRE: En el ambiente externo como en el interno, deben ser previstas y estudiadas permanentemente las condiciones del aire, no solamente desde el punto de vista de sus características físicas y químicas, sino desde el aspecto fundamental de la contaminación por elementos biológicos.

2.2.2. AGUA: Este elemento es fundamental para la vida de los seres y el funcionamiento de la institución, debe garantizarse no solamente en calidad sino en cantidad.

2.2.3. MANEJO DE RESIDUOS Y DESECHOS: Desde la planeación, debe preverse el servicio conveniente de alcantarillado para la institución; así mismo debe conformarse la organización para manejo de los residuos y desechos, dentro de las precauciones universales establecidas.

2.2.4. RADIACIONES: Las precauciones sobre este tema deben iniciarse en el momento de planear la construcción de la sede de la institución, dando a los

¹⁹⁵⁹ Ibid., pág.15.

muros y puertas de recintos donde vallan instalados aparatos que generen radiación, la protección adecuada.¹⁹⁶⁰

2.2.5. ALIMENTOS: La selección, adquisición, almacenamiento, conservación y preservamiento de los alimentos es fundamental dentro del manejo del medio ambiente, la responsabilidad es de la gerencia y juega un papel importante la educación continua del personal.

2.2.6. INSECTOS Y ROEDORES: En la institución de salud, se impone la vigilancia permanente de insectos y roedores y un plan para eliminación de los mismos frente al grave riesgo de contaminación que presentan.

2.2.7. RUIDO: Es fundamental aislar a la institución de ruidos inconvenientes para la marcha de las actividades, pero sobre todo para el bienestar del personal de usuarios. Desde la planeación debe preverse la ubicación aislada de riesgo de ruidos inconvenientes, peligros muchas veces para la salud de los enfermos.¹⁹⁶¹

2.2.8. CONTROL PARA PRESERVAR EL MEDIO AMBIENTE: Son las acciones y programas que implantan las instituciones de salud, con el fin de beneficiar al medio ambiente en el que se vive, o por lo menos intervenir con acciones prácticas para disminuir el riesgo ecológico que permanentemente se causa a la naturaleza.

¹⁹⁶⁰Ibid., pág. 20.

¹⁹⁶¹Ibid., pág. 21.

2.2.9. CONTROL ENERGIA ELECTRICA: Los hospitales consumen gran cantidad de energía eléctrica para iluminación, aire acondicionado y ventilación, calefacción, cocinar, lavandería, entre otras actividades. Por esto se deben hacer estudios y controles que permitan el ahorro de energía.¹⁹⁶²

2.2.10. CONTROL A COMBUSTIBLES: Son las acciones que ejerce el hospital para disminuir el consumo de ACPM, fuel oil, gasolina, gas propano y semejantes.¹⁹⁶³

2.2.11. CONTROL A RESIDUOS SÓLIDOS: Se entiende como residuos sólidos, elementos como: vidrio, metal, telas, papel, plásticos, químicos, material de construcción, alimentos y madera. Es importante el control de estos elementos porque su utilización significa polución y el reciclaje o reutilización ayuda de manera específica a conservar la ecología.¹⁹⁶⁴

2.2.12. CONTROL A RESIDUOS LÍQUIDOS Y EMANACIONES: En esta parte se hace referencia a las descargas de sustancias líquidas o gaseosas bien sea al aire y en ocasiones a la tierra, que afectan la ecología o que son peligrosas para la salud.¹⁹⁶⁵

2.2.13. POLÍTICAS DE ADQUISICIÓN Y SUMINISTRO PARA EL CONTROL DEL MEDIO AMBIENTE: Los productos que la institución de salud adquiere, tienen impacto en el medio ambiente asociado con las materias primas, elaboración, uso o

¹⁹⁶² Ibid., pág. 24.

¹⁹⁶³ Ibid., pág. 25.

¹⁹⁶⁴ Ibid., pág. 27.

¹⁹⁶⁵ Ibid., pág. 28.

desecho. Si se mejoran los productos y su manejo se pueden obtener beneficios tanto para la institución como para el medio ambiente de la comunidad.¹⁹⁶⁶

3. ORGANIZACION

3.1. GRADOS DE COMPLEJIDAD

3.1.1. NIVEL I

3.1.1.1. PUESTO DE SALUD: Es el recurso de salud que ofrece los servicios de atención por enfermería, de manera permanente y consulta médica y odontológica programadas por horas, según demanda a tender. Se ubica en áreas rurales con poblaciones de más o menos 5.000 habitantes.

3.1.1.2. CENTRO DE SALUD

3.1.1.2.1. CENTRO DE SALUD "A": Corresponde a instituciones de segundo escalafón en la complejidad creciente de las patologías. Ofrece servicios de enfermería permanente, consulta médica y odontológica de ocho horas por días y ejecuta actividades básicas para control de factores de riesgo en el medio ambiente. Cuenta con camas de observación. Se encuentra en municipios entre 5.000 a 20.000 habitantes.

¹⁹⁶⁶ Ibid., pág.29.

3.1.1.2.2. CENTRO DE SALUD "B": Ocupa el tercer peldaño en la escala del primer nivel de atención, pero su característica diferencial de los centros "A", es la de estar ubicados en grandes ciudades, que exigen la prestación de servicios de atención en salud en el ámbito ambulatorio con intensidad mínima de 8 horas al día en medicina general y odontología, consulta en las especialidades de consulta interna, gineco – obstetricia y pediatría.

3.1.1.3. HOSPITAL LOCAL: Institución que ocupa la cuarta grada de ascenso en la atención creciente de complejidad, tiene patrimonio propio, autonomía administrativa y financiera para disponer recursos humanos, físicos y financieros, para realizar servicios ambulatorios y de hospitalización. Se establecen en áreas urbanas de municipios con poblaciones superiores a 20.000 habitantes.¹⁹⁶⁷

3.1.2. NIVEL II

3.1.2.1. UNIDAD INTERMEDIA: Institución que presta sus servicios en el quinto servicio de la complejidad creciente y se clasifica en el segundo nivel de atención. Ofrece atención permanente de consulta externa y de hospitalización en las áreas de gineco – obstetricia, pediatría, medicina interna y ejecuta programas de cirugía ambulatoria.

3.1.2.2. HOSPITAL REGIONAL "A": Se clasifica como un hospital de nivel 2 y en el sexto lugar de la complejidad creciente. Ofrece servicios de atención

¹⁹⁶⁷ Galán Morera, Ricardo y Pontón Laverde, Gabriel. Administración Hospitalaria. pág. 125.

ambulatoria y hospitalización en las áreas de medicina interna, gineco-obstetricia y pueden agregar otras especialidades. Se les da autonomía administrativa y financiera y cuentan con patrimonio propio. Se ubica a estos centros hospitalarios en pequeñas y medianas ciudades con poblaciones de cerca a 50.000 habitantes.

3.1.3. NIVEL III

3.1.3.1. HOSPITAL REGIONAL "B": Se haya en la séptima grada en la escala de complejidad creciente y en el tercer nivel de atención; se destina a prestar atención ambulatoria y hospitalización médica general, medicina interna, gineco – obstetricia, pediatría, psiquiatría, cirugía general, cardiología, ortopedia, cirugía plástica, etc. Se ubica en ciudades que cubran a poblaciones de más de 500.000 habitantes y deben servir como sedes para la docencia universitaria.

3.1.4. NIVEL IV

3.1.4.1. HOSPITAL ESPECIALIZADOS Y DE REFERENCIA INTERNACIONAL: Dirigido a ofrecer la más alta tecnología de servicios para satisfacer las necesidades de un sistema orgánico y / o de patologías específicas como cancerología y trauma. Se ubica en ciudades que permitan prestar sus servicios a poblaciones superiores a 1'000.000 de habitantes.¹⁹⁶⁸

¹⁹⁶⁸ Ibid., pág. 126.

4. DEPARTAMENTOS

4.1. BIOSEGURIDAD: Es el termino utilizado para reunir y definir las normas relacionadas con el comportamiento preventivo del personal del hospital, frente a riesgos propios de su actividad diaria.¹⁹⁶⁹

4.1.1. PREVENCIÓN: Es una estrategia utilizado contra la infección, debido a que está, ya constituida, aumenta los riesgos de morbilidad y mortalidad, aumenta notablemente los costos directos de atención en la salud, puede comprometer la salud de la comunidad hospitalaria, de la familia y muchas veces de la comunidad en general.

4.1.1.1. AREAS ESTRICTAS DE LIMPIEZA

4.1.1.1.1. LIMPIEZA: Constituye el pilar básico y el imperativo en cualquier lugar donde deba estar el hombre, sujeto al peligro de contaminación por microorganismos que abundan en el polvo, en los depósitos de basura, en los residuos alimenticios abandonados y en los desechos de todo orden.¹⁹⁷⁰

4.1.1.1.2. DESINFECCIÓN: Es el paso más avanzado dentro de la prevención, es el proceso que prácticamente elimina todos los microorganismos de los objetos inanimados.¹⁹⁷¹

4.1.1.1.3. DE MANTENIMIENTO: Es el encargado de prolongar la vida útil en condiciones económicas más favorables, de todos los recursos que empleamos, incluyendo el medio ambiente, en el cual se desarrolla el hospital.

¹⁹⁶⁹ Ibid., pág. 189.

¹⁹⁷⁰ Ibid., pág. 191.

¹⁹⁷¹ Ibid., pág. 192.

4.2. MANTENIMIENTO

4.2.1. CLASES

4.2.1.1. CORRECTIVO: Comprende los aspectos de reparación, en el sitio de trabajo, reconstrucción, recuperación y modificación.

4.2.1.2. PREVENTIVO: Es el que se refiere a los trabajos que se desarrollan para la correcta operación y servicios de un bien. Incluye el aseo, manejo de los equipos, inspecciones sistemáticas, control de los indicadores, detección y corrección de las fallas iniciales, antes de que ocurran daños en la operación.¹⁹⁷²

4.2.1.3. INSTITUCIONAL: Este mantenimiento es responsabilidad de la organización que usa el equipo, tiene límites precisos de autorización que no se deben sobrepasar. Consta de la operación correcta, inspecciones de funcionamiento y de mantenimiento preventivo.¹⁹⁷³

4.2.2. PROGRAMA DE MANTENIMIENTO INSTITUCIONAL

4.2.2.1. IMPORTANCIA: Es básica para el buen funcionamiento de los equipos o dependencias. a la vez que sirve para constatar que las inspecciones periódicas y

¹⁹⁷² Ibid., pág. 205.

¹⁹⁷³ Ibid., pág. 193.

el mantenimiento son ejecutados efectivamente, mediante la revisión exacta de cada equipo, cuya tarjeta de servicio debe mantenerse al día.

4.2.2.2. TIPOS DE MANTENIMIENTO

4.2.2.2.1. DIARIO: Es el efectuado por el usuario y operario del equipo o máquina. Se efectúa de acuerdo al manual técnico elaborado por el fabricante.

4.2.2.2.2. SEMENAL, MENSUAL Y TRIMESTRAL: Son los servicios de mantenimiento programados y ejecutados periódicamente.

4.2.2.3. REPARACIÓN

4.2.2.3.1. REPARACIONES MENORES: Se realiza cuando se observa que un equipo puede estar funcionando inadecuadamente.

4.2.2.3.2. REPARACIONES MAYORES: No necesariamente los equipos deben haber quedado fuera de servicio para que sean sometidos a reparaciones mayores, también pueden ser programadas según el número de horas trabajadas o según el desajuste de las diferentes partes o piezas.¹⁹⁷⁴

4.2.2.4. MANTENIMIENTO PREVENTIVO

¹⁹⁷⁴ Ibid., pág. 211.

4.2.2.4.1. INVENTARIOS: Es el programa de mantenimiento del hospital y consta de cuatro partes importantes.

4.2.2.5. ESTADÍSTICAS DE MANETENIMIENTO: Se trata del historial de cada equipo donde aparecen los costos de la reparación y del mantenimiento de los mismos. Es una forma sencilla para saber cuando un equipo deja de ser económico y si se justifica su cambio.¹⁹⁷⁵

4.3. GESTION ADMINISTRATIVA ECONOMICA Y FINANCIERA

4.3.1. PRESUPUESTO: Es un plan financiero. El presupuesto hospitalario presenta en detalle la forma como los fondos a obtener se gastarán en la nómina del personal, compra de elementos de consumo, bienes de capital, etc., así como también la forma y el origen de donde provendrán los diferentes dineros para efectuar los gastos.¹⁹⁷⁶

4.3.2. NATURALEZA DE PROCESO PRESUPUESTAL: Es un método para mejorar el funcionamiento de la institución; es un esfuerzo continuo para establecer qué se debe hacer, con qué intensidad para así desarrollar luego esos trabajos en la mejor forma posible.

4.3.3. EL SISTEMA PRESUPUESTAL: Es una parte de las actividades de planeación de una entidad. El presupuesto se formula dentro del marco del plan a mediano o

¹⁹⁷⁵ Ibid., pág. 212.

¹⁹⁷⁶ Ibid., pág. 397.

largo plazo, que conlleva políticas y metas a alcanzar en un periodo determinado generalmente de un año.¹⁹⁷⁷

4.3.4. POLÍTICA DE CONTROL FINANCIERO: Son directrices que incluyen la organización y la satisfacción de varias clases de controles a los presupuestos financieros para cada programa, servicio y dependencia del hospital.

4.3.5. CONTABILIDAD: Es un proceso continuo de registro diario o periódico de las actividades del hospital que tienen un componente monetario, para así poder verificarlas permanentemente y que consolidadas dan como resultado un informe de las cuentas que se resumen en el balance general y en el estado de perdidas y ganancias.¹⁹⁷⁸

4.3.6. FRAUDES: Es un engaño, es el delito de abuso de confianza que cometen algunos funcionarios que tienen poder o han encargado la custodia de dineros o bienes del hospital o terceros, mediante la apropiación de los fondos de otros activos o la falsedad de los balances y otros documentos financieros.¹⁹⁷⁹

4.4. ABASTECIMIENTOS Y SUMINISTROS

4.4.1. DEFINICIÓN: Es la parte logística que trata sobre las actividades que se desarrollan para la adquisición, el almacenamiento y el suministro a los pacientes

¹⁹⁷⁷ Ibid., pág. 398.

¹⁹⁷⁸ Ibid., pág. 401.

¹⁹⁷⁹ Ibid., pág. 416.

de un hospital y a todos sus trabajadores, tanto de los medicamentos, los alimentos, como de los demás elementos de uso sanitario y administrativo, de manera oportuna, en las cantidades exactas, con la calidad óptima y en el lugar apropiado, de tal forma que el hospital cumpla plenamente con sus objetivos y metas en cuanto a prevención, diagnóstico, tratamiento y recuperación de la salud.¹⁹⁸⁰

4.4.2. PLANEACION: Se hace necesaria, debido a la gran variedad de elementos hospitalarios para adquirir, sus cantidades, calidades y el valor frente a los recursos económicos, siempre limitados.¹⁹⁸¹

4.4.3. PROCEDIMIENTOS PARA LAS ADQUISICIONES: Las adquisiciones requieren de una adecuada organización, personal idóneo, procedimientos conocidos, un buen sistema de información, un presupuesto adecuado y unos objetivos, metas y prioridades dadas para un periodo anual de trabajo.¹⁹⁸²

4.4.3.1. CRITERIOS DE COMPARACION: Son los elementos de una comparación objetiva entre los diferentes oferentes de un mismo producto.

¹⁹⁸⁰ Ibid., pág. 421.

¹⁹⁸¹ Ibid., pág. 424.

¹⁹⁸² Ibid., pág. 431.

4.4.3.2. ADJUDICACIÓN: Es la elección que se hace de un producto, con base en la calidad, precio, tiempo, cumplimiento y servicio, en concordancia total con la normatividad legal existente y con las políticas y disposiciones del hospital.¹⁹⁸³

4.4.3.3. CONTRATACIÓN DE SERVICIOS: Son servicios que se contratan por conveniencia y que no forman parte del servicio fundamental del hospital. Actividades como la alimentación, seguros, aseo, seguridad, contabilidad, etc.¹⁹⁸⁴

4.4.3.4. CONTROL DE ALMACENES: Es el control que se basa en buscar el suministro oportuno de los elementos necesarios, así como la solicitud de los productos que llegan al nivel de seguridad para que su compra concuerde con las necesidades.

4.4.3.4.1. INSPECCION Y RECREACIÓN: Es el paso en el que se busca recibir la cantidad correcta, con la adecuada calidad y en el tiempo exacto con un tiempo total preciso.¹⁹⁸⁵

4.4.3.5. ALMACENAMIENTO: Es una actividad típica que se ejecuta en conjunto con recepción. Busca disminuir costos, prevenir pérdidas y desperdicios debido a robo, obsolescencia, ruptura, daño del producto o del empaque etc.¹⁹⁸⁶

4.5. ALIMENTOS Y BEBIDAS

¹⁹⁸³ Ibid., pág. 435.

¹⁹⁸⁴ Ibid., pág. 436.

¹⁹⁸⁵ Ibid., pág. 437.

¹⁹⁸⁶ Ibid., pág. 438.

4.5.1. CONCEPTO: Es el departamento encargado de planificar, organizar y dirigir todas las fases de la operación de alimentos y bebidas dentro de la institución de salud.¹⁹⁸⁷

4.5.2. PROGRAMACIÓN DE MINUTAS

4.5.2.1. MENÚ CICLICO: Menús cuidadosamente planificados que se rotan de acuerdo a una pauta concreta .¹⁹⁸⁸

4.5.2.2. MENÚ SELECTIVO Y NO SELECTIVO: Una consideración sobre el menú que sale a la superficie periódicamente, consiste en suministrar o no a los pacientes una elección de los alimentos.¹⁹⁸⁹

5. PARTICIPACION COMUNITARIA

5.1. PARTICIPACIÓN EN PLANEACIÓN: Es importante la acción de la comunidad en esta etapa, para tomar sus conceptos sobre necesidades locales, problemas prevalentes, conveniencias locativas, disponibilidad de los servicios básicos, facilidad de las comunicaciones, problemas ambientales y característicos de la población.

¹⁹⁸⁷ Rowland, Howard S. y Rowland, Beatrice L. Gerencia de Hospitales. pág. 303.

¹⁹⁸⁸ Ibid., pág. 306.

¹⁹⁸⁹ Ibid pág. 307.

5.2. PARTICIPACIÓN EN EL PROGRAMA: Es importante la presencia de la comunidad en el programa de participación de servicios, para que así ésta tome parte en las reuniones de juntas en las cuales se ventilen necesidades, problemas, logros, fortalezas y debilidades. Además se pueden desarrollar labores de asesoría temporal o permanente.

5.3. REGLAMENTO PARA LA PARTICIPACIÓN DE LA COMUNIDAD: Tanto para la elección de representantes, como para la forma que estos deben actuar dentro de la institución, debe establecerse un reglamento que ofrezca claridad sobre los mecanismos que influyen en la elección de los derechos, obligaciones y actividades específicas.

5.4. PARTICIPACIÓN EN PROGRAMACIÓN DE EDUCACIÓN CONTINUA PARA LA COMUNIDAD: Son programas dirigidos a los aspectos relacionados con normas generales de promoción y prevención de la salud a la vez que la racional utilización de los servicios; así mismo sobre la conformación capacidad y organización de la institución de salud.

5.5. PARTICIPACIÓN EN ESTUDIO DE INVESTIGACIÓN SOBRE LA SITUACIÓN DE LA COMUNIDAD: Se utiliza para actualizar el estudio sobre la situación de la comunidad y para conocer sus expectativas respecto a la institución de salud.¹⁹⁹⁰

¹⁹⁹⁰ Malagón Londoño. Auditoria en salud. pág. 33.

6. ETICA EN LA INSTITUCIÓN DE SALUD

6.1. DEFINICIÓN: Es una condición fundamental y una característica permanente en el desarrollo de todas las actividades y acciones por parte de todas las personas que laboran en la institución de salud. El comportamiento ético de un individuo, es su permanente forma de actuar y de decidir las cosas dentro de un hondo sentido de responsabilidad y absoluta sujeción a la moral y a las leyes.¹⁹⁹¹

7. EVALUACIÓN DE LA ATENCIÓN EN LOS SERVICIOS DE SALUD

7.1. ALCANCES Y DEFINICIÓN: La atención de salud es una propiedad compleja que puede ser sometida a un análisis sistemático y a una evaluación aceptable, que genere información que permita la toma de decisiones, dirigida a proporcionar una atención de buena calidad para los usuarios de la salud.¹⁹⁹²

7.2. ATRIBUTOS DE LA CALIDAD DE LA ATENCIÓN EN SALUD

¹⁹⁹¹ Ibid., pág. 39.

¹⁹⁹² Ibid., pág. 77.

7.2.1. OPORTUNIDAD: Corresponde a la satisfacción de las necesidades de salud en el momento requerido, utilizando los recursos apropiados de acuerdo con las características de un equipo de salud.

7.2.2. CONTINUIDAD: Se refiere a la aplicación, en secuencia lógica, de las acciones que corresponden a cada una de las etapas del proceso de la atención bajo la responsabilidad de un equipo de salud.

7.2.3. SUFICIENCIA E INTEGRIDAD: Provisión suficiente y oportuna de los recursos requeridos para atender las necesidades de salud en forma integral, en sus aspectos de promoción, prevención, curación, asistencia y rehabilitación.

7.2.4. RACIONALIDAD LÓGICO-CIENTÍFICA: Utilización del saber médico y la tecnología disponible para atender los problemas de salud, aplicando los criterios de los enfoques lógico y óptimo, mencionados anteriormente.

7.2.5. SATISFACCIÓN USUARIO Y PROVEEDOR: Complacencia del usuario con la atención recibida, con los prestadores de servicio y con los resultados de la atención. Así mismo, la satisfacción de los proveedores con las condiciones laborales y el medio ambiente en el cual se desempeña.

7.2.6. EFECTIVIDAD: Es el grado máximo de mejoramiento de la salud, que es posible alcanzar con la mejor atención disponible.

7.2.7. EFICIENCIA: Es la capacidad de reducir al máximo, los costos de la atención, sin reducir significativamente el grado de mejoramiento de la salud.

7.2.8. OPTIMIZACIÓN: Es el balance entre los costos y los beneficios de la atención en salud.

7.2.9. ACEPTABILIDAD: Es la conformidad de atención global con los deseos y expectativas de las pacientes y sus familiares.¹⁹⁹³

7.2.10. LEGITIMIDAD: Es la conformidad con los principios éticos, valores, normas, regulaciones y leyes que rigen la comunidad.

7.2.11. EQUIDAD: Es la conformidad con los principios que rigen la justa distribución del cuidado de la salud y sus beneficios entre todos los miembros de la población.

7.3. PLANTILLAS PARA LA EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DE LA ATENCIÓN

7.3.1. DEFINICIÓN: Instrumentos operativos que facilitan la recolección de información para las distintas áreas del modelo DOPRI, que constituyen la base de dicha evaluación.¹⁹⁹⁴

¹⁹⁹³ Ibid., pág. 78.

¹⁹⁹⁴ Ibid., pág. 79.

7.3.2. PLANTILLAS DE LA DEMANDA: Estudia las características sociodemográficas de los demandantes, la morbilidad institucional, la severidad de los procesos patológicos y la demanda efectiva atendida.¹⁹⁹⁵

7.3.3. PLANTILLAS DE LA EVALUACIÓN DE LA ESTRUCTURA ORGANICA: Corresponde a la organización de la institución esquematizada en su organigrama.¹⁹⁹⁶

7.3.4. PLANTILLAS DE LA OFERTA: Se evalúa la estructura orgánica, la estructura funcional, los recursos humanos y el sistema de información.

7.3.4.1. PLANTILLAS DE LA ESTRUCTURA FUNCIONAL: Evaluación que se lleva a cabo a través del análisis de los manuales de funciones y de procedimientos de la institución.¹⁹⁹⁷.

7.3.4.2. PLANTILLA DE LA EVALUACIÓN DE LOS RECURSOS ECONÓMICOS: Evaluación que se realiza con base en el balance semestral o anual de la institución.¹⁹⁹⁸

7.3.4.3. PLANTILLA PARA INTEGRAR LA COMPETENCIA DE LA OFERTA: Registra las calificaciones de cada uno de los seis componentes de la oferta.¹⁹⁹⁹

¹⁹⁹⁵ Ibid., pág. 81.

¹⁹⁹⁶ Ibid., pág. 82.

¹⁹⁹⁷ Ibid., pág. 83.

¹⁹⁹⁸ Ibid., pág. 89.

¹⁹⁹⁹ Ibid., pág. 93.

7.3.5. PLANTILLA DE LA EVALUACIÓN GLOBAL DE LA CALIDAD DE LA ATENCIÓN EN SALUD: Es la evaluación global de la calidad que se realiza con las seis áreas del DOPRI, es decir, contexto, demanda, oferta, procesos, resultados e impacto.

7.3.6. PLANTILLA DE LA EVALUACIÓN DE LA EXPLICACIÓN DE LA CALIDAD DE LA ATENCIÓN EN SALUD: Es una matriz que tiene en su eje vertical las áreas de la evaluación de la calidad, que son las mismas del modelo DOPRI, con sus correspondientes indicadores y calificaciones; además permite conocer cuales son los atributos más afectados por una deficiente calidad en la atención así como los factores determinantes de dicha situación.²⁰⁰⁰

8. AUDITORÍA CLINICA

8.1. DEFINICIÓN: Es la evaluación sistemática de la calidad y la racionalización del recurso de la atención en salud, enfocada principalmente en su proceso y resultado con el objetivo fundamental de mejorar la calidad de los servicios de salud.²⁰⁰¹

8.2. OBJETIVOS GENERALES DE LA AUDITORIA CLÍNICA: Es evaluar y garantizar la calidad de la atención brindada a los usuarios de la institución, mediante el análisis de los procedimientos que se utilizan en la actualidad, con el propósito de mejorarlos y de conseguir el más alto nivel de eficiencia en la atención prestada.

²⁰⁰⁰ Ibid., pág. 108.

²⁰⁰¹ Ibid., pág. 154.

8.3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA AUDITORIA CLÍNICA

- Evalúa la calidad de la atención médica.
- Actualiza y reedita las normas y protocolos que orienta la realización de la práctica profesional.
- Analiza y evalúa la función y el ejercicio de la medicina en la institución.
- Vela porque se preserve y respete los derechos de los pacientes en la institución.
- Estudia y analiza las quejas y denuncias.
- Ejerce veeduría, sobre cualquier situación anómala.
- Da a conocer las diferentes instancias institucionales y académicas.
- Contribuye a una mayor eficiencia.
- Evalúa el grado de coordinación existente entre los servicios de la institución.²⁰⁰²

8.4. PRINCIPIOS

8.4.1. OBJETIVIDAD: La auditoria de servicios de salud, debe realizarse de manera imparcial sobre los hechos sometidos a su análisis.

²⁰⁰² Ibid., pág. 157.

8.4.2. DIVULGACIÓN: Son los resultados obtenidos en la auditoria, se manejan con la reserva debida.

8.5. ELEMENTOS

8.5.1. PLANEACIÓN: El componente de la auditoria debe responder a los interrogantes para qué, cuándo, cómo y cuánto se va a auditar.

8.5.2. CONTINUIDAD: Debe existir un proceso continuo de auditoria en los planes y programas de las instituciones.

8.5.3. EVALUACIÓN DEL MEDIO: Se tiene que tener en cuenta las condiciones del medio donde se presta el servicio.

8.5.4. ESTRUCTURA: Conjunto de recursos humanos, técnicos, físicos y organizacionales para la prestación del servicio.²⁰⁰³

8.6. INFORME

8.6.1. DESCRIPCIÓN DE LAS PARTES

8.6.1.1. OBJETIVOS DEL COMITÉ: Es el resultado concreto y previsto que se desea obtener a través de la evaluación de la historia clínica.²⁰⁰⁴

²⁰⁰³ Ibid., pág. 158.

8.6.1.2. DEFINICIÓN DE TERMINOS: Es la transcripción del significado que se le atribuye a determinadas acepciones, explicando el marco teórico, que sea parte del uso convencional y que a juicio de los auditores requieran recordar su significado o definición científica.

8.7. DICTAMEN DE LA AUDITORÍA CLINICA: Es un concepto por escrito que emite el auditor o el equipo de auditoria, con base en el estudio realizado sobre el caso puesto a su consideración y fundamentada en la historia clínica y documentos respectivos.²⁰⁰⁵

²⁰⁰⁴ Ibid., pág. 159.

²⁰⁰⁵ Ibid., pág. 160.

ENTIDADES COMERCIALES

1. COMERCIALIZACIÓN: ALCANCE Y SIGNIFICADO

1.1. DEFINICIÓN: La comercialización ha sido definida con “ un puente ente la producción y el consumo” y abarca todas aquellas actividades que se realizan con el propósito de hacer llegar productos y servicios a manos de los consumidores.²⁰⁰⁶

1.2. FUNCIONES UNIVERSALES DE LA COMERCIALIZACIÓN

1.2.1. FUNCIONES QUE COMPRENDEN LA TRANSFERENCIA DE PROPIEDAD: Están incluyen la función de compra y la función de venta: el proceso de intercambio. La función de compra se ocupa de las políticas y procedimientos para determinar necesidades, selección y evaluación de productos y servicios de las gestiones que conducen a la transferencia de propiedad.²⁰⁰⁷

1.2.2. FUNCIONES QUE COMPRENDEN ABASTECIMIENTOS FÍSICO: El transporte y el almacenamiento comprenden el manejo y movimiento de productos y con frecuencia el cambio de propiedad. El costo de transporte está más que

²⁰⁰⁶ Ryan William. Principios de la Comercialización. pág. 1.

²⁰⁰⁷ Ibid., pág. 5.

compensado la creación de una utilidad de distancia y la función de almacenamiento nos da una utilidad de tiempo.²⁰⁰⁸

1.2.3. FUNCIONES AUXILIARES: La estandarización y la clasificación toma de riesgos, la información sobre mercados y la financiación son funciones que auxilian a las compras, a las ventas, al transporte y al almacenamiento. Estos servicios auxiliares constituyen un componente importante y necesario de la labor de comercialización y son parte de la estructura del concepto de la gerencia de comercialización.

2. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

2.1. NATURALEZA DE LA INVESTIGACIÓN: La investigación en la comercialización es la acumulación, el registro y el análisis sistemático, objetivo y exhaustivo de los hechos pertinentes a algunos problemas en ese campo. Se le puede considerar como la aplicación del método científico para la solución de problemas de comercialización, seguida por la formulación de recomendaciones basadas en resultados.²⁰⁰⁹

2.2. TIPOS DE INVESTIGACIÓN

²⁰⁰⁸ Ibid., pág. 5.

²⁰⁰⁹ Ibid., pág. 7.

2.2.1 LA INVESTIGACIÓN DEL PRODUCTO: Que comprende mercados pilotos para los productos nuevos, la búsqueda de nuevos usos para los productos actuales y el estudio de la eficacia del envase, entre otras actividades. ²⁰¹⁰

2.2.2 EL ANÁLISIS DEL MERCADO: Tiene que ver principalmente con el estudio de la magnitud, la ubicación y otras características de los mercados. ²⁰¹¹

2.2.3 LA INVESTIGACIÓN DE VENTAS: Que se ocupa de actividades tales como evaluar las políticas de ventas, hacer estudios de los precios, determinar la eficacia de los agentes de venta y establecer cuotas de ventas. ²⁰¹²

2.2.4 LA INVESTIGACIÓN DEL CONSUMIDOR: De la cual la investigación de la motivación es un ejemplo, se ocupa principalmente del descubrimiento y el análisis de actitudes, reacciones y preferencias del consumidor. ²⁰¹³

3. EL CONSUMIDOR Y EL MERCADO

3.1 GENTE CON NECESIDADES: Pueden incluir las ineludibles, tales como las de alimentos, ropas y vivienda, o la de cualquier cosa que un consumidor encuentre como deseable. ²⁰¹⁴

²⁰¹⁰ Ibid., pág. 5.

²⁰¹¹ Ibid., pág. 7.

²⁰¹² Ibid., pág. 7.

²⁰¹³ Ibid., pág. 7.

²⁰¹⁴ Ibid., pág. 15.

4.2 SU PODER ADQUISITIVO: Es un elemento esencial de la demanda, Las demandas, necesidades o apetencias del consumidor, son inútiles a menos que el consumidor tenga el poder adquisitivo para satisfacerlas.²⁰¹⁵

3.3 SU COMPORTAMIENTO DE COMPRA: Refleja la manera en que los consumidores expresan sus apetencias, necesidades y deseos, Los esfuerzos para comprender e influir sobre las modalidades de compras constituyen el estudio del comportamiento del consumidor. ²⁰¹⁶

4. TIPOS DE ESTRATEGIAS

4.1. ESTRATEGIA DE LÍNEA LIMITADA: Según la estrategia de línea limitada, el experto en comercialización intenta cubrir un mercado amplio con un producto único o con una línea muy limitada de productos. El gerente de comercialización toma en consideración una curva única de demanda total del producto. ²⁰¹⁷

4.2. ESTRATEGIA DE LÍNEA AMPLIADA: Una estrategia de línea ampliada se basa en la identificación de una serie de curvas de demanda para los diferentes segmentos del mercado, cada una con características propias, peculiares y diferentes. ²⁰¹⁸

²⁰¹⁵ Ibid., pág. 15.

²⁰¹⁶ Ibid., pág. 16.

²⁰¹⁷ Ibid., pág. 17.

²⁰¹⁸ Ibid., pág. 17.

5. ALGUNAS CARACTERÍSTICAS DE LA SEGMENTACIÓN DE MERCADO

5.1. FORMA DEL PRODUCTO: En este tipo de segmentación las características físicas de un producto son variadas para adaptarse a segmentos identificables del mercado.²⁰¹⁹

5.2. DIFERENCIALES DE CALIDAD Y PRECIO: En camisas de hombre, pro ejemplo, una de buena calidad puede estar totalmente hecha del más fino algodón. Sin embargo, el nivel inmediato inferior en calidad usará el mejor algodón en el cuello y los puños solamente. Los dos son iguales en utilidad ya que por lo común una camisa se deja de lado porque una o ambas de estas partes se gastan.²⁰²⁰

6.COSTOS Y ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN

6.1. COSTOS TOTALES FIJAOS: Los costos totales fijos (CTF) de una empresa son la planta y el equipo y los salarios fijos, que permanecen constantes a corto plazo independientemente del nivel de producción.²⁰²¹

²⁰¹⁹ Ibid., pág. 18.

²⁰²⁰ Ibid., pág. 19.

²⁰²¹ Ibid., pág. 24.

6.2. COSTOS TOTALES VARIABLES: Los costos totales variables(CTV) incluyen mano de obra, materiales y otros rublos directamente relacionados con la producción.²⁰²²

6.3. MANIPULACIÓN DESCENDENTE: En ésta, con frecuencia las ventas del producto nuevo no son lo suficientemente grandes como para compensar la disminución de las ventas de la línea original del precio más alto.²⁰²³

6.4. MANIPULACIÓN ASCENDENTE: El mayor obstáculo que ha de salvarse es lograr la aceptación de un producto de precio más alto identificado con la imagen de una línea de bajo precio.²⁰²⁴

7. MOTIVACIÓN DEL CONSUMIDOR

7.1. DEFINICIÓN: Las motivaciones de la clientela son aquellas que ayudan a explicar por qué los consumidores eligen determinadas empresas. Pueden ser económicas o emocionales al igual que los motivos de producto.²⁰²⁵

8. EL PRODUCTO COMO VARIABLE

²⁰²² Ibid., pág. 24

²⁰²³ Ibid., pág. 24

²⁰²⁴ Ibid., pág. 27.

²⁰²⁵ Ibid., pág. 42.

8.1. DEFINICIÓN: Producto significa mucho más que las partes físicas o los ingredientes. Aunque los detalles técnicos son importantes para los vendedores, ellos pueden ejercer poca influencia en las concepciones de los consumidores sobre el producto. Lo que los consumidores quieren es un producto capaz de dar satisfacción.²⁰²⁶

8.2. CLASIFICACIÓN DE PRODUCTOS

8.2.1. ARTÍCULOS DE CONSUMO: Son los servicios destinados al consumidor final. Se los puede usar sin otros procesamientos.²⁰²⁷

8.2.2. ARTÍCULOS DE ADQUISICIÓN RUTINARIA: En estos la probable ganancia al hacer comparaciones de precio y calidad se considera pequeña con relación al valor del tiempo y del esfuerzo del cliente.²⁰²⁸

8.2.3. SHOPPING GOODS: Son aquellos productos suficientemente importantes como para que valga la pena que el cliente haga comparaciones sobre la base de la calidad, el precio, de la moda y de la conveniencia.²⁰²⁹

²⁰²⁶ Ibid., pág. 30.

²⁰²⁷ Ibid., pág. 49.

²⁰²⁸ Ibid., pág. 50.

²⁰²⁹ Ibid., pág. 50.

8.2.4. PRODUCTOS DE ESPECIALIDAD: Estos bienes tienen características o identificación de marca reales o supuestas. Los consumidores están dispuestos a realizar esfuerzos especiales para obtenerlos. ²⁰³⁰

8.2.5. ARTÍCULOS NO BUSCADOS: Son aquellos que el cliente aún no necesita, o no se da cuenta de que los necesita. Y por lo tanto no los busca. ²⁰³¹

8.2.6. PRODUCTOS DE PRESTIGIO: Este tipo de productos constituye símbolos de riqueza y están asociados con la clase alta. El rolls royce, los objetos de arte, las mansiones, algunos manjares y revistas son ejemplos típicos. ²⁰³²

8.2.7. PRODUCTOS DE STATUS: Inmediatamente por debajo de los productos de prestigio están los de estatus. Estos tratan de implicar pertenencia o relación con una clase en particular. ²⁰³³

8.2.8. PRODUCTOS DE MADUREZ: Alcanzar la edad legal para tomar bebidas alcohólicas, tener permiso para elegir té o café, todo esto refleja la idea de cómo los consumidores compran productos desde un punto de vista de madurez. ²⁰³⁴

8.2.9. PRODUCTOS HEDÓNICOS. La sensualidad es la clave de la clasificación de productos hedónicos, las atracciones al gusto, al olfato, al tacto, o las

²⁰³⁰ Ibid., pág. 50.

²⁰³¹ Ibid., pág. 50.

²⁰³² Ibid., pág. 53

²⁰³³ Ibid., pág. 53.

²⁰³⁴ Ibid., pág. 53.

características de la moda, tales como diseño y color causan una reacción sensual en el comportamiento del consumidor.²⁰³⁵

8.2.10. PRODUCTOS DE ANSIEDAD: Muchos de nuestros productos como dentífricos, desodorantes y jabones son este tipo de productos.²⁰³⁶

²⁰³⁵ Ibid., pág. 53.

²⁰³⁶ Ibid., pág. 53.

CONSULTORIA DE EMPRESAS

1. CONSULTORÍA DE EMPRESAS: Es un proceso de ayuda que se obtiene de una relación establecida entre una persona o personas que tratan de resolver un problema o desarrollar una idea o plan, y otra u otras que intentan ayudar en estos esfuerzos. Comúnmente se le llama cliente al que necesita ayuda y consultor al que la ofrece.²⁰³⁷

La consultoría de empresas puede enfocarse como un servicio profesional o como un método de prestar asesoramiento y ayuda práctica. Simultáneamente, es también un método de coadyuvar con las organizaciones y el personal de dirección en el mejoramiento de la gestión y las prácticas empresariales, así como del desempeño individual y colectivo.²⁰³⁸

La consultoría de empresas es un servicio de asesoramiento profesional independiente que ayuda a los gerentes y a las organizaciones a alcanzar los objetivos y fines de la organización mediante la solución de problemas gerenciales y empresariales, el descubrimiento y evaluación de nuevas

²⁰³⁷ Audirac, Calos Augusto. ABC Del Desarrollo Organizacional. pág. 67.

²⁰³⁸ Kubr Milan. La Consultoría de Empresas. Guía para la Profesión. pág.4.

oportunidades, el mejoramiento del aprendizaje y la puesta en práctica de cambios.²⁰³⁹

1.1. CARACTERISTICAS FUNDAMENTALES DE LA CONSULTORIA DE EMPRESAS

1.1.1. SERVICIO PROFESIONAL: Ya se practique como una ocupación de dedicación completa o como un servicio prestado en casos concretos, la consultoría de empresas proporciona conocimientos teóricos y técnicas profesionales que sirven para resolver problemas prácticos de gestión.²⁰⁴⁰

1.1.2. SERVICIO CONSULTIVO: La consultoría es en lo esencial un servicio de asesoramiento. Esto significa que los consultores no se contratan (con algunas excepciones) para que dirijan organizaciones o adopten decisiones delicadas en nombre de la dirección. No tienen ninguna facultad directa para decidir cambios y aplicarlos. De lo único que responden es de la calidad e integridad de su asesoramiento; los clientes asumen toda la responsabilidad que se derive de la aplicación de sus consejos.

La pericia básica y el arte del consultor estriban no sólo en dar el consejo correcto, sino en darlo de manera adecuada, a la persona debida y en el momento oportuno. El arte del consultor consiste principalmente en "que se hagan las cosas cuando no se esta a cargo".²⁰⁴¹

²⁰³⁹ Ibid. , pág. 9.

²⁰⁴⁰ Ibid. , pág. 4.

²⁰⁴¹ Ibid. , pág. 5.

1.1.3. SERVICIO INDEPENDIENTE: la consultoría es un servicio independiente. Un consultor debe estar en condiciones de hacer su propia evaluación de cualquier situación, decir la verdad y recomendar con franqueza y objetividad las medidas que ha de adoptar la organización cliente sin pensar en sus propios intereses.²⁰⁴²

1.1.3.1. INDEPENDENCIA TÉCNICA: Implica que el consultor esta en condiciones de dar una opinión técnica y de proporcionar asesoramiento independientemente de lo que cree, pretende o desea escuchar el cliente.

1.1.3.2. INDEPENDENCIA FINANCIERA: Significa que el consultor no obtiene ningún beneficio de la medida adoptada por el cliente. El deseo de obtener en el futuro otros contratos con el mismo cliente no debe influir en la objetividad del asesoramiento prestado en la tarea presente.

1.1.3.3. INDEPENDENCIA ADMINISTRATIVA: Implica que el consultor no es un subordinado del cliente y no se ve afectado por sus decisiones administrativas.

1.1.3.4. INDEPENDENCIA POLÍTICA: Significa que ni los directores ni los empleados de la organización cliente pueden influir en el consultor oficiosamente, recurriendo a autoridades o conexiones políticas, a su pertenencia o algún partido político o a otras influencias semejantes.

²⁰⁴² Ibid. , pág. 6,7.

1.1.3.5. INDEPENDENCIA EMOCIONAL: Significa que el consultor mantiene su desapego independientemente de la amistad y otras afinidades de tipo emotivo que puedan existir al comienzo o que se creen durante la realización del cometido.

1.1.4. SERVICIO TEMPORAL: Los clientes recurren a los consultores para que les presten ayuda durante un periodo limitado, en esferas en las que carecen de conocimientos técnicos o cuando necesitan temporalmente un personal profesional adicional.²⁰⁴³

1.1.5. SERVICIO COMERCIAL: Un profesional que se dedica a la consultoría como medio de vida tiene que cobrar unos honorarios por todo el trabajo que realiza por cuenta de sus clientes. Las empresas de consultoría venden servicios profesionales y los clientes los compran.²⁰⁴⁴

1.2. ORGANIZACIONES DE CONSULTORIA

1.2.1. TIPOS DE ORGANIZACIONES DE CONSULTORIA

1.2.1.1. GRANDES OFICINAS DE CONSULTORIA MULTINACIONALES: Una oficina de consultoría que de empleo a varios centenares de profesionales se puede considerar importante, pero hay incluso 25 organizaciones gigantescas que tienen más de 1.000 consultores de plantilla. La mayor parte de estas organizaciones

²⁰⁴³ Ibid. , pág. 7.

²⁰⁴⁴ Ibid. , pág. 7,8.

gigantescas actúan como empresas multinacionales, con filiales en 20 o más países.²⁰⁴⁵

1.2.1.2. EMPRESAS IMPORTANTES DE CONTABILIDAD QUE PRESTAN SERVICIOS DE ASESORAMIENTO EMPRESARIAL: Los servicios consultivos empresariales establecidos como divisiones de empresas de contabilidad importantes se han transformado, en la última década, en grandes oficinas de consultoría multifuncionales. Actualmente son las empresas profesionales más grandes del mundo no solo en contabilidad y auditoría, sino también en consultoría de empresas medida por separado.

1.2.1.3. OFICINAS DE CONSULTORIA PEQUEÑAS Y MEDIANAS: Éste grupo abarca diversas organizaciones, que emplean desde unos pocos hasta entre 50 y 100 consultores.

1.2.1.4. CONSULTORES INDEPENDIENTES: Pese a la competencia y a la comercialización dinámica de las grandes empresas profesionales, la existencia de miles de consultores independientes demuestra que existe mucho interés por trabajar con dichos profesionales. Estos pueden ser generalistas, que se caracterizan por su gran experiencia empresarial, por su capacidad para resolver problemas y por su habilidad para llevar los asuntos, o especialistas que trabajan en un área técnica reducida.²⁰⁴⁶

²⁰⁴⁵ Ibid. , pág. 42.

²⁰⁴⁶ Ibid. , pág. 43.

1.2.1.5. PROFESORES "CONSULTORES": Profesores, catedráticos, capacitadores e investigadores de administración de empresas cuyo principal trabajo no es la consultoría, pero que participan en ella a tiempo parcial, aunque con bastante regularidad.²⁰⁴⁷

1.2.1.6. SERVICIOS DE CONSULTORIA DE INSTITUCIONES DE FORMACIÓN DE PERSONAL DE DIRECCIÓN: Para promover las capacidades locales de consultoría de empresas y vincular a los profesores y capacitadores de administración de empresas con el mundo de la práctica, varias escuelas empresariales, instituciones de formación de personal de dirección y centros de productividad, principalmente en los países en desarrollo, han establecido servicios de consultoría para las organizaciones privadas y publicas.²⁰⁴⁸

1.2.1.7. SUMINISTRADORES NO TRADICIONALES DE SERVICIOS DE CONSULTORIA: En estos últimos años han hecho su aparición un nuevo grupo de suministradores de servicios de consultoría de empresas. Éste grupo es bastante heterogéneo, pero tiene una característica común: su función inicial y principal es algo distinto de la consultoría pero se considera a esta como un aditamento técnicamente útil y financieramente beneficioso de sus productos y servicios. ²⁰⁴⁹

²⁰⁴⁷ Ibid. , pág. 44.

²⁰⁴⁸ Ibid. , pág. 44,45.

²⁰⁴⁹ Ibid. , pág. 45.

1.2.2. NIVELES DE CARRERA EN UNA EMPRESA CONSULTIVA

1.2.2.1. PRIMER NIVEL: Consultor novel (pasante, adjunto de investigación, analista, consultor de nivel de ingreso). Su principal tarea consiste en dominar las técnicas esenciales de consultoría, lo más rápidamente posible.

1.2.2.2. SEGUNDO NIVEL: Consultor operativo (consultor residente, asociado, consultor de empresa). El consultor operativo es la persona que esta en la primera línea profesional y que realiza las mayor parte de consultoría en las organizaciones clientes. Cada consultor operativo tiene un campo especial de competencia, por regla general en alguna de las funciones de dirección en técnicas especiales.

1.2.2.3. TERCER NIVEL: Consultor supervisor (jefe de equipo, director de proyecto, asociado de categoría superior, consultor de categoría superior). Las principales responsabilidades de los consultores promovidos a éste nivel incluyen la dirección de un equipo y la supervisión de los consultores operativos. Entre otras de sus responsabilidades cabe mencionar la capacitación, los estudios de empresas, la comercialización de nuevos proyectos y mantenimiento de contactos con los clientes.

1.2.2.4. CUARTO NIVEL: Asociado subalterno (gerente, director, consultor de estudios). Los consultores de éste nivel desempeñan diversas funciones de comercialización y de gestión. Normalmente pasan la mayor parte de su tiempo en trabajos de promoción. Algunos pueden estar personalmente a cargo de

cometidos realizados por cuenta de clientes importantes, mientras que otros dirigen dependencias orgánicas de la empresa o coordinan y controlan varios proyectos de clientes.

1.2.2.5. QUINTO NIVEL: Asociado principal (oficial responsable, director, asociado, asociado superior, vicepresidente, presidente). Las responsabilidades de la dirección superior predominan en éste nivel. Entre ellas, cabe mencionar la estrategia y la dirección política y los puestos de administración superior de la empresa. Se ocupan también del desarrollo práctico, realizan trabajos de promoción con clientes importantes y pueden estar personalmente a cargo de cometidos complejos y de envergadura.²⁰⁵⁰

1.3. TIPOS DE CONSULTORÍA PROFESIONAL

1.3.1. UBICACIÓN INTERNA: Se realiza por una o por varias personas que se encuentran dentro de la estructura de la organización y que perciben un salario.²⁰⁵¹

Una dependencia interna de consultoría es la que se establece dentro de una organización, sociedad mercantil, una empresa de servicios públicos, un Ministerio o departamento estatal para proporcionar servicios de consultoría a otras dependencias de la misma organización.²⁰⁵²

²⁰⁵⁰ Ibid. , pág. 762.

²⁰⁵¹ Audirac. Op. cit., pág. 67.

²⁰⁵² Kubr. Op. cit., pág. 46.

1.3.2. UBICACIÓN EXTERNA: Se realiza por una o varias personas, es independiente de la organización que la contrata y por sus servicios percibe honorarios.

1.3.3. ENFOQUE DE PROCESO: Consiste en acrecentar la aptitud del cliente para funcionar con más eficiencia, ayudan a percibir, entender y actuar sobre lo que sucede a su alrededor y dentro del mismo.

1.3.4. ENFOQUE DE TAREA: Consiste en ayudar al sistema cliente a través de proporcionar información, desempeñar una tarea específica, etc., que resuelve un problema concreto.

1.3.5. TIPO DE CONSULTOR FACILITADOR: Se le contrata para ayudar al cliente a encontrar por él mismo una solución a su problemática, facilitando el proceso para llegar a ello. Se orienta más a los procesos.

1.3.6. TIPO DE CONSULTOR EXPERTO: Se le contrata para resolver una situación específica; su rol será el de ofrecer el consejo experimentado de alguien que sabe y su tarea será hacer algo para el sistema cliente. Generalmente son llamados para cuestiones técnicas.²⁰⁵³

²⁰⁵³ Audirac. Op. cit., pág. 67.

El rol tradicional del consultor es el de un especialista que, por medio de la aplicación de unas habilidades y conocimientos nada habituales, pueden conducir al cliente a la solución del problema.²⁰⁵⁴

1.4. RAZONES DE CONTRATACIÓN DE UN SERVICIO DE CONSULTORÍA: Cuando el sistema que llama al consultor no está conforme con la situación actual por diversas razones.²⁰⁵⁵

1.4.1. ALCANZAR LOS OBJETIVOS Y FINES DE LA ORGANIZACIÓN: Toda consultoría en materia gerencial y empresarial apunta a un objetivo general y principal, que consiste en ayudar a los clientes a alcanzar sus metas empresariales, sociales o de otra índole.²⁰⁵⁶

1.4.2. SOLUCIÓN DE PROBLEMAS GERENCIALES Y EMPRESARIALES: Ayudar a los directores, gerentes y otros decisores a resolver problemas es quizá el objetivo mencionado con más frecuencia en la consultoría. La tarea del consultor se describe como una ayuda profesional para poner al descubierto, diagnosticar y resolver problemas relacionados con diversas esferas y aspectos de la gestión y de las empresa.²⁰⁵⁷

1.4.3. DESCUBRIMIENTO Y EVALUACIÓN DE NUEVAS OPORTUNIDADES: Muchas sociedades mercantiles y otras organizaciones bien administradas, exitosas y ambiciosas consideran a las empresas de consultoría como una fuente de

²⁰⁵⁴ Lambert, Tom. Manual de Consultoría. Como iniciarse y crecer en el mundo de la Consultoría. pág. 207.

²⁰⁵⁵ Audirac. Op. cit., pág. 68.

²⁰⁵⁶ Kubr. Op. cit., pág. 10.

²⁰⁵⁷ Ibid. , pág. 11.

información y de ideas valiosas que pueden dar lugar a un amplio conjunto de iniciativas, innovaciones y mejoras en cualquier sector o función de la empresa: en la promoción de nuevos mercados y productos; en la evaluación y utilización de tecnologías de avanzada; en el mejoramiento de la calidad; la prestación de servicios más útiles para los clientes, la promoción y motivación del personal; la utilización óptima de recursos financieros y el descubrimiento de nuevos contactos comerciales, entre otras.²⁰⁵⁸

1.4.4. PROMOCIÓN DEL APRENDIZAJE: El asesoramiento asume un cometido de enseñanza. Su finalidad es facultar al cliente aportando nuevas competencias a la organización y ayudando a los directores o gerentes y al personal a aprender de su propia experiencia y de la experiencia del consultor.

1.4.5. INTRODUCCIÓN DE CAMBIOS: Ayudar a las organizaciones clientes a entender el cambio, adaptarse a él e introducir las innovaciones necesarias para sobrevivir y tener éxito en un entorno en donde el cambio continuo es la única constante.²⁰⁵⁹

1.4.6. ESTUDIO DE LA EMPRESA: El consultor estudiara recursos, resultados, políticas y estructuras directivas del organismo, con el propósito de determinar fuerzas y debilidades, así como los problemas fundamentales que impiden lo que se desea lograr.

²⁰⁵⁸ Ibid. , pág. 13.

²⁰⁵⁹ Ibid. , pág. 14

1.4.7. INVESTIGACIONES ESPECIALES: Investigar los nuevos instrumentos específicos, su operatividad, conveniencia y viabilidad.

1.4.8. ELABORACIÓN DE SOLUCIONES PARA PROBLEMAS DETERMINADOS: Puede ser que se le pida ayuda en la elaboración de una nueva estructura administrativa, un sistema de información, un plan de capacitación, etc.

1.4.9. AYUDAR A PONER EN PRACTICA UNA SOLUCIÓN: Se le solicita su ayuda para poner en marcha cualquier solución haciendo, por ejemplo, la selección y capacitación de la persona; persuadiendo a otras personas sobre las conveniencias del nuevo sistema.

1.4.10. ACTUAR COMO ASESOR: Actúa en el sentido estricto de la palabra, esto es, contestando cuanto se le pregunte y formulando probablemente opiniones personales al respecto, pero sin encargarse de la implantación de lo que ahí surja.

1.4.11. ACTUAR COMO FACILITADOR DE PROCESOS: El consultor ayuda al cliente a optimizar su eficiencia a través de la observación, percepción, entendimiento y vivencias de su propio comportamiento para con él, para con otras personas y para con su entorno ayudándole a hacerse conciente de los efectos de éste.²⁰⁶⁰

1.4.12. FACILITACIÓN DE INFORMACIÓN: Una información más completa y más pertinente es a menudo lo único o lo más importante que necesita un cliente para adoptar la decisión correcta.

²⁰⁶⁰ Audirac. Op. cit., pág. 69.

1.4.13. FACILITACION DE RECURSOS DE ESPECIALISTAS: Se puede utilizar a un consultor para complementar al personal de la organización cliente. Normalmente, esos consultores serán especialistas en esferas en las que el cliente necesita la colaboración de un experto por un breve período o quiere evitar la contratación de un nuevo empleado.²⁰⁶¹

1.4.14. ESTABLECIMIENTO DE CONTACTOS Y VINCULACIONES COMERCIALES: Muchos clientes recurren a los consultores en búsqueda de contactos comerciales, agentes, representantes, abastecedores, subcontratistas, asociados para empresas mixtas y fusiones, empresas que es posible adquirir, fuentes de financiación, inversores adicionales, etc. La tarea del consultor podrá consistir en señalar a uno o más candidatos adecuados, presentar sus nombres al cliente, evaluar su idoneidad, recomendar una elección, definir y negociar las condiciones de una alianza o un acuerdo comercial y actuar como intermediario en la aplicación.

1.4.15. FACILITACIÓN DE DICTÁMENES DE EXPERTOS: Se puede entrar en contacto con el consultor para que dé un dictamen pericial en casos en los que el cliente puede elegir entre diversas posibilidades y prefiere disponer de un asesoramiento imparcial e independiente de un tercero antes de adoptar una decisión importante.²⁰⁶²

²⁰⁶¹ Kubr. Op. cit., pág. 15.

²⁰⁶² Ibid., pág. 16.

1.4.16. ESTABLECIMIENTO DE UN DIAGNOSTICO: La capacidad y los instrumentos para establecer un diagnostico figuran entre las principales aportaciones de los consultores. En consecuencia, los clientes utilizan a los consultores para un amplio conjunto de tareas de diagnostico relacionadas con las virtudes y los defectos de la organización.²⁰⁶³

1.4.17. ELABORACIÓN DE PROPUESTAS DE MEDIDAS: Una vez completada la labor de diagnostico, se pueden proceder al establecimiento de propuestas concretas de medidas en alguno de los sectores objeto del diagnostico.

1.4.18. MEJORA DE LOS SISTEMAS Y LOS METODOS: Una proporción considerable de todos los servicios de consultoría guarda relación con los sistemas y métodos en esferas como información de la dirección, planificación de la empresa, programación y control de las actividades, integración y dirección de procesos, control de inventarios, tramitación de pedidos de clientes, gestión de ventas, registros de personal, indemnizaciones, prestaciones sociales y otros sistemas.²⁰⁶⁴

1.4.19. PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DE LOS CAMBIOS DE LA ORGANIZACIÓN: Los conocimientos especializados guardan relación con la gestión del cambio, en la identificación de la necesidad del cambio, el establecimiento de una estrategia y un plan para el cambio, la elección y aplicación de los métodos correctos para garantizar el cambio y supera las barreras al cambio, la supervisión del proceso, la

²⁰⁶³ Ibid. , pág. 16,17.

²⁰⁶⁴ Ibid. , pág. 17.

evaluación de los progresos logrados y los resultados obtenidos y el ajuste del enfoque adoptado por la dirección en todas las etapas del ciclo del cambio.

1.4.20. CAPACITACIÓN Y PERFECCIONAMIENTO DE LOS DIRECTIVOS Y EL PERSONAL: Aunque el aprendizaje es una finalidad general inherente a toda actividad de consultoría, la capacitación y el perfeccionamiento de los directivos o del personal puede ser un servicio al cliente por separado que se proporciona conjuntamente con otros servicios o en apoyo de ellos, o de manera independiente.

1.4.21. FACILITACIÓN DE ASESORAMIENTO PERSONAL: los consultores de empresa pueden prestar un excelente servicio a los directivos y empresarios que necesitan un asesoramiento estrictamente personal y de carácter amistoso sobre su estilo de dirección, comportamiento, hábitos de trabajo, relaciones con los colegas, deficiencias que pueden dañar a la empresa y cualidades personales que es necesario modificar.²⁰⁶⁵

1.5. MODALIDADES DE ASESORAMIENTO

²⁰⁶⁵ Ibid. , pág. 18.

1.5.1. FUNCION DE EXPERTO: El consultor ayuda al cliente proporcionándole conocimientos técnicos y haciendo algo para y por cuenta del cliente: suministra información, hace un diagnóstico de la organización, emprende un estudio de viabilidad, diseña un nuevo sistema, capacita al personal en una nueva técnica, recomienda cambios orgánicos y de otro tipo, hace observaciones sobre un nuevo proyecto previsto por la dirección.

1.5.2. FUNCION DE INCENTIVACION: El consultor, en su capacidad de agente del cambio, trata de ayudar a la organización a resolver sus propios problemas dándole a conocer los procesos de organización, sus probables consecuencias y las técnicas de intervención para estimular el cambio. En lugar de transmitir conocimientos técnicos y de sugerir soluciones, el consultor incentivador está primordialmente interesado en transmitir sus enfoques, métodos y valores con el fin de que la organización cliente pueda diagnosticar y poner remedio a sus propios problemas.²⁰⁶⁶

1.5.3. DEFENSOR: El consultor trata de influir en el cliente.

1.5.3.1. DEFENSA DE POSICIÓN O "CONTACTO": En que el papel consiste en tratar de influir en el cliente para que elija productos determinados o acepte valores específicos.

²⁰⁶⁶ Ibid. , pág. 64.

1.5.3.2. DEFENSA METODOLOGICA: Consiste en tratar de influir en el cliente para que participe de forma activa en la solución del problema y utilice ciertos métodos para el, pero procurando no defender ninguna solución particular.

1.5.4. EXPERTO TÉCNICO: Mediante sus conocimientos teóricos y técnicos especiales y su experiencia profesional, puede proporcionar un servicio único al cliente.²⁰⁶⁷

1.5.5. CAPACITADOR Y EDUCADOR: En éste caso de la relación de ayuda, el consultor puede contribuir a que se acepte el proceso de aprendizaje más útil , desde el punto de vista crítico y creativo, en función de la situación y las necesidades.²⁰⁶⁸

El consultor de éxito tiene cuidado de evitar el adoctrinamiento y busca, en cambio, crear un enfoque crítico y creativo a la nueva información en la organización del cliente.²⁰⁶⁹

1.5.6. COLABORADOR EN LA SOLUCION DE PROBLEMAS: la función de ayuda por el consultor recurre a un método sinérgico para complementar y colaborar con el cliente en los procesos de percepción, conocimientos y actuación necesarios para resolver el problema.

²⁰⁶⁷ Ibid. , pág. 69.

²⁰⁶⁸ Ibid. , pág. 69,70.

²⁰⁶⁹ Lambert. Op. cit., pág. 207.

1.5.7. IDENTIFICADOR DE ALTERNATIVAS: Si bien el valor de una decisión depende del logro de un conjunto dado de objetivos, al elegir una solución adecuada a un problema el consultor puede proponer normalmente diversas opciones identificables, e indicar sus riesgos respectivos.²⁰⁷⁰

Al establecer toda una gama de estrategias posibles y sus riesgos concomitantes, cada una de las cuales permitirá la consecución del objetivo, el consultor está realizando un servicio importante para las necesidades inmediatas de la organización del cliente y para su crecimiento futuro.²⁰⁷¹

1.5.8. INVESTIGADOR: El descubrimiento de los hechos forma parte integrante de cualquier cometido de consultoría, tanto para crear una base de datos como para resolver problemas complicados del cliente.²⁰⁷²

1.5.9. ESPECIALISTA EN PROCESOS: Se trata de una función "pura" de impulsor de un proceso. El consultor se concentra principalmente en la dinámica interpersonal y entre grupos que afecta al proceso de solución del problema y la introducción de cambios.

1.5.10. REFLECTOR: El consultor estimula al cliente a que adopte decisiones haciéndole preguntas que obligan a reflexionar y que pueden aclarar, modificar o cambiar una situación dada.²⁰⁷³

²⁰⁷⁰ Kubr. Op. cit., pág. 70.

²⁰⁷¹ Lambert. Op. cit., pág. 208

²⁰⁷² Kubr. Op. cit., pág. 70

1.6. HABILIDADES DE UN CONSULTOR

1.6.1. ESCUCHAR: Entender la manera de pensar, las motivaciones y prejuicios del cliente.

1.6.2. EMPATÍA: Identificarse con los puntos de vista del cliente.

1.6.3. FLEXIBILIDAD: Habilidad para ajustarse al ambiente y adaptarse a situaciones inesperadas.

1.6.4. CONFIANZA: Habilidad para reconocer y fomentar el potencial de otros y crecer y aprender de esta experiencia.

1.6.5. OBJETIVIDAD: Tener conciencia y capacidad para hacer análisis de actitudes, habilidades, motivaciones y prejuicios y como se pueden interrelacionar con su cliente.

1.6.6. MUTUALIDAD: Habilidad para desarrollar una verdadera comunicación con el cliente y reconocer en sí mismo su nivel de competitividad.²⁰⁷⁴

²⁰⁷³ Ibid. ., pág. 71

²⁰⁷⁴ Audirac. Op. cit., pág. 70

1.6.7. SOPORTE: Habilidad para entrar y apoyar la relación de ayuda conjunta con el cliente y reunir todas las contribuciones que se pueden utilizar sin soportar de donde sean.

1.6.8. OPORTUNIDAD: Habilidad para hacer preguntas, ofrecer información y hacer sugerencias en el momento en que el cliente éste listo para ello.

Integración: habilidad para abstraer y correlacionar los datos relevantes a la situación en cuestión, así como los efectos que de ésta se deriven.²⁰⁷⁵

1.7. PROCESO DE CONSULTORÍA: En el proceso de consultoría, es importante aplicar los conceptos teóricos en las empresas, y que el consultor tenga bien definido un modelo teórico que le permite esquematizar su manera de intervenir y sobre todo adoptar una guía.

Conjunto de actividades necesarias para alcanzar los objetivos y cambios deseados.

1.7.1. CONTACTO: Entrar en relación con el sistema cliente y sondear en primera instancia a éste.²⁰⁷⁶

En esta fase el consultor comienza a trabajar con el cliente. Esta fase incluye sus primeros contactos, las conversaciones acerca de lo que el cliente desearía lograr y modificar en su organización y de que manera el consultor podría prestarle ayuda, a la aclaración de sus papeles respectivos, la preparación de un

²⁰⁷⁵ Ibid. , pág. 71

²⁰⁷⁶ Ibid. , pág. 72

plan basado en un análisis preliminar del problema y la negociación y concertación de un contrato de consultoría.²⁰⁷⁷

1.7.2. CONTRATO: Establecer las bases económicas, técnicas, profesionales y personales bajo las que trabajarán ambas partes.²⁰⁷⁸

1.7.3. CONTRATO DE SERVICIOS: Una variante a un cometido que abarque una tarea separada y cierto tiempo es un contrato de servicios. Con arreglo a un contrato de éste tipo, el cliente se reserva o compra de antemano cierta cantidad de tiempo de trabajo del consultor.

1.7.3.1. TIPOS DE CONTRATO DE RESERVA DE SERVICIOS DESDE EL PUNTO DE VISTA TÉCNICO

1.7.3.1.1. CONTRATO DE SERVICIOS GENERALES: Con arreglo en el cual el consultor analiza los resultados y tendencias globales de la empresa del cliente, tratando de mejorar las oportunidades en diversas esferas y aportando al cliente nueva información e ideas.

1.7.3.1.2. CONTRATO DE SERVICIOS DE ESPECIALISTA: Que proporcionara al cliente una corriente permanente de información técnica y de sugerencias en un sector

²⁰⁷⁷ Kubr. Op. cit., pág. 24,25

²⁰⁷⁸ Audirac. Op. cit., pág. 72

en el que la empresa de consultoría es particularmente competente y esta a la punta de los conocimientos.²⁰⁷⁹

1.7.4. DIAGNOSTICO: Determinar cual es el problema a resolver preferentemente en forma conjunta con el cliente.²⁰⁸⁰

Diagnostico a fondo del problema que se ha de solucionar. Durante esta fase el consultor y el cliente cooperan para determinar el tipo de cambio que se necesita, establecer de manera pormenorizada los objetivos que se han de alcanzar con el cometido y evaluar el rendimiento, los recursos, las necesidades y las perspectivas del cliente.²⁰⁸¹

1.7.5. PLANEACIÓN: Definir objetivos, estrategias, tiempos y recursos bajo los cuales se realizara la acción.²⁰⁸²

Tiene por objetivo hallar la solución del problema. Abarca el estudio de las diversas soluciones, la evaluación de las opciones, la elaboración de un plan para introducir los cambios y la presentación de propuestas al cliente para que éste adopte una decisión.²⁰⁸³

²⁰⁷⁹ Kubr. Op. cit., pág. 28

²⁰⁸⁰ Audirac. Op. cit., pág. 72

²⁰⁸¹ Kubr. Op. cit., pág. 26

²⁰⁸² Audirac. Op. cit., pág. 72

²⁰⁸³ Kubr. Op. cit., pág. 26

1.7.6. ACCIÓN: Realizar o llevar a la practica las actividades planeadas para lograr los objetivos.²⁰⁸⁴

Constituye una prueba definitiva con respecto a la pertinencia y viabilidad de las propuestas elaboradas por el consulto en colaboración con su cliente. Los cambios propuestos comienzan a convertirse en una realidad.²⁰⁸⁵

1.7.7. EVALUACIÓN: Analizar las posibilidades, logros y avances obtenidos para retroalimentar el cliente y replantear acciones.²⁰⁸⁶

El desempeño del consultor durante su cometido, el enfoque adoptado, los cambios introducidos y los resultados logrados tendrán que ser evaluados por el cliente y por la organización de consultoría. Se presentan y se examinan los informes finales. Se establecen compromisos mutuos. Una vez completadas las actividades, la tarea o proyecto de consultoría queda terminado de común acuerdo y el consultor se retira de la organización del cliente.²⁰⁸⁷

2. LA ORGANIZACIÓN CLIENTE: El cliente, en el sentido más amplio de la palabra, es la organización que utiliza los servicios de una consultoría. Se trata de una relación institucional. Cliente en el sentido más estricto de la palabra, es decir, individuos o grupos de personas de la organización cliente que entran en

²⁰⁸⁴ Audirac. Op. cit., 72

²⁰⁸⁵ Kubr. Op. cit., pág. 26,27

²⁰⁸⁶ Audirac. Op. cit., pág. 72

²⁰⁸⁷ Kubr. Op. cit., pág. 27

contacto con el consultor, discuten la tarea con él, colaboran mientras ésta se esta llevando a cabo, reciben informes y recomiendan a la dirección superior si los debe o no aceptar.²⁰⁸⁸

2.1. DIVERSAS CATEGORÍAS DE CLIENTES DENTRO DE UN SISTEMA CLIENTE

2.1.1. CLIENTES DE CONTACTO: Establecer el contacto inicial con el consultor.

2.1.2. CLIENTES INTERMEDIOS: Participan en diversas reuniones sobre descubrimiento de los hechos, planificación del cometido, examen de diversas posibilidades entre otros.

2.1.3. CLIENTES PRINCIPALES: Tienen un problema para el que necesitan y quieren ayuda y para el que se ha recurrido al consultor. Es probable que sean los principales colaboradores del consultor.

2.1.4. CLIENTES DEL CONTRATO: Desempeñan un papel esencial en el procedimiento de elección del consultor y en la negociación y firma del contrato de consultoría.

2.1.5. CLIENTES FINALES: Su bienestar y sus intereses se verán en última instancia afectados por el cometido; deben ser tomados en consideración en la

²⁰⁸⁸ Ibid. ., pág. 62

planificación de la intervención, aunque quizás no estén en relación directa con el consultor.

2.1.6. CLIENTES PATROCINADORES: Proporcionan los recursos financieros para la consultoría y pueden o no desear desempeñar una función en la determinación del procedimiento que se ha de seguir, eligiendo al consultor y aprobando las propuestas que se van a poner en práctica.²⁰⁸⁹

²⁰⁸⁹ Ibid. ., pág. 63

CONDOMINIOS

1. COMO SE CONSTITUYE UN CONDOMINIO

1.1. CONDOMINIO: Son departamentos o locales situados en uno o varios edificios, o casas ubicadas dentro del mismo terreno; que se han construido dentro de un conjunto habitacional y que pertenecen a diferentes dueños.²⁰⁹⁰

1.2. ASAMBLEAS DE CONDOMINIOS: Son reuniones a las que asisten los propietarios de los diferentes departamentos o locales que se realizan con la frecuencia necesaria o, por lo menos, una vez al año.²⁰⁹¹

1.3. FUNCIÓN DE LAS ASAMBLEAS: Hacer cumplir el reglamento del condominio y nombrar a los integrantes del comité de vigilancia y al administrador.²⁰⁹²

1.4. INDIVISO: Es el porcentaje que corresponde a cada departamento, en relación con el valor total del condominio y del valor proporcional que le corresponde de áreas comunes.²⁰⁹³

1.5. FONDO DE MANTENIMIENTO Y ADMINISTRACIÓN: Se destinará a cubrir los gastos que se realizan, de manera inevitable, mes a mes.²⁰⁹⁴

²⁰⁹⁰ Sena. Autoadministración de los Condominios. pág. 3.

²⁰⁹¹ Ibid., pág. 5.

²⁰⁹² Ibid., pág. 6.

²⁰⁹³ Ibid., pág. 6.

²⁰⁹⁴ Ibid., pág. 7.

1.6. FONDO DE RESERVA: Esta destinado para la adquisición o reposición de implementos y maquinaria con que deba contar el condominio.²⁰⁹⁵

2. ADMINISTRACIÓN DE UN CONDOMINIO

2.1. DEFINICIÓN: Consiste en atender y organizar todos los asuntos relacionados con los recursos económicos del mismo.²⁰⁹⁶

2.2. ADMINISTRADOR: Es el encargado de cuidar y vigilar los bienes del condominio y los servicios comunes.²⁰⁹⁷

2.3. AUTO ADMINISTRACIÓN: Es que los condominios decidan y realicen, por si mismos, la organización y el funcionamiento y las normas que regirán el inmueble en que viven.²⁰⁹⁸

3. DESCRIPCIÓN DE ÁREAS

3.1. ÁREAS PRIVADAS: Son las que corresponden al departamento, servicio e instalaciones que haya dentro del mismo.²⁰⁹⁹

²⁰⁹⁵ Ibid., pág. 8.

²⁰⁹⁶ Ibid., pág. 8.

²⁰⁹⁷ Ibid., pág. 10.

²⁰⁹⁸ Ibid., pág. 11.

3.2. ÁREAS COMUNES: Son aquellas en las que todos los propietarios son codueños y sobre las que tiene derechos y obligaciones comunes. ²¹⁰⁰

3.3. REGLAMENTOS: Debe especificar cuales son las áreas, instalaciones y bienes comunes, delimitando la extensión y los elementos del mismo. ²¹⁰¹

3.4. ASAMBLEAS DE GRUPO: Es cuando se reúnen los condóminos de un edificio que forma parte de una unidad habitacional, o de un grupo de edificios que integran el condominio. ²¹⁰²

3.5. ASAMBLEAS GENERALES: Cuando participan todos los integrantes del condominio bien sea que el condominio se constituya por uno o varios edificios.

²¹⁰³

3.6. ASAMBLEAS ORDINARIAS: Se celebran con la frecuencia que los condominios decidan, o, por lo menos, una vez al año; las resoluciones que en ella se tomen serán por mayoría de votos. ²¹⁰⁴

3.7. ASAMBLEAS EXTRAORDINARIAS: Se llevarán a cabo cuando las circunstancias así lo requieran o cuando los condóminos lo consideren necesario. ²¹⁰⁵

²⁰⁹⁹ Ibid., pág. 12.

²¹⁰⁰ Ibid., pág. 10.

²¹⁰¹ Ibid., pág. 15.

²¹⁰² Ibid., pág. 15.

²¹⁰³ Ibid., pág. 16.

²¹⁰⁴ Ibid., pág. 17.

²¹⁰⁵ Ibid., pág. 15.

CAPITULO XVI

CONCLUSIONES

CONCLUSIONES GENERALES

En relación con el desarrollo de esta investigación es evidente que éste puede ser de gran utilidad para:

- La universidad de la Sabana y concretamente para el programa de Administración de Instituciones de Servicio, con el objetivo de presentar un análisis de los contenidos, buscando identificar las competencias de los estudiantes de la carrera.
- Las personas que desean ingresar a la universidad y no se han definido por un programa específico, debido a que pueden orientarse en el proceso de selección conociendo más a fondo los contenidos que se tratan a lo largo de la carrera.

- Para el profesorado es una herramienta útil en la construcción de los contenidos de las materias permitiendo conocer las deficiencias y fortalezas de cada áreas para posibles mejoras.
- Los estudiantes y todas aquellas personas que deseen enriquecerse con los conceptos claves que se desarrollan a lo largo de la carrera de Administración de Instituciones de Servicio.

CONCLUSIONES ESPECIFICAS

- Nunca ha sido mas grande la necesidad y la oportunidad para alcanzar la excelencia en lo que estamos haciendo; se hace indispensable una enseñanza que permita mantener nuestros conocimientos actuales, paralelos a las exigencias del mercado y competitivos frente la globalización que enfrenta el ámbito empresarial moderno.
- La consultaría profesional o de empresas ha adquirido real importancia en las industrias con el paso del tiempo, la ciencia de la informática y la tecnología de la información, las ciencias del comportamiento y otras investigaciones científicas relativas al funcionamiento y conducta de las organizaciones y los sistemas humanos en los sectores empresarial y social han hecho que sea prácticamente imprescindible la recurrencia de consultores altamente conocedores en la diversidad de ciencias del conocimiento; ya es generalizado que en cada una de las empresas busca mejorar su nivel competitivo a través de los profesionales en consultaría.

Como es sabido uno de los campos del Administrador de Instituciones de Servicio es la consultoría; y es ahí donde se encuentra una gran debilidad por su ausencia en el currículo y en textos de la Biblioteca. Es apremiante dar al profesional en la ciencia de la administración las herramientas para su efectiva labor en el funcionamiento de la consultoría; por medio de libros actuales y una cátedra didáctica del tema.

Debido a la necesidad de conocimiento en esta área hemos querido dar a conocer a nuestros colegas administradores y a todos aquellos que tengan inquietud por este tema un “abre bocas” a éste interesante servicio profesional.

- *En las instituciones hoteleras y de alimentos y bebidas; encontramos un gran potencial para nuestro ejercicio profesional, en que como administradores de Instituciones de servicio se posee una gran ventaja competitiva frente a otros profesionales; no solo por nuestra amplia gama de conocimientos en el tema sino por nuestra especialización en el servicio al cliente tan indispensable en este tipo de instituciones.*
- Existen otras clases de instituciones de servicio que no son tratadas como tal, pero no dejan de ser importantes en la actividad empresarial y relevantes en el campo profesional; son las bolsas de empleo y las funerarias que sin duda manejan un importante grupo de clientes y comercializan un producto intangible merecedor de una administración eficaz que garantice un servicio excelente a sus clientes.
- Desafortunadamente no se cuenta con una bibliografía adecuada del tema que permita conocer un poco del manejo y funcionamiento de esta clase de instituciones, por tal motivo no se logro obtener en esta investigación material que mereciera exhibirse en estas paginas.

- En las áreas de la administración y la economía; la cantidad de libros encontrados son muchos, y gracias a ello contamos con el apoyo suficiente para avanzar en nuestros conocimientos y permanecer actuales y competitivos en el inmenso campo de la administración en el que de ahora en adelante somos integrantes responsables de las empresas que tengamos a nuestro cargo.

Definitivamente la realización de este trabajo no solo nos ayudo a culminar con nuestros sueños profesionales sino que profundizo y dio un claro concepto de la función, competencias y desafíos del administrador actual.

BIBLIOGRAFIA CONSULTADA

1. ADMINISTRACIÓN

- INTRODUCCION A LA ADMINISTRACIÓN Y ORGANIZACIONES

CHIAVENATO, Idalberto. Introducción a la teoría General de la Administración. Cuarta Edición. Editorial Mc Graw Hill. 1995.

MUNCH GALINDO. Lourdes. José García Martínez. Fundamentos de Administración. Bogotá. Editorial Trillas. México. 1993.

PEREZ, Juan Antonio. Introducción a la Dirección de Empresas. Piura. Universidad de Piura. 1993.

- PROCESOS ADMINISTRATIVOS

GEROGE. R., Terry. Principios de Administración. Estados Unidos. Editorial El Ateneo. 1990.

IVANCEVICH J.M., Lorenzi. SKINNER STEVEN, Peter. Gestión, Calidad y Competitividad. Editorial IRWIN. España. 1996.

KOONTZ H., Weihrich. Administración. España. Editorial Mc Graw Hill. 1990.

MÜNCH GALINDO, Lourdes y MARTÍNEZ, José García. Fundamentos de Administración. España. Editorial Trillas. 1997.

BROWN, Waren. B. y MOBERG, Dennis J. Teoría de la Organización y la Administración. México. Editorial Limusa. 1990.

CHIAVENATO, Idalberto. Administración de Recursos Humanos. Colombia. Editorial McGraw Hill. 1998

CORAL, Lucy del Carmen. Contabilidad Universitaria. Colombia. Editorial McGraw Hill. 1996.

- ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS

ARTHUR, Sherman. BOHLANDER, George. SCOTT, Snell. Administración de Recursos Humanos 11ª Edición . México: International Thomson Editores. 1999.

GARY, Dessler. Administración de Personal. Sexta edición. México. Prentice Hall. 1996.

GOMEZ MEJÍA, Luis R. BALKIN, David B. CARDY, Robert L. Gestión de Recursos Humanos. Cuarta reimpresión. España: Prentice Hall. 1999.

WERTHER, William. Jr. HEITH Davis. Administración de Personal y Recursos Humanos. Cuarta edición. México .Mc Graw Hill. 1995.

MILKOVICH, George T. Dirección y Administración de Recursos Humanos. Buenos Aires. Mc Graw Hill. 1994.

CHIAVENATO, Idalberto. Administración de Recursos Humanos. Bogotá. Mc Graw Hill. 1990.

ULRICH, Dave. El Futuro de la Dirección de Recursos Humanos. Barcelona. Ediciones Gestión 2000. 1998.

ORDÓÑEZ, Miguel. La Nueva Gestión de los Recursos Humanos. Barcelona. Gestión 2000 AEDIPE. 1995. Pág. 416.

CUMMINGS, Larry L. Recursos Humanos. México. Editorial Trillas.1994.

- DERECHO COMERCIAL

ARBELAEZ, Joaquín. MEJIA, Jaime. Fundamentos de Derecho Comercial y Tributario. Segunda edición. Colombia .Mc Graw Hill. 1995.

LOPEZ, Heriberto. Nuevo Código de Comercio. Colombia. Editorial Unión Ltda. 2001.

ENCARTA® Enciclopedia Microsoft® 98 Edición Básica © 1993-1997 Microsoft Corporation. Reservados todos los derechos.

LAROUSSE Multimedia Enciclopédico . Ediciones Larouse, S. A México 2000.

- DERECHO LABORAL

ISAZA CADAVID, Germán. Derecho Laboral Aplicado. tercera edición. Colombia. Grupo editorial Leyer. 1998.

PEÑA PEÑA, Rogelio Enrique. Código Sustantivo del Trabajo. duodécima edición. Colombia. Ediciones ECOE. 1996.

VALDES SÁNCHEZ. La Conciliación en el Derecho Laboral. Colombia. Ministerio de Justicia. 1998.

VILLEGAS ARBELAEZ, Jairo. Derecho Administrativo Laboral. Bogotá. Legis. 1998.

CAMPOS RIVERA, Domingo. Derecho Laboral Colombiano. Bogotá. Editorial Temis. 1997.

PARRA GUTIERREZ, William Rene. Derecho Administrativo Laboral. Bogotá. Librería del Profesional. 1996.

- DERECHO TRIBUTARIO

MARTÍN QUERALT, Juan. Derecho Tributario. Pamplona. Editorial Aranzandi. 1998.

ARBELAEZ CARVAJAL, Joaquín. Fundamentos de Derecho Comercial y Tributario. Bogotá Mac Graw Hill. 1993.

FUENTES BERNAL, Juan José. GÁLVEZ NIÑO, Martha Lucia. Estatuto tributario. Bogotá. Instituto Colombiano de Derecho Tributario. 1991.

- GESTION DEL MEDIO AMBIENTE

FERNÁNDEZ VÍTORA, Vicente. Instrumentos de la Gestión Ambiental en la Empresa. España. Ediciones Mundi-Prensa. 1997.

GUNTER, Pauli. Upsizing Ciencia Generativa. Manizales. Instituto ZERI para Latinoamérica y Universidad de Manizales. 1997.

ORTEGA DOMÍNGUEZ, Ramón. MUÑOZ RODRÍGUEZ, Ignacio . Manual de Gestión del Medio Ambiente. España. Editorial MAFRE. 1996.

SEOANDEZ CALVO, Mariano. Auditorias Medioambientales y Gestión medioambiental de la empresa : Ecoauditoría y Ecogestión empresarial. España. Ediciones Mundi – Prensa. 1995.

ROSEMBUJ, Tulio. Los Tributos y La Protección del Medio Ambiente. Madrid. Marcial Pons Ediciones Jurídicas. 1995.

COLOMBIA, Ministerio del Medio Ambiente. Manual de Tratados Internacionales en Medio Ambiente y Desarrollo Sostenible. Bogotá. Imprenta Nacional de Colombia. 1998.

GOODLAND, Robert. Medio Ambiente y Desarrollo Sostenible. Madrid. Editorial Trotta. 1997.

- FORMULACIÓN Y ANÁLISIS ESTRATÉGICO

GIFFORA, Pinchot. Intrapreneuring. México. Editores Castillo. 1995.

SERNA, Humberto. Guía Estratégica. Colombia. 3r Editores. 1998.

- CALIDAD Y MEJORAMIENTO CONTINUO

PHILLIPS, Crosby. Principios de Calidad Total. Editorial Mc Graw Hill. 1995.

JURAN, Josep. Total Quality. México. Editorial Trillas. 1996.

SERNA, Humberto. Administración y Control de la Calidad. Colombia. 3r Editores. 1999.

- DESARROLLO DE LA CAPACIDAD EMPRESARIAL

GOMEZ, Arnulfo. El Empresario Colombiano. Colombia. Editorial La Unión. 2000.

2. SERVICIO

- DISEÑO Y ANÁLISIS DEL SERVICIO

ALBRECHT, Karl. La Revolución del Servicio. Tercera reimpresión. Colombia. Serie empresarial LEGIS. 1992.

AMSDEN M., Davida. Control Estadístico de Procesos. México. Panorama editorial. 1993.

GOMEZ, Serna Humberto. Servicio al Cliente: Métodos de Auditoria y Medición. Colombia. 3r Editores. 1999.

ALBRECH, Karl. La Excelencia en El Servicio. Bogotá. 3r Editores. 1998.

PLANCARTE, Rodrigo. El Servicio Como Poder de Cambio. México. Ediciones Castillo. 1996.

WELLINGTON, Patricia. Como Brindar un Servicio Integral al Cliente. Bogotá. Mac Graw Hill Interamericana. 1997.

- TEORIA DEL SERVICIO

GINEBRA Joan y Arana de la Garza Rafael. Dirección por Servicio. México. Editorial McGraw-Hill. 1993.

KARL Albrecht Y Ron Zemke. Gerencia del Servicio. . Colombia. Legis Editores S.A. 1991.

KARL Albrecht y Lawrence J. Bradford. La Excelencia en el Servicio. Colombia Legis Editores S.A. 1990.

KARL Albrecht Y Ron Zemke. La Revolución del Servicio. Colombia. Legis Editores S.A. 1991.

- GERENCIA DEL SERVICIO

GINEBRA JOAN Y RAFAEL ARANA DE LA GARZA. Dirección Por Servicio. México McGraw- Hill. 1993.

KARL ALBRECHT. La Gerencia del Servicio. Colombia. Legis Editores S.A. Bogotá. 1990.

KARL ALBRECHT. La Revolución del Servicio. Colombia. Legis Editores S.A. Bogotá. 1990.

KARL ALBRECHT Y LAWRENCE J. BRADFORD. La Excelencia en el Servicio. Colombia. Legis Editores S.A. Bogotá. 1990.

LLOYD FINCH. La Cortesía por Teléfono y el Servicio al Cliente. México. Grupo Editorial Iberoamericana S.A. de C.V. 1992.

RICHARD Y CHANG. P. KEITHKELLY. Satisfacer primero a los clientes internos. Buenos Aires. Ediciones Granica Tec. Consultores. 1994

RICHAR F. GERSON. Como medir la Satisfacción del Cliente. México. Grupo Editorial Iberoamericana S.A. de C.V. 1994.

RODRIGUEZ ESTRADA MAURO Y ESCOBAR BORRERO RICARDO. Creatividad en el Servicio. México. Editorial McGraw- Hill 1996

SERNA GOMEZ HUMBERTO Y JHON JAIRO GOMEZ. Auditoria del Servicio. México. Editorial Rameditores CIA Ltda.1996.

TAMAYO Y TAMAYO MARIO. Metodología Formal de la Investigación Científica. México. Editorial Limusa S.A. 1994.

WILLIAM B. MARTIN. Calidad en el Servicio al Cliente. México. Grupo Editorial Iberoamericana S.A. de C.V. 1992.

3. ECONOMICA FINANCIERA

- CONTABILIDAD

KIESO, Donald E. y JERRY J., Weygant. Contabilidad Intermedia. Segunda Edición. México. Editorial Limusa Wiley. 1999.

LARA, Flores Elías. Primer Curso de Contabilidad. México. Editorial Trillas. 1995.

LAWRENCE J., Gitman. Administración Financiera Básica. México. Editorial Harla. 1992.

ORTIZ AMAYA, Héctor. Análisis Financiero Aplicado. Quinta Edición. Bogotá. Externado de Colombia. 1998.

VALDERRAMA BADILLO, Guillermo y GAITÁN, Martha. Modelo para el Análisis Financiero en la Pequeña y Mediana Empresa. Colombia. Universidad Católica de Colombia. Facultad de Economía. 1994.

- ESTADÍSTICA

GERALD, Mentha. Los Test Estadísticos Aplicados a la Empresa. España. Ediciones Deusto. 1994.

- ENCICLOPEDIA MICROSOFT ENCARTA. 1998 – 2000.

Diccionario Enciclopédico Planeta. Quinta Edición. España. Editorial Planeta. 1994.

GIBSON, James L. Las Organizaciones. Wilmington Delaware E.U.A. Editorial Addison – Wesley Iberoamericana. 1994.

ROBERT D., Mason Y DOUGLAS A., Lind. Estadística para Administración y Economía. Colombia. Editorial Alfoomega S.A. 1990.

RICHARD L., Mills. Estadística Inferencial para Economía y Administración. Colombia. EDITORIAL McGraw Hill. 1990.

- ANÁLISIS FINANCIERO

URIAS, Jesús Valiente. Análisis de los Estados Financieros. Segunda Edición. España. Editorial Mc Graw Hill. 1997.

LAWRENC J., Gitman. Administración Financiera Básica. México. Editorial Harla. 1992.

KIESO, Donald E. Y JERRY J., Weygant. Contabilidad Intermedia. Segunda Edición. México. Editorial Limusa Wiley. 1999.

ORTIZ AMAYA, Héctor. Análisis Financiero Aplicado. Quinta Edición. Bogotá. Externado de Colombia. 1998.

VALDERRAMA BADILLO, Guillermo y GAITÁN, Martha. Modelo para el Análisis Financiero en la Pequeña y Mediana Empresa. Colombia. Universidad Católica de Colombia. Facultad de Economía. 1994.

- ECONOMIA

KAUFMAN, George. El Dinero, El sistema Financiero y la Economía. Segunda edición. México. Editorial Trillas. 1993.

MENDEZ, José Silvestre. Fundamentos de Economía. Tercera edición. México. Editorial Harla. 1994.

GOMEZ, Guillermo. Economía. Segunda edición. España. Prentice Hall . 1999.

4. MERCADEO

- MERCADEO

ADRIAN, Payne. Mercadotecnia de Servicios. México. Mc Graw Hill. 1995.

MEJIA, Carlos. Investigación de Mercados. España. Editorial Trillas. 1994.

5. PRODUCCIÓN

CHASE B., Richard. AQUILANO, Nicolas. JACOBS, Robert. Administración de Producción y Operaciones. España. Editorial Irwin Mc Graw Hill. 2000.

6. INSTITUCIONES DE SERVICIO

- ALIMENTOS Y BEBIDAS

BERMÚDEZ R., Mauricio. El hotelero como ser el mejor anfitrión, Colombia. Mc Graw Hill. 1995.

BUENDÍA, Juan Manuel. Organización de Reuniones. México. Trillas Turismo.1996.

D. HAZELWOOD y A. D, Mc Lean. Curso de Higiene para Manipuladores de Alimentos. España. Editoras Acribia. 1994.

MESTRES SOLER, Juan R. Técnicas de Gestión y Dirección Hotelera. España. Ediciones Gestión 2000 S.A, 1995.

REYNOSO RON, Javier. Tratado de Alimentos y Bebidas I: Normas de Servicio. México, Editorial Limusa.1989.

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA. Hotelería –Bares y Restaurantes. Bloque modular mesa. 1989.

MADRID, Moreno J. Higiene de Los Alimentos y Bebidas. Madrid. Calpe. 1999.

SCHEEL MAYENBERG, Adolfo. Control de Alimentos y Bebidas. Bogotá. Universidad Externado de Colombia. 1989.

JURGEN SONELL, Hans. Introducción a La Higiene de Alimentos. Zaragoza. Editorial Acribia. 1981.

- HOTELERAS

MESTRES SOLER, Juan R. Técnicas de Gestión y Dirección Hotelera. España. Ediciones Gestión 2000 S.A. 1995.

BAEZ CASILLAS, Sixto. Hotelería. Editorial Continental. México. 1999.

ESCUELA DALY DE HOSTELERÍA Y TURISMO. Servicios Hoteleros. Volumen 2 y 3. España. Ediciones Daly S.L. 1998.

FOSTER L., Dennis. Recepción en Hotelería: Administración y Operación. México. Mc Graw Hill. 1999.

- CONSULORIA PROFESIONAL

AUDIRAC, Calos Augusto Camarena. ESTAVILLO, Verónica. DOMÍNGUEZ, Alberto. ABC del Desarrollo Organizacional. México. Editorial Trillas. 1997.

KUBR, Milan. La Consultoría de Empresas: Guía para la Profesión. México. Limusa Noriega Editores. 1999.

LAMBERT, Tom. Manual de Consultoría: Como iniciarse y crecer en el mundo de la Consultoría. Gestión 2000. España. 1999.

- EDUCATIVAS

SERRANO Angarita, Manuel. Proyecto Educativo Institucional. Santafé de Bogotá. Ediciones Case. 1995.

PEÑATE, Montes Luzardo R. Administración de Instituciones Educativas. Colombia. Editorial Iberoamericana. 1996.

SALUD

MALAGÓN LONDOÑO. Auditoria en Salud. Bogotá. Editorial médica Panamericana. 1998.

HOWARD S., Rowland y ROWLAND L., Beatrice. Gerencia de Hospitales. Bogotá. Editorial médica Panamericana. 1999.

GALÁN MORERA, Ricardo y PONTÓN Laverde, Gabriel. Administración Hospitalaria. Colombia. Editorial Interamericana. 1990.

- BANCOS

MILKON, George. Bancos. Buenos Aires. 1994.

MORALES, Pedro. Instituciones Financieras Colombianas. Segunda edición. Buenos Aires. 1994.

- COMERCIO

RYAN, William. Principios de Comercialización. España. Editorial Acribia. 1994.

CAMARA DE COMERCIO. Comercio Exterior. Colombia. Ministerio de Comercio. 1997.

SENA, Autoadministración de los Condominios. Colombia. SENA. 1998.

7. OTRAS FUENTES BIBLIOGRAFICAS

L WAFIK – A.M Chauvel. Administración de la Producción. Editorial. Mc Graw Hill 1984.

LAWRENCE J., Gitman. Administración Financiera Bancaria. España. Editorial. Marla. 1990.

JHON TSCHOH Steve. Alcanzando la Excelencia Mediante el Servicio al Cliente. España. Ediciones de Santos S.A 1994.

BERNARD, Katz. Como Gerenciar el Servicio al Cliente. Colombia. Fondo Editorial Legis. 1989.

JACKES, Horoultz. La Calidad del Servicio a la Conquista del Cliente. Mc Graw Hill España. SANTESMASES, M; Migue. Términos de Márketing. Editorial. Pirámide. 1996

STANTON, William, Fundamentos de márketing. México. Editorial. Mc Graw Hill. 1998

WONNACOTT, Paul. Economía. Colombia. Editorial. Mc Graw Hill. 1989.

VELEZ, Amparo Y CALVO Gloria, Análisis de la Investigación en la Formación de Investigadores. 9 Años de Maestría en la Educación en la Universidad de la Sabana. Estado del Arte y del conocimiento. Universidad de la Sabana. Santafé de Bogotá. 1992

ANEXOS

LISTADO DE BIBLIOGRAFÍA DE: ADMINISTRACION, SERVICIO Y PRODUCCIÓN (1990 AL 2001)

658.409
M156t

Mackenzie, Alec

Tiempo para el éxito : establecimiento de tiempos y metas / Alec, Mackenzie

. --México : Editorial McGraw-Hill, 1991

202 p.

Tr. por Rosa María Rosas Sánchez

Incluye apéndice e índice analítico

TIEMPO / EXITO / PERCEPCION DEL TIEMPO

ISBN: 968-422-843-0

Existencias: 038340 Ej.1 039227 Ej.2 040253 Ej.3 040254 Ej.4

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658.562
C949ca

Crosby, Philip B.

Calidad sin lágrimas : el arte de administrar sin problemas / Philip B. Crosby ; tr. Alberto García

Mendoza, --

. --México : Compañía Editorial Continental, 1990.

211 p.

CALIDAD DE LOS PRODUCTOS / CONTROL DE CALIDAD

García Mendoza, Alberto , tr.

ISBN: 968-26-1114-8

Existencias: CT - 037900 Ej.1 CT - 039222 Ej.2

658
M153c

Mackay, Harvey

Cúdate del hombre desnudo que te ofrece su camisa : haga lo que le guste hacer, ame lo que hace y dé más de lo que promete / Harvey, Mackay

. --México : Editorial McGraw-Hill, 1990

xv, 417 p.

Incluye índice

ADMINISTRACION DE EMPRESAS / SERVICIO AL CLIENTE

ISBN: 968-422-774-4

Existencias: 039221 Ej.2

658.45
W238s

Walton, Donald

¿Sabe usted comunicarse? : un gerente que no sabe comunicarse no puede tener éxito / Donald, Walton
. --Bogotá : Editorial McGraw-Hill, 1991
286 p. : il
Tr. por Silvia Gómez de Jaramillo
Incluye índice
COMUNICACION EN ADMINISTRACION / DIRECTORES DE COMPAÑIAS / ARTES DEL LENGUAJE
ISBN: 958-600-069-9
Existencias: 038339 Ej.1 039220 Ej.2

658.8
N778m

Nogueira Cobra, Marcos Henrique
Marketing de servicios : conceptos y estrategias / Marcos Henrique, Nogueira Cobra; Flávio Arnaldo, Zwarg
. --Bogotá : Editorial McGraw-Hill, 1991
279 p. : il
SERVICIO AL CLIENTE / MERCADEO
Zwarg, Flávio Arnaldo
ISBN: 958-600-063-X
Existencias: 038343 Ej.1 039218 Ej.2 039219 Ej.3

SALA DE ARTES Y HUMANIDADES

658.568
V371c

Vaughn, Richard C.
Control de calidad / Richard C. Vaughn. --
. --México : Editorial Limusa ; Grupo Noriega Editores, 1990.
293 p. : gráf.
Incluye apéndice e índice
CONTROL DE CALIDAD / MUESTREO DE ACEPTACION (CONTROL DE CALIDAD)
ISBN: 968-18-1315-4
Existencias: AH - 039256 Ej.1

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658.787
B929s

Buffa, Elwood S.
Sistemas de producción e inventario : planeación y control / Elwood S. Buffa ; William H. Taubert. --
. --México : Editorial Limusa ; Grupo Noriega Editores, 1990.
576 p. : gráf.
Incluye apéndices e índice
INVENTARIOS / ADMINISTRACION DE LA PRODUCCION / CONTROL DE INVENTARIOS
Taubert, William H.
ISBN: 968-18-0576-3
Existencias: CT - 039266 Ej.1

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658.5
V432a

Velázquez Mastretta, Gustavo
Administración de los sistemas de producción / Gustavo Velázquez Mastretta. --
-- 5a ed. -- . --México : Editorial Limusa ; Grupo Noriega Editores, 1990.
290 p. : gráf.
Incluye bibliografía en cada capítulo
PRODUCCION / ADMINISTRACION DE LA PRODUCCION
ISBN: 968-18-0154-7
Existencias: CT - 039265 1990 Ej.1

658.40285
M613i

Meyer, N. Dean
La informática en la gerencia : una inversión estratégica y productiva / N. Dean, Meyer; Mary E., Boone

- . --Bogotá : Legis, 1990
390 p.
Colección Fondo editorial Legis. Serie empresarial
Incluye apéndices e índices
VALOR AGREGADO / INFORMATICA / INNOVACIONES TECNOLOGICAS
Boone, Mary E.
ISBN: 958-9042-89-2
Existencias: 037832 Ej.1 039331 Ej.2
- 658.402
D396c
Denison, Daniel R.
Cultura corporativa y productividad organizacional / Daniel R., Denison
. --Bogotá : Legis, 1991
238 p. : il
Serie Empresarial
Incluye apéndices e índice
PRODUCTIVIDAD INDUSTRIAL / CAMBIO ORGANIZACIONAL
ISBN: 958-653-006-X
Existencias: 039242 Ej.1 039243 Ej.2 043190 Ej.3 043191 Ej.4
- 658.8
G492d
Ginebra, Joan
Dirección por servicio : la otra calidad / Joan, Ginebra; Rafael, Arana de la Garza
. --México : Editorial McGraw-Hill, 1990
240 p. : il
Serie empresarial
Incluye bibliografía e índice
SERVICIO AL CLIENTE / CONTROL DE CALIDAD / DIRECTORES DE COMPAÑIAS
Arana de la Garza, Rafael
ISBN: 968-422-817-1
Existencias: 038345 Ej.1 039217 Ej.2
- 658.4
A666t
Arboleda Palacio, Gonzalo
Técnicas de gerencia : módulo autoformativo / Gonzalo, Arboleda Palacio
. --Bogotá : ESAP, 1991
394 p. : il
Biblioteca básica de administración municipal
Incluye bibliografía
DIRECTORES DE COMPAÑIAS / CAMBIO ORGANIZACIONAL / COMUNICACION EN ADMINISTRACION
ISBN: 958-652-044-7
Existencias: 039277 Ej.1
- 659.2
G213i
Garbett, Thomas F.
Imagen corporativa : cómo crearla y proyectarla / Thomas F., Garbett
. --Bogotá : Legis, 1991
233 p.
Serie empresarial
Tr. por Teresa Niño Torres; rev. téc. de Humberto Serna Gómez
RELACIONES PUBLICAS / COMUNICACION EN ADMINISTRACION / IMAGEN Y DISEÑO CORPORATIVO
ISBN: 958-653-002-7
Existencias: 039246 Ej.1 039247 Ej.2
- 658.8
Ch532m
Chías, Josep
El mercado son personas / Josep, Chías
. --Madrid : Editorial McGraw-Hill, 1991
107 p. : il
Serie McGraw-Hill de management
Incluye apéndice y bibliografía
SERVICIOS DE GESTION / SERVICIOS ADMINISTRATIVOS / SERVICIOS AL CLIENTE / MERCADEO

ISBN: 84-7615-601-4
Existencias: 038344 Ej.1 039226 Ej.2

658.31
A737g

Armstrong, Michael

Gerencia de recursos humanos : integrado el personal y la empresa / Michael, Armstrong
. --Bogotá : Legis, 1991
266 p.
Serie empresarial
Tr. por Teresa Niño Torres
Incluye índice
RECURSOS HUMANOS / CAMBIO ORGANIZACIONAL
ISBN: 958-653-012-4
Existencias: 039244 Ej.1 039245 Ej.2 041322 Ej.3

GENERAL

658.812
A341e

Albrecht, Karl

La excelencia en el servicio : [cómo identificar y satisfacer las expectativas y necesidades del cliente]
/ Karl, Albrecht y Lawrence J. Bradford ; tr. Jesús Villamizar Herrera ; rev. téc. Humberto Serna Gómez. --
. --Bogotá : Legis Editores, 1990.
236 p. : il. --
Colección Fondo editorial Legis. Serie empresarial
Incluye índice
VENEDORES Y ARTE DE VENDER / SERVICIO AL CLIENTE / SATISFACCION DEL CLIENTE / RELACIONES
CON LOS CLIENTES / CALIDAD TOTAL EN SERVICIOS
Bradford, Lawrence J.; Villamizar Herrera, Jesús, tr.; Serna Gómez, Humberto, rev. téc.
ISBN: 958-9042-91-0
Existencias: G - 037833 Ej.1 G - 038140 Ej.2

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658.568
S471m

Seminario Internacional sobre Gestión de Calidad y Productividad como Estrategia de Desarrollo (1§ : 1990,
Jun.13-15 : Cartagena)1

Memorias / 1990, Jun.13-15 : Seminario Internacional sobre Gestión de Calidad y Productividad como
Estrategia de Desarrollo (1§ :
. --Bogotá : Departamento Nacional de Planeación, 1990.
441 p.
CONTROL DE CALIDAD / PRODUCTIVIDAD INDUSTRIAL
Departamento Nacional de Planeación
Existencias: CT - 039216 Ej.1

658.017
M519c

Melendo Granados, Tomás

Las claves de la eficacia empresarial : (un reto a los empresarios españoles) / Tomás, Melendo
Granados
. --Madrid : Ediciones Rialp, 1990
188 p.
Colección Empresa y humanismo; no.4
Incluye conclusión
ADMINISTRADORES DE EMPRESAS-ETICA PROFESIONAL / HUMANIZACION DEL TRABAJO
ISBN: 84-321-2583-0
Existencias: 037702 Ej.1 038597 Ej.2 039635 Ej.3 042905 Ej.4

658
K82a

Koontz, Harold

Administración / Harold, Koontz; Heinz, Wehrich
-- 9a ed. --México : Editorial McGraw-Hill, 1990
771 p. : il
Tr. Marco Antonio Malfavón Martínez ; rev. tec. Luis Fernando Cabrera Mir
Incluye glosario e índices y referencias y lecturas complementarias al final de cada capítulo

ADMINISTRACION DE EMPRESAS

Wehrich, Heinz

ISBN: 968-422-562-8

Existencias: 037895 Ej.1 037896 Ej.2 037897 Ej.3 037898 Ej.4 037899 Ej.5 040691 Ej.6

658.404

B116e

Baca Urbina, Gabriel

Evaluación de proyectos : análisis y administración del riesgo / Gabriel, Baca Urbina

-- 2a ed. --México : Editorial McGraw-Hill, 1990

284 p.

Rev. téc. de Leonardo Vergara Nava

Incluye bibliografía en cada capítulo e índice alfabético

EVALUACION DE PROYECTOS / ESTUDIOS DE MERCADO

ISBN: 968-422-775-5

Existencias: 039687 Ej.1 040257 Ej.2

658.568

G633c

Gómez Saavedra, Eduardo

El control total de la calidad : como una estrategia de comercialización / Eduardo, Gómez Saavedra

. --Bogotá : Legis, 1991

350 p.

Colección Manuales prácticos para gerentes

Incluye anexos y bibliografía

CONTROL DE CALIDAD / MERCADEO

ISBN: 958-653-017-5

Existencias: 039228 Ej.1 041324 Ej.2 041325 Ej.3 041698 Ej.4

658.5

S955i

Sumanth, David J.

Ingeniería y administración de la productividad : medición, evaluación, planeación y mejoramiento de la productividad en las organizaciones de manufactura y servicio / David J., Sumanth

. --México : Editorial McGraw-Hill, 1990

547 p.

Tr. por Marcia González Osuna, rev. téc. de Agustín Cue Mancera

Incluye preguntas en cada capítulo, apéndices, bibliografía e índice

ADMINISTRACION DE LA PRODUCCION / PRODUCCION

ISBN: 968-422-728-0

Existencias: 039751 Ej.1

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658.3

L933s

1990

Lucas Marín, Antonio

Sociología de la empresa / Antonio Lucas Marín. --

-- 4a ed. ampl. -- . --Madrid : Ibérico Europea de Ediciones, 1990.

285 p. --

Colección La empresa moderna ; no. 1

Incluye bibliografía

ADMINISTRACION DE EMPRESAS-ASPECTOS SOCIALES / SOCIOLOGIA INDUSTRIAL / SOCIEDAD

INDUSTRIAL / SATISFACCION EN EL TRABAJO / RELACIONES INDUSTRIALES

ISBN: 84-256-0365-X

Existencias: CT - 039803 Ej.1

658.402

O35m

1992

Ogliastri Uribe, Enrique

Manual de planeación estratégica : teoría, aplicaciones y casos / Enrique, Ogliastri Uribe

- 6a ed. --Bogotá : Tercer Mundo ; Uniandes, 1992
 260 p. : il
 Colección 40 años Uniandes
 Incluye bibliografía y casos
 CASOS EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS / CAMBIO ORGANIZACIONAL - MANUALES / ANALISIS DE
 MERCADEO / PLANEACION ESTRATEGICA - MANUALES
 ISBN: 958-601-203-4
Existencias: 039799 Ej.1 039800 Ej.2 039801 Ej.3
- 658.4032
 D249g
 David, Fred R.
La gerencia estratégica / Fred R., David; tr. Eduardo, Calado Noguera; rev. téc. Humberto, Serna
 Gómez
 . --Bogotá : Legis, 1990 (impresión de 1991)
 370 p.
 Serie Empresarial
 Incluye índice de materiales
 ADMINISTRACION DE EMPRESAS / PLANIFICACION ESTRATEGICA / TOMA DE DECISIONES
 Yerian, Theodore; Stewart, Jeffrey R.
 ISBN: 958-9042-39-2
Existencias: 039937 Ej.2
- 658.16
 B972n
 Burrough, Bryan
Nabisco : la toma de un imperio / Bryan, Burrough; John, Helyar
 . --Barcelona : Norma, 1991
 598 p.
 ADMINISTRACION DE EMPRESAS - RELATOS PERSONALES / NABISCO / ESPECULACIONES MERCANTILES /
 FUSIONES DE EMPRESAS
 Helyar, John
 ISBN: 958-04-1401-7
Existencias: 039815 Ej.1
- 657.45
 R696s
 Rodríguez Valencia, Joaquín
Sinópsis de auditoría administrativa / Joaquín, Rodríguez Valencia
 -- 6a ed. --México : Editorial Trillas, 1990
 297 p.
 Incluye bibliografía e índice analítico
 AUDITORIA ADMINISTRATIVA
 ISBN: 968-24-3812-8
Existencias: 038575 Ej.1
- 658
 A637a
 1990
 Anzola Castillo, Iván Eugenio
Administración : un enfoque de integración / Iván Eugenio, Anzola Castillo
 -- 2a ed. --Bogotá : Ediciones Universidad de La Sabana, 1990
 164 p. : il
 Incluye bibliografía y glosario
 ADMINISTRACION / PROCESO - ADMINISTRACION
 ISBN: 958-12-0096-7
Existencias: 036737 Ej.1 036738 Ej.2 036739 Ej.3 036741 Ej.5 036952 Ej.6 036953 Ej.7
- 658.017
 V567
 Llano Cifuentes, Carlos
La vertiente humana del trabajo en la empresa / Carlos, Llano Cifuentes; Juan Antonio, Pérez López;
 George, Gilder; Leonardo, Polo Barrena
 . --Madrid : Ediciones Rialp, 1990
 143 p.
 Colección Empresa y humanismo; no.2
 Pról. de Miguel Bastons

ADMINISTRACION DE EMPRESAS / ETICA EN LOS NEGOCIOS
Pérez López, Juan Antonio; Gilder, George; Polo Barrera, Leonardo
ISBN: 84-321-2568-7
Existencias: 037922 Ej.1 038596 Ej.2 045717 Ej.3

658.017
LL791e

Llano Cifuentes, Carlos
El empresario y su acción / Carlos, Llano Cifuentes
. --Bogotá : Editorial McGraw-Hill, 1991
170 p.
Serie empresarial
Incluye notas en cada capítulo
ADMINISTRACION DE EMPRESAS - ETICA PROFESIONAL
ISBN: 968-422-812-0
Existencias: 038349 Ej.1 041329 Ej.2 041330 Ej.3

658.42
M962c

Mumford, Alan
Cómo desarrollar el talento gerencial : un programa eficaz para formar ejecutivos de alto nivel / Alan, Mumford
. --Barcelona : Norma, 1990
275 p. : il
Tr. Margarita Cárdenas
Incluye índice
EJECUTIVOS -ENTREVISTAS / CAPACITACION DE EJECUTIVOS / EJECUTIVOS - VIDA SOCIAL Y COSTUMBRES
ISBN: 958-04-1000-3
Existencias: 035807 Ej.1

658.31
W499a

Werther, William B.
Administración de personal y recursos humanos / William B., Werther; Keith, Davis
-- 3a ed.. --México : Editorial McGraw-Hill, 1991
395 p. : il
Tr. por Joaquín Gómez Mejía; rev. tec. María Cristina Huerta Sobrino
Incluye sumario, verificación de términos preguntas para verificación y análisis en cada capítulo, apéndices, glosario e índice analítico
ADMINISTRACION DE PERSONAL / RECURSOS HUMANOS
Davis, Keith
ISBN: 968-422-792-2
Existencias: 038354 Ej.1

658.3128
D441c

Desatnick, Robert L.
Cómo conservar su clientela / Robert L., Desatnick
. --Bogotá : Legis, 1990
169 p.
Serie Empresarial
Tr. por Eduardo Calado Noguera; rev. téc. Humberto Serna Gómez
Incluye índice
SERVICIO AL CLIENTE / ADMINISTRACION DE PERSONAL
ISBN: 958-9042-69-4
Existencias: 036566 Ej.1 037068 Ej.2 037069 Ej.3

658.562
C949c

Crosby, Philip B.
La calidad no cuesta : el arte de cerciorarse de la calidad / Philip B., Crosby
. --México : Continental, 1990
238 p.

Tr. por Octavio Díaz García de León
Incluye guía de lectura rápida
CALIDAD DE LOS PRODUCTOS / CONTROL DE CALIDAD
ISBN: 968-26-0942-9
Existencias: 037883 Ej.1

658.562
C949h

Crosby, Philip B.

Hablemos de calidad : 96 preguntas que siempre deseó usted plantear a Phil Crosby / Philip B., Crosby
. --Bogotá : Editorial McGraw-Hill, 1990
235 p.
Tr. por Roberto Haas García
Incluye índice
PREGUNTAS Y RESPUESTAS (CALIDAD) / CONTROL DE CALIDAD
ISBN: 968-42-676-4
Existencias: 038337 Ej.1

658.568
M339g

Mariño Navarrete, Hernando

Gerencia de la calidad total / Hernando, Mariño Navarrete
-- 4a ed. --Bogotá : Tercer Mundo, 1991
243 p.
incluye bibliografía e índice de cuadros y figuras
CONTROL DE CALIDAD / CALIDAD DE LOS PRODUCTOS / CALIDAD TOTAL EN GERENCIA
ISBN: 958-601-259-X
Existencias: 038546 Ej.1

658.568
L818c

Lockyer, Keith

Control de calidad y producción industrial / Keith, Lockyer; Acheson J., Duncan
. --México : Alfaomega, 1990
3 v. : il
Versión en español Rafael García Díaz, con la colaboración de José Luis Rocha Domínguez
Incluye apéndices e índices en cada volumen
CONTROL DE CALIDAD / PRODUCCION / CALIDAD DE LOS PRODUCTOS
Duncan, Acheson J.
ISBN: 9242-00-6 (O.C.)
Existencias: 037903 v.1 037904 v.2 037905 v.3

658.4
A417g

Allan, Jane

El gerente receptivo : cómo desarrollar habilidades y resolver problemas humanos / Jane, Allan
. --Bogotá : Legis Editores, 1990
324 p.
Serie empresarial legis
DIRECTORES DE COMPAÑIAS \{HABILIDADES GERENCIALES\} / ADMINISTRACION DE PERSONAL
ISBN: 958-9042-83-X
Existencias: 037061 Ej.1

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658.8
H816c

Horovitz, Jacques

La calidad del servicio / Jacques Horovitz ; rev. téc. José Santos Arrebola. --
. --Madrid : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1991.
105 p. : il. --
Serie McGraw-Hill de management
Incluye autodiagnóstico en cada capítulo y bibliografía
SERVICIO AL CLIENTE
Santos Arrebola, José, rev. téc.

ISBN: 84-7615-570-0

Existencias: CT - 038347 Ej.1 CT - 040258 Ej.2 CT - 040259 Ej.3

GENERAL

658.409

C565I

Ciampa, Dan

Liderazgo industrial / Dan, Ciampa; tr. Jesús, Villamizar Herrera; rev.téc. Humberto, Serna Gómez

. --Bogotá : Legis, 1990

209 p. : il

Serie Empresarial

Incluye índice

LIDERAZGO / ADMINISTRACION INDUSTRIAL / CLIMA ORGANIZACIONAL / CALIDAD TOTAL

Villamizar Herrera, Jesússtr.; Serna Gómez, Humbertorev.téc.

ISBN: 958-9042-63-5

Existencias: G - 036563 Ej.1

658.8

L431i

Lazarus, George

Inmunidad al mercadeo / George, Lazarus; Bruce, Wexler

. --Bogotá : Legis, 1990

198 p. : il

Serie empresarial

Tr. Eduardo Calado Noguera, rev. téc. Humberto Serna Gómez

Incluye índice

MERCADEO / CONSUMIDORES / ANALISIS DE MERCADEO

Wexler, Bruce

ISBN: 958-9042-56-2

Existencias: 036564 Ej.1 041785 Ej.2

658.8

M113e

Mclver, Colin

El espejismo del mercadeo : cómo volverlo una realidad / Colin, Mclver

. --Bogotá : Legis, 1990

242 p. : il

Serie empresarial

Tr. por Jesús Villamizar Herrera; rev. téc. Humberto Serna Gómez

Incluye índice

MERCADEO / MERCADEO - PRINCIPIOS

ISBN: 958-9042-54-6

Existencias: 036567 Ej.1

658.81

S587p

Silverman Goldzimer, Linda

!Primero estoy yo! : el mensaje que sus clientes le transmiten a usted / Linda, Silverman Goldzimer

. --Bogotá : Norma, 1990

253 p.

Desarrollo gerencial

Tr. por Adriana de Hassan, con la colaboración de Gregoriy L. Beckmann

Incluye apéndices e índice

VENDEDORES Y ARTE DE VENDER / CONSUMIDORES - COLOMBIA

ISBN: 958-04-1027-5

Existencias: 038333 Ej.1 038334 Ej.2

658.4

R884I

Rowntre, Derek

Listas de verificación para el gerente : guía práctica para mejorar sus habilidades de gestión empresarial / Derek, Rowntre; Carlos E., Restrepo S.

. --Bogotá : Norma, 1991

308 p.

DIRECTORES DE COMPAÑIAS / GESTION INDUSTRIAL

Restrepo S., Carlos E.

ISBN: 958-04-1253-7

Existencias: 038341 Ej.1 038342 Ej.2

GENERAL

658.4
V217f

Van Der Erve, Marc

El futuro de la gerencia / Marc, Van Der Erve; tr. Eduardo, Calado Noguera; rev.téc. Humberto, Serna Gómez

. --Bogotá : Legis, 1990

243 p. : il

Serie Empresarial

Incluye anexos e índice

DIRECTORES DE COMPAÑIAS / CAMBIO ORGANIZACIONAL / VISION / CULTURA EMPRESARIAL

Calado Noguera, Eduardotr.; Serna Gómez, Humbertorev.téc.

ISBN: 958-9042-92-9

Existencias: G - 037828 Ej.1 G - 024199 Ej.2 G - 024200 Ej.3 G - 024201 Ej.4

658.40023

K11c

Katz, Bernard

Cómo gerenciar el servicio al cliente / Bernard, Katz

. --Bogotá : Legis, 1990

196 p. : il

Serie empresarial

Tr.Teresa Niño Torres, rev. téc.Humerto Serna Gómez

Incluye índice

ADMINISTRACION DE EMPRESAS / SERVICIO AL CLIENTE

ISBN: 958-9042-68-6

Existencias: 036604 Ej.1 037063 Ej.2 037064 Ej.3

658.834

M399f

Mason, J. Barry

Fundamentos de comercio al menudeo / J. Barry, Mason; Mayer L., Morris; Hazel F., Ezell

. --México : Continental, 1990

630 p. : il

Incluye glosario

COMERCIO MINORISTA / CONSUMIDORES

Morris, Mayer L.; Ezell, Hazel F.

ISBN: 968-26-0791-4

Existencias: 037887 Ej.1

658.401

K58g

Kirby, Tess

El gerente que sí puede : cómo hacer que sus empleados corran riesgos, actúen y hagan las cosas bien / Tess, Kirby

. --Barcelona : Norma, 1990

201 p.

Desarrollo gerencial

Tr. por Margarita Cárdenas

DIRECTORES DE COMPAÑIAS / TOMA DE DECISIONES / ADMINISTRACION DE PERSONAL

ISBN: 958-04-1209-X

Existencias: 038335 Ej.1 038336 Ej.2

658.402

A715m

Aristizabal Ariza, Santiago

Modelos de organización y métodos / Santiago, Aristizabal Ariza

-- 2a ed. --Bogotá : Legis, 1990

2 v.

Colección Manuales prácticos para gerentes

ORGANIZACION INDUSTRIAL / ORGANIZACION - MODELOS

ISBN: 958-9042-21-X (O.C.)

Existencias: 037834 v.1 037835 v.2

658.04861

P164h

Pallares Villegas, Zoilo

Hacer empresa, un reto : cómo desarrollar empresas en Colombia / Zoilo, Pallares Villegas; Diego, Romero Buj

. --Bogotá : Laser graf Ltda, 1990

142 p. : il

Incluye anexos

EMPRESAS - COLOMBIA

Romero Buj, Diego

ISBN: 958-9229-00-X

Existencias: 036298 Ej.1 036299 Ej.2

658.835

F962i

Fuld, Leonard M.

Inteligencia comercial : técnicas para analizar la competencia / Leonard M., Fuld

. --Bogotá : Legis, 1990

210 p. : il

Serie Empresarial

Tr. por Jesús Villamizar Herrera; rev. téc. Humberto Serna Gómez

Incluye apéndice

MERCADEO / OFERTA Y DEMANDA

ISBN: 958-9042-72-4

Existencias: 036562 Ej.1

658.022

R441i

Retzler, Kathryn

Inicie su negocio de servicio y hágalo prosperar / Kathryn, Retzler

. --México : Continental, 1990

266 p. : il

Tr. por Alfonso Vasseur Wells

Incluye apéndices, bibliografía y lista de comprobación del triunfador

SERVICIO AL CLIENTE / NEGOCIOS PEQUEÑOS - ADMINISTRACION / ADMINISTRACION DE EMPRESAS

ISBN: 968-26-1120-2

Existencias: 037886 Ej.1

659.07

A841c

Aspíllaga Pazos, Carmela

Capacidad educativa de la publicidad / Carmela, Aspíllaga Pazos

. --Piura : Universidad de Piura, 1990

185 p.

Incluye bibliografía e índice

PUBLICIDAD EDUCATIVA / PUBLICIDAD - ENSEÑANZA

Existencias: 036221 Ej.1 044628 Ej.2

659.2

P831c

Poppe, Fred C.

50 reglas para mantener contentos a sus clientes / Fred C., Poppe

. --Bogotá : Editorial McGraw-Hill, 1990

72 p. : il

Tr. Roberto A. Haas G.

Incluye bibliografía e índice

RELACIONES PUBLICAS

ISBN: 968-422-513-X

Existencias: 036290 Ej.1

658

LL791e

LLano Cifuentes, Carlos

El empresario y su mundo : tópicos de la empresa / Carlos, LLano Cifuentes

. --Bogotá : Editorial McGraw-Hill, 1991

202 p. : il
Serie Empresarial
Incluye notas en cada capítulo
ADMINISTRACION DE EMPRESAS
ISBN: 968-422-811-2
Existencias: 038348 Ej.1 041327 Ej.2 041328 Ej.3

658.15
C346a

Castañeda González, Carlos Arturo
Administración financiera / Carlos Arturo, Castañeda González
. --Bogotá : ESAP-Publicaciones, 1990
253 p. : il
Biblioteca básica de administración municipal
Incluye tablas y bibliografía
ADMINISTRACION FINANCIERA
Existencias: 037793 Ej.1

658.408
A191li

Adair, John
Líderes, no jefes / John, Adair
. --Bogotá : Legis, 1990
310 p. : il
Colección fondo editorial Legis. Serie empresarial
Tr. Teresa Niño Torres; rev. téc. Humberto Serna Gómez
Incluye apéndices e índices
LIDERAZGO
ISBN: 958-9042-92-9
Existencias: 037831 Ej.1

658.409
S339c

Schlenger, Sunny
Cómo organizar productivamente su tiempo y su lugar de trabajo : de acuerdo con su estilo personal /
Sunny, Schlenger; Roberto, Roesch
. --Bogotá : Norma, 1991
211 p.
Desarrollo gerencial
Tr. Jorge Cárdenas Nannetti
Incluye índice
TIEMPO / ESTUDIO DE TIEMPOS / PERCEPCION DE TIEMPO
Roesch, Roberto
ISBN: 958-04-1030-5
Existencias: 038331 Ej.1 038332 Ej.2

658.409
S485d

Sérieyx, Hervé
El desprecio cero / Hervé, Sérieyx
. --Bogotá : Editorial McGraw-Hill, 1991
154 p.
Serie McGraw-Hill de management
Tr. Rafael Lefort
Incluye anexos
DIRECCION POR OBJETIVOS / EXITO / INNOVACIONES TECNOLOGICAS \{ADMINISTRACION DE
EMPRESAS\}
ISBN: 84-7615-595-6
Existencias: 038346 Ej.1

GENERAL

658.15937
D964r
1998

Durón García, Carlos

El restaurante como empresa / Carlos, Durón García
. --México : Editorial Trillas, 1998
124 p. : il
Serie Trillas turismo
Incluye bibliografía
RESTAURANTES, CAFETERIAS, ETC. - ADMINISTRACION / ADMINISTRACION DE RESTAURANTES
ISBN: 968-24-5614-2
Existencias: G - 036247 Ej.1

GENERAL

658.18
W342p

Watson, Thomas J.
Padre, hijo & Cia. : mi vida en la IBM y más allá / Thomas J., Watson; Peter, Petre; tr. Jorge, Cárdenas Nannetti
. --Bogotá : Norma, 1991
491 p.
Colección Empresas y empresarios
Incluye índice
IBM - HISTORIA / EMPRESAS INTERNACIONALES
Petre, Peter; Cárdenas Nannetti, Jorgetr.
ISBN: 958-04-1254-5
Existencias: G - 038356 Ej.1 G - 038357 Ej.2

658.008
B979

Echeverry Romero, Rubén Darío, comp.
En busca de una administración para América Latina : experiencias y desafíos / comp. Rubén Darío, Echeverry Romero; comp. Alain, Chanlat; comp. Carlos, Dávila Ladron de Guevara
. --Bogotá : La Oveja Negra, 1990
394 p.
Colección Administración y sociedad; v.1
Con la colaboración de Guillermo Camacho
Coedición HEC-CETAI \{Montreal, Canadá\} y Universidad del Valle, Facultad de Ciencias de la Administración \{Cali, Colombia\}
ADMINISTRACION DE EMPRESAS - AMERICA LATINA
Chanlat, Alaincomp.; Dávila Ladron de Guevara, Carloscomp.
ISBN: 958-06-067-2
Existencias: 039453 Ej.1

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

R
658.5
E55

La empresa : dirección y administración. -- . --Barcelona : Plaza y Janés, 1990.
3 v. : il
Contenido : v.1: La producción en la empresa. -- v.2: Técnicas de producción. -- v.3: La estrategia industrial
PRODUCCION (TECNICAS) / ADMINISTRACION DE LA PRODUCCION / PLANEACION ESTRATEGICA
ISBN: 84-01-61169-5 (O. C.)
Existencias: CT - 038063 Ej.1 v.1 CT - 038064 Ej.1 v.2 CT - 038065 Ej.1 v.3 CT -
049715 Ej.2 v.1 CT - 049716 Ej.2 v.2 CT - 049717 Ej.2 v.3

658.568
H249c

Hansen, Bertrand L.
Control de calidad : teoría y aplicaciones / Bertrand L., Hansen; Prabhakar M., Ghare
. --Madrid : Díaz de Santos, 1990
549 p. : gráf
Incluye bibliografía, apéndice e índice
CONTROL DE CALIDAD
Ghare, Prabhakar M.
ISBN: 84-87189-31-8
Existencias: 040191 Ej.1 040192 Ej.2

658.3

B945p

Burack, Elmer H.

Planificación y aplicaciones creativas de recursos humanos : una orientación estratégica / Elmer H.,

Burack

. --Madrid : Díaz de Santos, 1990

591 p. : grafs

Tr. I. M^a Martínez de Oñate

Incluye resumen y referencias en cada capítulo

ADMINISTRACION DE PERSONAL / RECURSOS HUMANOS / DIRECTORES DE COMPAÑIAS

ISBN: 84-87189-59-8

Existencias: 040185 Ej.1 040186 Ej.2 040846 Ej.3

658.402

B289e

Bartlett, Christopher A.

La empresa sin fronteras : la solución transnacional / Christopher A., Bartlett; Sumantra, Ghoshal

. --Madrid : Editorial McGraw-Hill, 1991

274 p.

Serie McGraw-Hill de management

Tr. Isabel Botella Cifuentes

Incluye apéndice, bibliografía e índice

EJECUTIVOS DE NIVEL SUPERIOR / MODERNIZACION / CAMBIO ORGANIZACIONAL / ORGANIZACION

INDUSTRIAL

Ghoshal, Sumantra

ISBN: 84-7615-678-2

Existencias: 040189 Ej.1 040190 Ej.2 041967 Ej.3

658.409

V984n

Vroom, Victor H.

El nuevo liderazgo : dirección de la participación en las organizaciones / Victor H., Vroom; Arthur G.,

Jago

. --Madrid : Díaz de Santos, 1990

286 p.

Incluye apéndices, obras de consulta, acreditaciones e índice

LIDERAZGO / DIRECTORES DE COMPAÑIAS / TOMA DE DECISIONES

Jago, Arthur G.

ISBN: 84-87189-45-8

Existencias: 040201 Ej.1 040202 Ej.2

658.40714

O24l

Odiorne, George S.

El lado humano de la dirección : dirección por integración y autocontrol / George S., Odiorne

. --Madrid : Díaz de Santos, 1990

202 p.

Incluye bibliografía, índice analítico e información sobre el autor

DIRECTORES DE COMPAÑIAS / DIRECCION POR OBJETIVOS / TECNICAS ADMINISTRATIVAS

ISBN: 84-87189-28-8

Existencias: 040203 Ej.1 040204 Ej.2 044086 Ej.3

658

R119i

Rachman, David J.

Introducción a los negocios / David J., Rachman; Michael H., Mescon; Courtland L., Bovée; John V.,

Thill

-- 6a ed. --Santafé de Bogotá : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1991

694 p. : il

Tr. Augusto Alvarez Collazos

Incluye referencias, créditos fotográficos, créditos e ilustraciones de texto, glosario e índices

ADMINISTRACION DE EMPRESAS / NEGOCIOS

Mescon, Michael H.; Bovée, Courtland L.; Thill, John V.

ISBN: 958-600-055-9

Existencias: 040213 Ej.1 040214 Ej.2 040215 Ej.3

658.4

J37d

Jarillo, José Carlos

Dirección estratégica / José Carlos, Jarillo

. --México : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1991

201 p.

Incluye bibliografía

ESTRATEGIAS DE DESARROLLO / GESTION DE LA PRODUCCION / DIRECTORES DE COMPAÑIAS /
ADMINISTRACION DE EMPRESAS / DIRECCION POR OBJETIVOS

ISBN: 968-422-868-6

Existencias: 040220 Ej.1 040221 Ej.2

658.314

F778t

Fournies, Ferdinand F.

Técnicas de dirección de personal : cómo instruir para aumentar el rendimiento / Ferdinand F., Fournies

. --Madrid : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1991

206 p.

Serie McGraw-Hill de management

Incluye índice alfabético

TECNICAS ADMINISTRATIVAS / ADMINISTRACION DE PERSONAL / MOTIVACION DEL EMPLEADO /
RELACIONES LABORALES

ISBN: 84-7615-590-5

Existencias: 040197 Ej.1 040198 Ej.2 041963 Ej.3

658

W426c

Weismantel, Guy E.

Crecimiento empresarial : claves exitosas para compañías en expansión / Guy E., Weismantel; J.

Walter, Kisling

. --Bogotá : Editorial McGraw-Hill, 1991

294 p.

Tr. Gloria Ramírez Mariño y Yelka García Rodríguez; rev. téc. Ricardo Matamala Señor

Incluye índice

ADMINISTRACION DE EMPRESAS

Kisling, J. Walter

ISBN: 958-600-076-1

Existencias: 040218 Ej.1 040219 Ej.2

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658.403

M817t

Moody, Paul E.

Toma de decisiones gerenciales / Paul E. Moody ; tr. Silvia Gómez de Jaramillo ; rev. téc. Alberto

Narvárez Rozo. --

. --Bogotá : Editorial McGraw-Hill Latinoamericana, 1991.

231 p.

Incluye conclusiones

TOMA DE DECISIONES / DIRECTORES DE COMPAÑIAS

Gómez de Jaramillo, Silvia, tr.; Narvárez Rozo, Alberto, rev. téc.

ISBN: 958-600-064-8

Existencias: CT - 040211 Ej.1 CT - 040212 Ej.2

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658.1527

L778c

Little, Jeffrey B.

Cómo entender a Wall Street / Jeffrey B. Little y Lucien Rhodes ; tr. Silvia Gómez de Jaramillo ; rev. téc.

Ricardo Matamala Señor. --

. --Bogotá : Editorial McGraw-Hill Latinoamericana, 1991.

246 p. : gráfs.

Incluye apéndice e índice alfabético

CAPITALISTAS / MERCADO DE CAPITALES / FINANZAS / ACCIONES

Rhodes, Lucien; Gómez de Jaramillo, Silvia, tr.; Matamala Señor, Ricardo, rev. téc.

ISBN: 958-600-075-3

Existencias: CT - 040193 Ej.1 CT - 040194 Ej.2

658.827

K17m

Kapferer, Jean-Noël

La marca : motor de la competitividad de las empresas y del crecimiento de la economía / Jean-Noël,

Kapferer; Jean-Claude, Thoenig

. --Madrid : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1991

310 p.

Serie McGraw-Hill de management

Tr. Ramón Taix Rodríguez

Pról. de la Asociación PROMARCA, Madrid

Incluye epílogo e índices y bibliografía al final de cada capítulo

MARCAS DE FABRICA / MERCADEO / COMPETENCIA ECONOMICA

Thoenig, Jean-Claude

ISBN: 84-7615-709-6

Existencias: 040199 Ej.1 040200 Ej.2 041965 Ej.3

658.409

C749I

Conger, Jay A.

El líder carismático : un modelo para desarrollar cambios organizacionales exitosos / Jay A., Conger

. --Bogotá : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1991

245 p.

Tr. Enrique Hoyos Olier; rev. téc. Mauricio Cárdenas Piñeros

Incluye recursos, bibliografía e índice

LIDERAZGO / CAMBIO ORGANIZACIONAL

ISBN: 958-600-080-X

Existencias: 040209 Ej.1 040210 Ej.2

657.45

S939m

Suárez Suárez, Andrés S.

La moderna auditoría : un análisis conceptual y metodológico / Andrés S., Suárez Suárez

. --Madrid : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1991

108 p.

Serie McGraw-Hill de management

Incluye bibliografía

AUDITORIA DE GESTION / AUDITORIA - METODOLOGIA

ISBN: 84-7615-573-5

Existencias: 040207 Ej.1 040208 Ej.2

658.568

H299co

Harrington, H. James

El coste de la mala calidad / H. James, Harrington

. --Madrid : Díaz de Santos, 1990

138 p. : gráfs

Versión española por Jesús Nicolau Medina, Mercedes Gozalbes Ballester

Incluye apéndice, referencias y bibliografía adicional recomendada e índice de materias

CALIDAD DE LOS PRODUCTOS - COSTOS / CONTROL DE CALIDAD

ISBN: 84-87189-58-X

Existencias: 040205 Ej.1 040206 Ej.2

658.4032

D249g

David, Fred R.

La gerencia estratégica / Fred R., David

. --Bogotá : Legis, 1990

370 p.

Serie empresarial

Tr. Eduardo Calado Noguera; rev. téc. Humberto Serna Gómez

Incluye índice de materias

ADMINISTRACION DE EMPRESAS / PLANIFICACION ESTRATEGICA / TOMA DE DECISIONES

ISBN: 958-9042-39-2

Existencias: 036605 Ej.1

658.8

G643f

González Calvillo, Enrique

Franquicias : la revolución de los 90, un enfoque legal y mercadotécnico del sistema más novedoso para hacer negocios en el mundo / Enrique, González Calvillo; Rodrigo, González Calvillo

. --México : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1992

140 p.

Incluye bibliografía adicional

MERCADEO / SERVICIOS ADMINISTRATIVOS / NEGOCIOS

González Calvillo, Rodrigo

ISBN: 968-422-980-1

Existencias: 040195 Ej.1 040196 Ej.2

658

D441d

Desarrollo Empresarial de Monterrey

Desarrollo de emprendedores / Desarrollo Empresarial de Monterrey

. --México : Editorial McGraw-Hill, 1991

104 p.

Desarrollo empresarial

Colaboración de Ramón de la Peña Manrique

ADMINISTRACION DE EMPRESAS / DIRECTORES DE COMPAÑIAS / LIDERAZGO

ISBN: 968-422-555-5

Existencias: 040216 Ej.1 040217 Ej.2 040624 Ej.3

658.835

K87me

Kotler, Philip

Mercadeo de servicios profesionales / Philip, Kotler; Paul N., Bloom

. --Bogotá : Legis, 1990

298 p.

Serie Empresarial

Tr. Helena Uribe Garros; rev. téc. Humberto Serna Gómez

Incluye índices

MERCADEO / COMUNICACION EN MERCADEO / ANALISIS DE MERCADEO

Bloom, Paul N.

ISBN: 958-9042-41-4

Existencias: 036611 Ej.1 037062 Ej.2 039935 Ej.3

658.4

B642a

Blank Bubis, León

La administración de organizaciones : un enfoque estratégico / León, Blank Bubis

. --Cali : Universidad del Valle, 1990

421 p. : il

Incluye referencias bibliográficas en cada capítulo e índice de cuadros

ORGANIZACION INDUSTRIAL

ISBN: 958-9047-06-8

Existencias: 039454 Ej.1

658.0182

B489e

1991

Berenson, Mark L.

Estadística para administración y economía : conceptos y aplicaciones / Mark L., Berenson; David M.,

Levine

. --México : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1991

720 p. : gráfs

Tr. Francisco Gutiérrez Noriega; rev. téc. María de la Luz González García

Incluye apéndices, respuestas a problemas impares e índice alfabético

ADMINISTRACION DE EMPRESAS - ESTADISTICA / ECONOMIA - ESTADISTICA / ESTADISTICA MATEMATICA

Levine, David M.

ISBN: 968-422-713-2

Existencias: 040251 Ej.1 040252 Ej.2

658.54

M745a

Monks, Joseph G.

Administración de operaciones / Joseph G., Monks
. --México : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1991
411 p. : gráfs
Tr. Fernando Gómez Mejía; rev. téc Gabriel Baca Urbina
Incluye apéndices e índice
INVESTIGACION OPERACIONAL / TOMA DE DECISIONES / CONTROL DE INVENTARIOS
ISBN: 968-422-886-4
Existencias: 040249 Ej.1 040250 Ej.2

658.8
N964

Nuevas orientaciones en el marketing de servicios. --Madrid : Díaz de Santos, 1990
158 p.
Biblioteca de manuales prácticos de marketing
ESTUDIOS DE MERCADO / SERVICIO AL CLIENTE / CONTROL DE CALIDAD
ISBN: 84-87189-34-2
Existencias: 040247 Ej.1 040248 Ej.2

658
LL791em

Llano Cifuentes, Carlos
El empresario ante la motivación y la responsabilidad / Carlos, Llano Cifuentes
. --México : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1991
146 p.
Serie empresarial
Incluye notas en cada capítulo
ADMINISTRACION DE EMPRESAS / RESPONSABILIDAD ADMINISTRATIVA / MOTIVACION \{PSICOLOGIA\
ISBN: 968-422-813-9
Existencias: 040244 Ej.1 040245 Ej.2 040246 Ej.3 041326 Ej.4

658.835
O38m

Ohmae, Kenichi
El mundo sin fronteras : poder y estrategia en la economía entrelazada / Kenichi, Ohmae
. --México : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1991
248 p.
Tr. Roberto A. Haas
Incluye epílogo, índice e información acerca del autor
COMPETENCIA ECONOMICA / ESTRATEGIAS DE DESARROLLO / MERCADEO / COMPETITIVIDAD /
CONSUMIDORES
ISBN: 968-422-878-3
Existencias: 040242 Ej.1 040243 Ej.2

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658
N477g

Neubauer, Franz-Friedrich
Gestión de carteras : el concepto de beneficio potencial y su aplicación / Franz-Friedrich Neubauer ;
tr. Eduardo Jiménez Lazcuno. --
. --Madrid : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1991.
135 p. : gráf. --
Serie McGraw-Hill de management
Incluye notas referenciales
ADMINISTRACION DE EMPRESAS / GESTION DE NEGOCIOS
Jiménez Lazcuno, Eduardo, tr.
ISBN: 84-7615-729-0
Existencias: CT - 040240 Ej.1 CT - 040241 Ej.2 CT - 041971 Ej.3

658.314
R696a

Rodríguez Estrada, Mauro
Administración de la capacitación / Mauro, Rodríguez Estrada; Patricia, Ramírez-Buendía
. --México : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1991
122 p. : gráfs

Serie Capacitación efectiva
Incluye ejercicios en cada capítulo y bibliografía
CAPACITACION DE PERSONAL DIRECTIVO / DIRECTORES DE COMPAÑIAS / ADMINISTRACION DE PERSONAL

Ramírez-Buendía, Patricia
ISBN: 968-422-781-7
Existencias: 040238 Ej.1

658.456

M167r

McMahon, Tom

Reuniones importantes, resultados importantes / Tom, McMahon
. --México : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1991
188 p.

Tr. Guadalupe Meza Staines

Incluye lecturas sugeridas e índice alfabético y lista de figuras

REUNIONES / DIRECCION POR OBJETIVOS / EXITO / PROFESIONALISMO EN LAS PRESENTACIONES

ISBN: 968-422-871-6

Existencias: 040234 Ej.1 040235 Ej.2

658.8

R357b

Reid, Peter C.

Bien hecho en América : lecciones de Harley-Davidson para sobrevivir ante la competencia internacional / Peter C., Reid

. --México : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1991

295 p. : il

Tr. Roberto A. Haas

Incluye lecturas escogidas e índice alfabético

MERCADEO / COMPETITIVIDAD - RELATOS PERSONALES / EXITO

ISBN: 968-422-842-2

Existencias: 040232 Ej.1 040233 Ej.2

658.311

A159c

Abraham, Ira

Cómo encontrar empleo cuando no lo hay / Ira, Abraham

. --México : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1990

117 p.

Tr. Roberto A. Haas

Incluye apéndices y glosario

SELECCION DE PERSONAL / ENTREVISTAS / ADMINISTRACION DE PERSONAL

ISBN: 968-422-760-4

Existencias: 040222 Ej.1 040223 Ej.2

658.3

F778p

Fournies, Ferdinand F.

Por qué los empleados no hacen lo que se supone que deberían hacer y qué hacer para corregir eso /

Ferdinand F., Fournies

. --México : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1991

109 p.

Incluye preguntas y respuestas e índice analítico

DESEMPEÑO DE UN ROL / TECNICAS ADMINISTRATIVAS / ADMINISTRACION DE PERSONAL / MOTIVACION DEL EMPLEADO

ISBN: 968-422-876-7

Existencias: 040224 Ej.1 040225 Ej.2 041972 Ej.3

658.8

O38p

Ohmae, Kenichi

El poder de la triada : panorama de la competencia mundial en la próxima década / Kenichi, Ohmae

. --México : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1990

246 p. : il

Incluye notas, glosario e índice

COMPETENCIA ECONOMICA / MERCADEO / PRODUCTOS COMPETITIVOS / COMPETITIVIDAD

ISBN: 968-422-741-8

Existencias: 040226 Ej.1 040227 Ej.2 041973 Ej.3

658.409

R559i

Ries, Al

Intuiciones ganadoras : la clave del éxito es encontrar el caballo que nos lleve al triunfo / Al, Ries; Jack, Trout

. --México : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1991

222 p.

Tr. Pilar V. Mascaró

PREDICCIÓN DEL ÉXITO LABORAL / EMPRESARIOS INDUSTRIALES / ÉXITO

Trout, Jack

ISBN: 968-422-943-7

Existencias: 040230 Ej.1 040231 Ej.2

658.409

C949i

Crosby, Philip B.

Liderazgo : el arte de convertirse en un ejecutivo / Philip B., Crosby

. --México : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1990

196 p.

Tr. Roberto A. Haas

Incluye índice alfabético

LIDERAZGO / EJECUTIVOS DE NIVEL SUPERIOR

ISBN: 968-422-773-6

Existencias: 040228 Ej.1 040229 Ej.2 041962 Ej.3

658.155

W517c

West, Harry

Cómo evitar el fraude en la empresa / Harry, West

. --Madrid : Deusto, 1990 \{impresión de 1993\}

163 p.

FRAUDE EN AUDITORIA - PREVENCIÓN / PROCESOS POR FRAUDE

ISBN: 84-234-0910-4

Existencias: 042291 Ej.1

658.16

M122f

McCann, Joseph E.

Fusiones y adquisiciones de empresas / Joseph E., McCann; Roderick, Gilkey

. --Madrid : Díaz de Santos, 1990

224 p.

Tr. Andrés Fernández Romero

Incluye bibliografía comentada, referencias e índice alfabético

FUSIONES DE EMPRESAS / ESPECULACIONES MERCANTILES / ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Gilkey, Roderick

ISBN: 84-87189-66-0

Existencias: 040115 Ej.1

658.05

S478s

Senn, James A.

Sistemas de información para la administración / James A., Senn

. --México : Grupo Editorial Iberoamérica, 1990

728 p. : il

Tr. Manuel Florez Bravo; rev. téc. María Bruna Anzures y rev. gral. Francisco Paniagua Bocanegra

Incluye : resumen, palabras claves, preguntas de repaso, problemas de aplicación y minicaso en cada capítulo ; módulo de estudio de casos, apéndice, glosario, referencias e índice

SISTEMAS DE INFORMACIÓN EN ADMINISTRACIÓN / PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN /

COMPUTADORES

ISBN: 968-7270-44-6

Existencias: 040445 Ej.1

658.403

B193I

Ballou, Ronald H.

Logística empresarial : control y planificación / Ronald H., Ballou

. --Madrid : Díaz de Santos, 1991

655 p. : grafs

Tr. Ramón Pérez Muñoz y Pilar Rubio de Lemus; rev. téc. Manuel Garrido Pérez

Incluye apéndice, bibliografía e índice temático

ADMINISTRACION DE EMPRESAS / TOMA DE DECISIONES / CONTROL DE LA PRODUCCION /
PLANIFICACION DE LA PRODUCCION / NEGOCIOS LOGISTICOS

ISBN: 84-87189-68-7

Existencias: 040444 Ej.1

658.568

M787I

Montgomery, Douglas C.

Introducción al control estadístico de la calidad / Douglas C., Montgomery

. --México : Grupo Editorial Iberoamérica, 1991

447 p.

Tr. Dirk Valckx Verbeeck; rev. téc. Francisco Bocanegra; rev. ed. Roberto Palacios Martínez

Incluye ejercicios en cada capítulo, bibliografía, apéndices e índice

CONTROL DE CALIDAD / MUESTREO DE ACEPTACION (CONTROL DE CALIDAD)

ISBN: 968-7270-79-9

Existencias: 040443 Ej.1

658.16

B857m

Brilman, Jean

Manual de valoración de empresas / Jean, Brilman; Claude, Maire

. --Madrid : Díaz de Santos, 1990

367 p.

Incluye 27 anexos y símbolos utilizados

FUSIONES DE EMPRESAS / ESPECULACIONES MERCANTILES / ADMINISTRACION DE EMPRESAS

Maire, Claude

ISBN: 84-87189-61-X

Existencias: 040442 Ej.1

GENERAL

658.8

C849s

Cottle, David W.

El servicio centrado en el cliente : cómo lograr que regresen y sigan utilizando sus servicios / David W.,

Cottle

. --Madrid : Díaz de Santos, 1991

346 p.

Incluye índice analítico

SERVICIO AL CLIENTE / CONSUMIDORES / EXITO / RELACIONES CON LOS CLIENTES

ISBN: 84-87189-96-2

Existencias: G - 040441 Ej.1 G - 052945 Ej.2 G - 052946 Ej.3

658.568

B534c

Berry, Thomas H.

Cómo gerenciar la transformación hacia la calidad total / Thomas H., Berry

. --Santafé de Bogotá : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1992

205 p.

Tr. Gloria Elizabeth Rosas Lopetegui y Marco Antonio Tiznado; rev. téc. Ricardo Matamala Señor

Incluye puntos de transformación en todos los capítulos y referencias en los capítulos 1 y 8

CONTROL DE CALIDAD / COMPETITIVIDAD

ISBN: 958-600-121-0

Existencias: 040431 Ej.1 040432 Ej.2 040433 Ej.3

658.8

P624s

Piestrack, Daniel

Los siete factores clave del marketing estratégico : la batalla competitiva / Daniel, Piestrack

. --Madrid : Díaz de Santos, 1990

154 p.
Incluye conclusión, bibliografía y apéndice del editor
MERCADEO / COMPETITIVIDAD / EXITO
ISBN: 84-87189-43-1
Existencias: 040440 Ej.1

658.89
C311v

Carr, Clay

La vanguardia del servicio al cliente : 15 claves para satisfacer al cliente / Clay, Carr
. --Madrid : Díaz de Santos, 1992
274 p.
Incluye notas, bibliografía e índice
SERVICIO AL CLIENTE / CONSUMIDORES / VENDEDORES Y ARTE DE VENDER
ISBN: 84-7978-015-0
Existencias: G - 040437 Ej.1 G - 058462 Ej.2

658.8
F655d

Fogg, C. Davis

Diagnóstico en mercadotecnia : identificación y solución de problemas clave / C. Davis, Fogg
. --México : Addison-Wesley Iberoamericana, 1990
305 p.
Versión española de María E. Herrera, con la colaboración de Alma Navarro V., Francisca Rosene G. y Gabriel Pérez C.
Incluye apéndices e índice de materias
MERCADEO / ESTUDIOS DE MERCADO
ISBN: 0-201-62902-X
Existencias: 040416 Ej.1 040417 Ej.2

658.8
B618m

Bird, Drayton

Marketing directo con sentido común / Drayton, Bird
. --Madrid : Díaz de Santos, 1991
392 p.
Tr. F. J. Baldiz
MERCADEO / VENDEDORES Y ARTE DE VENDER
ISBN: 84-87189-74-1
Existencias: 040428 Ej.1

658.568
U18g

Udaondo Durán, Miguel

Gestión de calidad / Miguel, Udaondo Durán
. --Madrid : Díaz de Santos, 1991
343 p.
Incluye epílogo e índices de autores y materias
CONTROL DE CALIDAD - ADMINISTRACION
ISBN: 84-7978-013-4
Existencias: 040422 Ej.1

658.155
B126g

Back, Philippa L.

Gestión de la tesorería de empresas / Philippa L., Back
. --Madrid : Díaz de Santos, 1990
214 p. : il
Incluye terminología de la opción monetaria y del mercado de futuros, glosario, índice y apéndice :
Los sistemas bancarios
COMPAÑIAS - FINANZAS / FINANZAS
ISBN: 84-87189-48-2
Existencias: 040420 Ej.1

658.84
C133c

Cañazzo, Bernard

Claves del éxito en telemarketing / Bernard, Cañazzo

. --Madrid : Díaz de Santos, 1990

227 p.

TELEMERCADEO / COMERCIALIZACION - TELEFONO / EXITO \{VENTAS\}

ISBN: 84-87189-54-7

Existencias: 040425 Ej.1

GENERAL

658.8
L333c

Larrea, Pedro

Calidad de servicio : del marketing a la estrategia / Pedro, Larrea

. --Madrid : Díaz de Santos, 1991

274 p. : il

Incluye bibliografía

CALIDAD TOTAL EN SERVICIOS / SERVICIO AL CLIENTE

ISBN: 84-7978-001-0

Existencias: G - 040419 Ej.1 G - 044105 Ej.2 G - 056564 Ej.3

658.85
L523m

Lehnisch, Jean-Pierre

El mailing : clave del éxito de sus ventas / Jean-Pierre, Lehnisch

. --Madrid : Díaz de Santos, 1990

168 p.

Incluye bibliografía

VENDEDORES Y ARTE DE VENDER / MERCADEO / EXITO \{VENTAS\}

ISBN: 84-87189-47-4

Existencias: 040424 Ej.1

658.85
G739m

Graham, John R.

Marketing magnético : la estrategia definitiva para atraer y conservar clientes / John R., Graham;

Steven J., Bennett

. --Madrid : Díaz de Santos, 1992

193 p.

Incluye epílogo, revisión de las leyes de Graham, diez mandamientos para perder clientes, diccionario de negocios del diablo e índice de materias

MERCADEO / VENDEDORES Y ARTE DE VENDER / SERVICIO AL CLIENTE

Bennett, Steven J.

ISBN: 84-7978-000-2

Existencias: 040426 Ej.1

658.3125
L668e

Levy-Leboyer, Claude

Evaluación del personal : los métodos a elegir / Claude, Levy-Leboyer

. --Madrid : Díaz de Santos, 1992

179 p.

Incluye bibliografía citada y bibliografía básica en español

ADMINISTRACION DE PERSONAL / EVALUACION DEL TRABAJO / RECURSOS HUMANOS

ISBN: 84-87189-95-4

Existencias: 040423 Ej.1 044084 Ej.2

658.568
A837c

Asociación de la Industria Navarra

La calidad en el área de diseño / Asociación de la Industria Navarra

. --Madrid : Díaz de Santos, 1991

125 p.

DISEÑO DE PRODUCTOS / CONTROL DE CALIDAD

ISBN: 84-87189-94-6

Existencias: 040436 Ej.1

658.409

B663c

Bobichon, Guy

Cómo conquistar y mantener la fidelidad de sus clientes : 7 métodos para tener éxito más rápidamente en períodos difíciles / Guy, Bobichon

. --Madrid : Díaz de Santos, 1990

116 p.

Incluye conclusión

ADMINISTRACION DE EMPRESAS / EXITO / CONSUMIDORES

ISBN: 84-87189-42-3

Existencias: 040435 Ej.1

658.89

P965

Promoción al consumidor en el marketing de servicios. --Madrid : Díaz de Santos, 1990

114 p.

Biblioteca de manuales prácticos de marketing; no.11

Incluye apéndices

MERCADEO / SERVICIO AL CLIENTE / PROTECCION AL CONSUMIDOR / EXITO \{SERVICIOS\}

ISBN: 84-87189-67-9

Existencias: 040434 Ej.1

658.89

S534g

Shaw, John C.

Gestión de servicios : la consecución del éxito en empresas de servicios mediante el desarrollo de planes / John C., Shaw

. --Madrid : Díaz de Santos, 1991

255 p.

Incluye apéndice e índice

ADMINISTRACION DE EMPRESAS / SECTOR TERCIARIO / EXITO \{SERVICIOS\}

ISBN: 84-7978-002-9

Existencias: 040427 Ej.1

GENERAL

658.4062

M715p

Mojica Sastoque, Francisco

La prospectiva : técnicas para visualizar el futuro / Francisco, Mojica Sastoque; rev.téc. Francisco

Gustavo, Restrepo G.

. --Bogotá : Legis, 1991

144 p.

Colección Manuales prácticos para gerentes

Incluye conclusiones y bibliografía

PREDICCION DEL EXITO LABORAL / TOMA DE DECISIONES / ESPECULACIONES MERCANTILES /

PROSPECTIVA

Restrepo G., Francisco Gustavo, rev.téc.

ISBN: 958-653-016-7

Existencias: G - 039940 Ej.1

GENERAL

658.812

A341r

Albrecht, Karl

La revolución del servicio : [el toque personal que conserva y cautiva clientes] / Karl Albrecht ; tr. Jesús

Villamizar Herrera ; rev. téc. Humberto Serna Gómez. --

. --Bogotá : Legis Editores, 1990 (impresión de 1991)

236 p. --

Serie empresarial

Incluye índice

SERVICIO AL CLIENTE / SATISFACCION DEL CLIENTE / MERCADEO DE SERVICIOS / LIDERAZGO

Villamizar Herrera, Jesús, tr.; Serna Gómez, Humberto, rev. téc.

ISBN: 958-9042-79-1

Existencias: G - 039944 Ej.5

658.0017

G633e

Gómez Pérez, Rafael

Ética empresarial : teoría y casos / Rafael, Gómez Pérez

. --Madrid : Ediciones Rialp, 1990

166 p.

Colección empresa y humanismo; no.3

Pról. de Tomás Calleja

Incluye nota bibliográfica

ETICA PROFESIONAL / ETICA DE LOS NEGOCIOS / EMPRESARIOS - ETICA PROFESIONAL

ISBN: 84-321-2569-5

Existencias: 037191 Ej.1 037715 Ej.2 037716 Ej.3 038595 Ej.4 042921 Ej.5

GENERAL

658.54

A193ap

Adam, Everett E.

Administración de la producción y las operaciones : conceptos, modelos y funcionamiento / Everett E.,

Adam; Ronald J., Ebert; tr. Jorge, Rodríguez Rodríguez; rev. téc. Octavio, Porrás Ruiz

-- 4a ed. --México : Prentice-Hall Hispanoamericana, 1991

739 p. : il

Incluye apéndices e índice analítico

ADMINISTRACION DE LA PRODUCCION / INVESTIGACION OPERACIONAL / DISEÑO DE PRODUCTOS /

CONTROL DE CALIDAD / CONTROL DE INVENTARIOS

Ebert, Ronald J.; Rodríguez Rodríguez, Jorge tr.; Porrás Ruiz, Octavio rev. téc.

ISBN: 968-880-221-2

Existencias: G - 040808 Ej.1 G - 040809 Ej.2 G - 045161 Ej.3 G - 045162 Ej.4 G - 049073

Ej.5

658.835

W538p

Westwood, John

Planeación de mercados : análisis, evaluación, estrategias / John, Westwood

. --Bogotá : Legis, 1991

234 p.

Serie Empresarial

Tr. Jesús Villamizar Herrera, asesoría y rev. téc. Humberto Serna Gómez

ESTUDIOS DE MERCADO / PLANIFICACION DEL MERCADO / MERCADEO

ISBN: 958-653-009-4

Existencias: 040845 Ej.1 041681 Ej.2 041682 Ej.3

658.409

C286m

Carlzon, Jan

El momento de la verdad / Jan, Carlzon

. --Madrid : Díaz de Santos ; Asociación para el Progreso de la Dirección (APD), 1991

158 p. : il

EXITO / SERVICIO AL CLIENTE / SECTOR TERCIARIO / DIRECTORES DE COMPAÑIAS

ISBN: 84-87189-76-8

Existencias: 040814 Ej.1

658.402

C951e

Cross, Michael

Estructura empresarial : como adaptarla a los cambios / Michael, Cross

. --Bogotá : Legis, 1991

336 p.

Serie Empresarial

Tr. Jesús Villamizar Herrera; rev. téc. Humberto Serna Gómez

Incluye bibliografía e índice

CAMBIO ORGANIZACIONAL / DIRECTORES DE COMPAÑIAS

ISBN: 958-653-013-2

Existencias: 040818 Ej.1 043168 Ej.2 043169 Ej.3

658.402

S257c

Saunders, Graham

El compromiso empresarial : como lograr objetivos en equipo / Graham, Saunders

. --Bogotá : Legis, 1991

243 p.

Serie Empresarial

Tr. Teresa Niño Torres; rev. téc. Humberto Serna Gómez

Incluye apéndices, lista de lecturas e índice

CAMBIO ORGANIZACIONAL / DIRECTORES DE COMPAÑIAS

ISBN: 958-653-024-8

Existencias: 040819 Ej.1 043212 Ej.2 043213 Ej.3

658.834

S486m

Serna Gómez, Humberto

Mercadeo corporativo : el servicio al cliente interno. Equipos de mejoramiento continuo / Humberto,

Serna Gómez

. --Bogotá : Legis, 1992

299 p. : il

Colección Manuales prácticos para gerentes

Incluye casos, anexos y bibliografía

SERVICIO AL CLIENTE / MERCADEO - CASOS

ISBN: 958-653-029-9

Existencias: 040820 Ej.1 043186 Ej.2 043187 Ej.3

658.4

C782p

Cope, Robert G.

El plan estratégico : haga que la gente participe / Robert G., Cope

. --Bogotá : Legis, 1991

144 p. : il

Serie empresarial

Tr. Eduardo Calado Noguera; rev. téc. Humberto Serna Gómez

Incluye bibliografía e índice

DIRECTORES DE COMPAÑIAS / ADMINISTRACION DE EMPRESAS / LIDERAZGO

ISBN: 958-653-011-6

Existencias: 040823 Ej.1

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658.8

G492d

Ginebra, Joan

Dirección por servicio : la otra calidad / Joan Ginebra y Rafael Arana de la Garza. --

. --México : Editorial McGraw-Hill, 1991.

240 p. --

Serie empresarial

Incluye bibliografía

SERVICIO AL CLIENTE / CONTROL DE CALIDAD / DIRECTORES DE COMPAÑIAS

Arana de la Garza, Rafael

ISBN: 968-422-899-6

Existencias: CT - 040050 Ej.3 CT - 040051 Ej.4

658.409

K87f

Kotter, John P.

El factor liderazgo / John P., Kotter

. --Madrid : Díaz de Santos, 1990

164 p.

Incluye apéndice e índice

LIDERAZGO

ISBN: 84-87189-32-6

Existencias: 040813 Ej.1 044085 Ej.2

GENERAL

658.568

J95j

Juran, J. M.

Juran y el liderazgo para la calidad : manual para ejecutivos / J. M., Juran; vers. esp. Jesús Nicolau, Medina; vers. esp. Mercedes, Gozalbes Ballester

. --Madrid : Díaz de Santos, 1990

363 p.

Incluye epílogo, referencias, glosario e índice

CONTROL DE CALIDAD / DIRECTORES DE COMPAÑIAS / LIDERAZGO

Medina, Jesús Nicolauvers. esp.; Gozalbes Ballester, Mercedesvers. esp.

ISBN: 84-87189-44-X

Existencias: G - 040824 Ej.1 G - 053606 Ej.2 G - 057949 Ej.3

658.8

C874m

Cowell, Donald W.

Mercadeo de servicios : un nuevo enfoque ; del operativo al perceptivo / Donald W., Cowell

. --Bogotá : Legis, 1991

354 p.

Serie empresarial

Tr. Jesús Villamizar Herrera; rev. téc. Humberto Serna Gómez

Incluye índice

MERCADEO / SERVICIO AL CLIENTE / SECTOR TERCIARIO

ISBN: 958-9042-95-3

Existencias: 040821 Ej.1

GENERAL

658.568

J95ju

Juran, J. M.

Juran y la planificación para la calidad / J. M., Juran; vers. esp. Jesús Nicolau, Medina

. --Madrid : Díaz de Santos, 1990

299 p.

Incluye apéndice, glosario e índice

CONTROL DE CALIDAD / PLANIFICACION DE LA PRODUCCION

Medina, Jesús Nicolau, vers. esp.

ISBN: 84-87189-37-7

Existencias: G - 040825 Ej.1 G - 052944 Ej.2

658.8

W178c

Walker, Denis

El cliente es lo primero : estrategia para un servicio de calidad / Denis, Walker

. --Madrid : Díaz de Santos, 1991

217 p. : il

Incluye índice analítico

SERVICIO AL CLIENTE / DIRECTORES DE COMPAÑIAS / CONSUMIDORES

ISBN: 84-87189-90-3

Existencias: 040822 Ej.1

658.2

O83e

1991

Ospina Pérez, Mariano

Economía industrial y administración / Mariano, Ospina Pérez

. --Santafé de Bogotá : Universidad de San Buenaventura, 1991

236 p.

Serie empresarial; no.1

Datos tomados de la carátula

ADMINISTRACION DE FABRICAS / ECONOMIA INDUSTRIAL

Existencias: 040591 Ej.1

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

R

658.568

E56

Enciclopedia de excelencia y calidad total / Andrés, Senlle ... [et al.] --Barcelona : Ediciones Gestión 2000, 1997.

4 v. : gráfs. + 2 disquetes de 3½ (en el v.2)

Contenido : v.1 : El libro de las ideas para producir mejor. Buscando la excelencia mediante la Integración Total del Personal (ITP). -- v.2 : Calidad total y normalización ISO 9000. Las normas para la calidad en la práctica. -- v.3 : ISO 9000 en empresas de servicios. -- v.4 : Guía completa de las normas ISO 14000

Incluye 2 disquetes en el v.2 : Gestión 2000 Calidad Total y Normalización e ISO 9000 Hacia la Excelencia y la Calidad Total. -- Incluye resumen en cada capítulo, apéndice e índice

CALIDAD TOTAL-ENCICLOPEDIAS Y DICCIONARIOS / CONTROL DE CALIDAD-ENCICLOPEDIAS Y DICCIONARIOS / PRODUCTIVIDAD DEL TRABAJO / ISO 9000 / SERVICIO AL CLIENTE / ISO 14000-NORMAS / ISO 9000-NORMAS / NORMALIZACION

Senlle, Andrés; Stoll, Guillermo; Vilar, Joan; Clements, Richard B.

Asociación Japonesa de Recursos Humanos

ISBN: 84-8088-186-0

Existencias: CT - 067936 v.1 CT - 067937 v.2 CT - 067938 v.3 CT - 067939 v.4

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658.40017

C719e

Coloquio de ética empresarial y económica (7º : 1997 oct. 23 y 29 : Barcelona)

Ética en dirección comercial y publicidad / coord. Dom'enec Melé Carné. --

. --Pamplona : EUNSA, 1998.

337 p. --

Colección Libros IESE. Empresa y Organizaciones

Incluye referencias en cada capítulo

ETICA EN LOS NEGOCIOS / ETICA PROFESIONAL / PUBLICIDAD-MORAL Y ASPECTOS ETICOS

ISBN: 84-313-1594-6

Existencias: CT - 068164 Ej.1

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

R

658.003

V152d

Valencia Vivas, Hector

Diccionario manual de marketing / Hector Valencia Vivas ; colab. Lourenco Venica y Adérito Sousa. --

. --Maputo, Mozambique : Universidad Eduardo Mondlane, 1991.

208 p : gráfs.

Incluye bibliografía general

MERCADEO-MANUALES - DICCIONARIOS / ADMINISTRACION DE MERCADEO-DICCIONARIOS

Venica, Lourenco, colab.; Sousa, Adérito, colab.

Existencias: CT - 019649 Ej.1

GENERAL

658

S556r

Shim, Jae K.

Respuestas rápidas para el programa MBA / Jae K. Shim, Joel G. Siegel y Abraham J. Simon ; tr. Luz

María Hernández Rodríguez ; rev. téc. Gabriel Sánchez. -- García. --

. --México : Prentice Hall Hispanoamericana, 2000.

xii, 503 p. : gráfs.

Incluye índice

PROGRAMA MBA (MAESTRIA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS)-PREGUNTAS Y RESPUESTAS /

ADMINISTRACION DE EMPRESAS-PREGUNTAS Y RESPUESTAS / TOMA DE DECISIONES / ADMINISTRACION DE LA PRODUCCION / MERCADEO / DERECHO COMERCIAL / COMERCIO EXTERIOR

Siegel, Joel G.; Simon, Abraham J.; Hernández Rodríguez, Luz María, tr.; Sánchez García, Gabriel, rev.

ISBN: 970-17-0327-8

Existencias: G - 066449 Ej.1 G - 066450 Ej.2 G - 066451 Ej.3

GENERAL

658.4

P438t

Pérez López, Juan Antonio

Teoría de la acción humana en las organizaciones : la acción personal / Juan Antonio, Pérez López

. --Madrid : Ediciones Rialp, 1991

300 p.

Colección Empresa y humanismo; no.6
Pról. Leonardo Polo
DIRECTORES DE COMPAÑIAS / ADMINISTRACION DE EMPRESAS / TOMA DE DECISIONES
ISBN: 84-321-2752-3
Existencias: G - 041105 Ej.1 G - 042900 Ej.2

658.4
H918

Llano Cifuentes, Alejandro
El humanismo en la empresa / Alejandro, Llano Cifuentes; Rafael, Alvira Domínguez; Tomás, Calleja; Miquel, Bastons; Cruz, Martínez Esteruelas
. --Madrid : Ediciones Rialp, 1992
119 p.
Colección Empresa y humanismo; no.7
ADMINISTRACION DE EMPRESAS / HUMANISMO / DIRECTORES DE COMPAÑIAS
Alvira Domínguez, Rafael; Calleja, Tomás; Bastons, Miquel; Martínez Esteruelas, Cruz
ISBN: 84-321-2861-9
Existencias: 041104 Ej.1

658.8
G558e

Glen, Peter
-Eso no es asunto mío! : -atrévase como cliente a exigir un mejor servicio; y láncese como empresa a ofrecerlo! / Peter, Glen
. --Barcelona : Norma, 1992
226 p.
Tr. Jorge Enrique Wahanic
SERVICIO AL CLIENTE / EXITO / SECTOR TERCIARIO
ISBN: 958-04-1765-2
Existencias: 041103 Ej.1

658.4035
Ch556j

Christopher, Elizabeth M.
El juego de la negociación / Elizabeth M., Christopher; Larry E., Smith
. --Santafé de Bogotá : Legis, 1992
178 p.
Serie empresarial
Tr. Jesús Villamizar Herrera
NEGOCIACION COLECTIVA / ADMINISTRACION - METODOS DE SIMULACION / JUEGOS ADMINISTRATIVOS
Smith, Larry E.
ISBN: 958-653-039-6
Existencias: 041170 Ej.1 041331 Ej.2

658.8
T459I

Thomas, Michael J.
El libro del año en mercadeo : los mejores artículos del Quarterly Review of Marketing / Michael J., Thomas; Norman E., Waite
. --Bogotá : Legis, 1991
407 p.
Serie empresarial
Tr. Jesús Villamizar Herrera; rev. téc. Humberto Serna Gómez
MERCADEO / PLANIFICACION DE MERCADEO / MERCADEO DE SERVICIOS
Waite, Norman E.
ISBN: 958-9042-95-3
Existencias: 041335 Ej.1 041336 Ej.2

658.4
T238p

Taylor, Bernard
Planeación estratégica exitosa / Bernard, Taylor; John, Harrison
. --Bogotá : Legis, 1991
355 p.

Serie empresarial
Tr. Teresa Niño Torres; rev. téc. Humberto Serna Gómez
PLANEACION ESTRATEGICA / CASOS EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS / EXITO
Harrison, John
ISBN: 958-9042-99-6
Existencias: 041333 Ej.1 041334 Ej.2

658.83
G663c

Gordon, Ian

Cómo anticiparse a su competencia / Ian, Gordon
. --Bogotá : Legis, 1991
260 p.
Serie Empresarial
Tr. Jesús Villamizar Herrera, asesoría y rev. téc. Humberto Serna Gómez
Incluye apéndice e índice
COMPETITIVIDAD / EXITO / MERCADEO
Existencias: 041482 Ej.1 043210 Ej.2 043211 Ej.3

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

657.45
T435a

Thierauf, Robert J.

Auditoría administrativa : con cuestionarios de trabajo / Robert J. Thierauf. --
. --México : Editorial Limusa ; Grupo Noriega Editores, 1990.
275 p.
Incluye bibliografía
AUDITORIA ADMINISTRATIVA / GESTION INDUSTRIAL / CUESTIONARIOS
ISBN: 968-18-1622-6
Existencias: CT - 041584 Ej.1 CT - 041585 Ej.2

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658.568
S715a

Sosa Pulido, Demetrio

Administración por calidad (APC) / Demetrio Sosa Pulido. --
. --México : Editorial Limusa ; Grupo Noriega Editores, 1991.
151 p.
Incluye soluciones, apéndice y bibliografía
CONTROL DE CALIDAD / COMPETITIVIDAD / PRODUCTIVIDAD
ISBN: 968-18-3669-3
Existencias: CT - 041586 Ej.1 CT - 041587 Ej.2

658.314
Ch466a

Chapman, Elwood N.

Actitud y trabajo / Elwood N., Chapman
. --México : Editorial Trillas, 1991
71 p. : il
Manuales didácticos de administración
INCENTIVOS EN LA INDUSTRIA / APTITUD CREADORA
ISBN: 968-24-3327-4
Existencias: 041595 Ej.1

658.15937
M383g

Martin, William B.

Guía de servicios en restaurantes : calidad en los servicios / William B., Martin
. --México : Editorial Trillas, 1991
82 p. : il
Manuales didácticos de administración
RESTAURANTES, CAFETERIAS, ETC. - ADMINISTRACION / SERVICIO AL CLIENTE
ISBN: 968-24-3319-3
Existencias: 041594 Ej.1 044062 Ej.2

658.31245

K73a

Knowdell, Richard L.

Asesoría personal / Richard L., Knowdell; Elwood N., Chapman

. --México : Editorial Trillas, 1991

68 p. : il

Manuales didácticos de administración

ASESORES DE EMPRESAS

Chapman, Elwood N.

ISBN: 968-24-3323-1

Existencias: 041593 Ej.1 044061 Ej.2

658.5

G621c

Goldratt, Eliyahu M.

La carrera / Eliyahu M., Goldratt; Robert E., Fox

. --México : Ediciones Castillo, 1992

183 p. : il

Incluye apéndices

ADMINISTRACION DE LA PRODUCCION / PRODUCTOS COMPETITIVOS

Fox, Robert E.

ISBN: 968-6635-32-7

Existencias: 040578 Ej.1

658.18

E55

Moran, Theodore H., comp.

Las empresas multinacionales / comp. Theodore H., Moran

. --Buenos Aires : El Ateneo, 1991

262 p.

Incluye notas y referencias

EMPRESAS TRANSNACIONALES

ISBN: 950-02-3613-3

Existencias: 041457 Ej.1

658.4

S471m

Seminario la Gerencia Japonesa en Colombia y Latinoamerica (1989, sep. 13-15 : Bogotá)

Memorias / Bogotá)Seminario la Gerencia Japonesa en Colombia y Latinoamerica (1989, sep. 13-15 :

. --Bogotá : SENA, 1990

228 p.

Organizado por Corporación de Amistad Colombo Japonesa

ADMINISTRACION INDUSTRIAL - AMERICA LATINA / ADMINISTRACION INDUSTRIAL - JAPON /

ORGANIZACION INDUSTRIAL - AMERICA LATINA

Existencias: 040091 Ej.1

658.048

D794m

Drucker, Peter Ferdinand

Managing the non-profit organization : practices and principles / Peter Ferdinand, Drucker

. --New York : Harper Collins, 1990

235 p.

Incluye índice

SOCIEDADES NO LUCRATIVAS - ADMINISTRACION / ASOCIACIONES - ADMINISTRACION

ISBN: 0-06-016507-3

Existencias: 041602 Ej.1

658.409

M163d

McLean, J. W.

El desafío de ser jefe : lecciones de un gerente sobre liderazgo / J. W., McLean

. --Santafé de Bogotá : Legis, 1992

202 p.

Serie empresarial

Tr. Teresa Niño Torres, asesoría y rev. téc. Humberto Serna Gómez

Incluye epílogo e índice

LIDERAZGO / EJECUTIVOS / EXITO / CASOS EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS

ISBN: 958-653-051-1

Existencias: 041641 Ej.1 041642 Ej.2

GENERAL

658.84

S845m

Stevens, Michael

Manual de telemarketing : estrategias de implantación y manejo / Michael, Stevens; tr. Teresa, Niño

Torres; rev.téc. Humberto, Serna Gómez

. --Santafé de Bogotá : Legis, 1992

412 p.

Serie Empresarial

Incluye índice

VENTAS POR TELEFONO / MERCADEO / CASOS EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS / PLANEACION

ESTRATEGICA

Niño Torres, Teresatr.; Serna Gómez, Humbertorev.téc.

ISBN: 958-653-052-3

Existencias: G - 041639 Ej.1 G - 041640 Ej.2

658.3

G932p

Guerin, Guilles

Planeación estratégica de los recursos humanos / Guilles, Guerin; Jean-Ives, Le Louarn; Thierry, Wils

. --Santafé de Bogotá : Legis, 1992

362 p.

Serie empresarial

Tr. Jesús Villamizar Herrera, asesoría y rev. téc. Humberto Serna Gómez

Incluye notas

RECURSOS HUMANOS / ADMINISTRACION DE PERSONAL / PLANEACION ESTRATEGICA

Le Louarn, Jean-Ives; Wils, Thierry

ISBN: 958-653-041-8

Existencias: 041637 Ej.1 041638 Ej.2

658.3125

F615t

Fletcher, Shirley

Técnicas para evaluar : con base en la capacidad individual / Shirley, Fletcher

. --Santafé de Bogotá : Legis, 1992

148 p.

Serie Empresarial

Tr. Jesús Villamizar Herrera, asesoría y rev. téc. Humberto Serna Gómez

Incluye índice

COMPETITIVIDAD / EVALUACION DEL TRABAJO / CAPACITACION EN EL EMPLEO / RENDIMIENTO

INDUSTRIAL

ISBN: 958-653-049-3

Existencias: 041643 Ej.1

658.4

S849g

Stewart, Jim

Gerencia para el cambio : planeación, entrenamiento y desarrollo / Jim, Stewart

. --Santafé de Bogotá : Legis, 1992

250 p.

Serie empresarial

Tr. Jesús Villamizar Herrera, asesoría y rev. téc. Humberto Serna Gómez

Incluye índice

CAMBIO ORGANIZACIONAL / ORGANIZACION INDUSTRIAL / CASOS EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS

ISBN: 958-653-053-1

Existencias: 041636 Ej.1

GENERAL

658

C331m

Carvalho, Rubens P. de

El método Fénix / Rubens P. de, Carvalho; tr. Felipe, Lanchas

. --Santafé de Bogotá : Norma, 1992
218 p.
Empresas y empresarios
Incluye bibliografía
ADMINISTRACION DE EMPRESAS - FUNDAMENTOS / DIRECTORES DE COMPAÑIAS / CAMBIO ORGANIZACIONAL
Lanchas, Felipe, tr.
ISBN: 958-04-1909-4
Existencias: 041634 Ej.1 G - 041635 Ej.2 G - 049621 Ej.3 G - 049622 Ej.4 G - 049623
Ej.5

658.04
J61i

J. K. Lasser Tax Institute
Iniciación y administración de pequeños y medianos negocios / J. K. Lasser Tax Institute
-- 6a ed. --Santafé de Bogotá : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1992
xiv, 316 p.
Tr. Nancy Agray Vargas, rev. téc. Alberto Narváez Rozo
PEQUEÑA Y MEDIANA INDUSTRIA - ADMINISTRACION / PLANIFICACION INDUSTRIAL / ADMINISTRACION DE EMPRESAS
ISBN: 958-600-093-1
Existencias: 042270 Ej.1

658.835
M321e

Marconi, Joe
Estrategias de marketing : para momentos de crisis / Joe, Marconi
. --Bogotá : Legis, 1992
xii, 194 p.
Serie Empresarial
Tr. Jesús Villamizar Herrera, asesoría y rev. téc. Humberto Serna Gómez
Incluye apéndices e índice
MERCADÉO / ESTUDIOS DE MERCADO / CASOS EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS / PLANEACION ESTRATEGICA / ESTRATEGIAS DE VENTA
ISBN: 958-653-058-2
Existencias: 041701 Ej.1 041702 Ej.2

GENERAL

658.406
B947f

Burch, Steven
Telecomunicación empresarial : guía estratégica para gerentes / Steven, Burch; tr. Jesús, Villamizar Herrera; rev.téc. Humberto, Serna Gómez
. --Bogotá : Legis, 1992
180 p.
Serie Empresarial
Incluye lecturas adicionales e índice
PLANEACION ESTRATEGICA / TELECOMUNICACIONES / DIRECTORES DE COMPAÑIAS / CASOS EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS
Villamizar Herrera, Jesússtr.; Serna Gómez, Humbertorev.téc.
ISBN: 958-653-046-9
Existencias: G - 041703 Ej.1 G - 049768 Ej.2 G - 049769 Ej.3 G - 049770 Ej.4

658.568
L813c

Lock, Dennis
Cómo gerenciar la calidad total : estrategias y técnicas / Dennis, Lock; David J., Smith
. --Bogotá : Legis, 1991
320 p.
Serie empresarial
Tr. Jesús Villamizar Herrera, asesoría y rev. téc. Humberto Serna Gómez
CONTROL DE CALIDAD / CALIDAD DE LOS PRODUCTOS
Smith, David J.
ISBN: 958-653-00-0
Existencias: 041704 Ej.1

658.4038

G621h

Goldratt, Eiyahu M.

The Haystack syndrome : sifting information out of the data ocean / Eiyahu M., Goldratt

. --Croton-on-Hudson, N.Y. : North River, 1991

262 p.

COMUNICACION EN ADMINISTRACION / ADMINISTRACION DE LA INFORMACION

ISBN: 0-88427-089-0

Existencias: 041705 Ej.1

658

R64e

Rojas B., Carlos Julio

Empresas colombianas exitosas : once organizaciones colombianas y los factores claves de su éxito /

Carlos Julio, Rojas B.

-- 2a ed. --Santafé de Bogotá : Editorial Grijalbo, 1992

147 p. : il

Economía y empresa

Incluye bibliografías

ADMINISTRACION DE EMPRESAS - COLOMBIA / EMPRESAS - ORGANIZACIONES - COLOMBIA

ISBN: 958-639-076-4

Existencias: 041757 Ej.1 041758 Ej.2

GENERAL

658.15

G536a

Gitman, Lawrence J.

Administración financiera básica / Lawrence J., Gitman

. --México : Harla, 1990

723 p.

Incluye apéndices e índice de materias

ADMINISTRACION FINANCIERA / ANALISIS FINANCIERO

ISBN: 968-6356-01-0

Existencias: G - 041807 Ej.1 041808 Ej.2 G - 049027 Ej.3

658.409

S485d

Sérieyx, Hervé

El desprecio cero / Hervé, Sérieyx

. --México : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1992

154 p.

Serie McGraw-Hill de management

Tr. Rafael Lefort

Incluye anexos

DIRECCION POR OBJETIVOS / EXITO / INNOVACIONES TECNOLOGICAS \{ADMINISTRACION DE EMPRESAS\}

ISBN: 970-10-0098-6

Existencias: 041975 Ej.2

657.45

S939m

Suárez Suárez, Andrés S.

La moderna auditoría : un análisis conceptual y metodológico / Andrés S., Suárez Suárez

. --México : Editorial McGraw-Hill, 1992

109 p.

Serie McGraw-Hill de management

Incluye bibliografía

AUDITORIA DE GESTION / AUDITORIA - METODOLOGIA

ISBN: 970-10-0100-1

Existencias: 041966 Ej.3

658.82

R559r

Ries, Al

La revolución del marketing : la táctica dicta la estrategia / Al, Ries; Jack, Trout

. --México : Editorial McGraw-Hill, 1990

216 p.

Tr. Alberto Narváez Rozo
Incluye índice
MERCADEO / VENDEDORES Y ARTE DE VENDER / COMPETENCIA ECONOMICA / PLANIFICACION
ESTRATEGICA / ESTRATEGIAS DE DESARROLLO
Trout, Jack
ISBN: 968-422-816-3
Existencias: 041968 Ej.3

658.4
J37d
1992

Jarillo, José Carlos
Dirección estratégica / José Carlos, Jarillo
-- 2a ed. --Madrid : Editorial McGraw-Hill, 1992
204 p.
Serie McGraw-Hill de management
Incluye bibliografía
GESTION DE LA PRODUCCION / DIRECTORES DE COMPAÑIAS / ADMINISTRACION DE EMPRESAS /
DIRECCION POR OBJETIVOS / ESTRATEGIAS DE DESARROLLO
ISBN: 84-7615-906-4
Existencias: 041964 Ej.1

GENERAL

658.835
O38m

Ohmae, Kenichi
El mundo sin fronteras : poder y estrategia en la economía entrelazada / Kenichi, Ohmae; tr. Roberto
A., Haas
. --México : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1992
248 p.
Incluye epílogo, índice e información acerca del autor
ESTRATEGIAS DE DESARROLLO / MERCADO / COMPETITIVIDAD / CONSUMIDORES / COMPETENCIA
ECONOMICA
Haas, Roberto A., tr.
ISBN: 968-422-878-3
Existencias: G - 041970 Ej.3 G - 062291 Ej.4

658.8
Ch532m

Chias, Josep
El mercado son personas / Josep, Chias
. --México : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1992
107 p. : il
Incluye apéndice y bibliografía
SERVICIOS DE GESTION / SERVICIOS ADMINISTRATIVOS / SERVICIO AL CLIENTE / MERCADEO
ISBN: 970-10-0091-9
Existencias: 041974 Ej.3

R
659.109861
R254h

Raventós Rabinat, José María
Historia de la publicidad gráfica colombiana / José María, Raventós Rabinat
. --Santafé de Bogotá : Ediciones y Eventos, 1992
348, [26] p. : il
Incluye índice
DISEÑO GRAFICO - COLOMBIA - HISTORIA
ISBN: 958-33-0048-9
Existencias: 042061 Ej.1

658.5
M741s

Monden, Yasuhiro
El sistema de producción de Toyota / Yasuhiro, Monden
. --Buenos Aires : Eds. Macchi, 1990
274 p. : il

Incluye anexos y bibliografía
SISTEMAS DE PRODUCTIVIDAD / PRODUCTIVIDAD EN JAPON / CONTROL DE CALIDAD
ISBN: 950-537-167-5
Existencias: 042232 Ej.1

658.566
H236j

Handscombe, Richard S.
El jefe de producto : guía práctica del product manager / Richard S., Handscombe
. --Madrid : Editorial McGraw-Hill, 1992
279 p. : gráf
Serie McGraw-Hill de management
Tr. Luis Gasset Vega
Incluye postdata e índice
PRODUCTOS - ADMINISTRACION / SERVICIO AL CLIENTE / MERCADEO / PRODUCTIVIDAD
ISBN: 84-7615-793-2
Existencias: 042243 Ej.1

658.16
J74

Colaiácovo, Juan Luis
Joint ventures : y otras formas de cooperación empresaria internacional / Juan Luis, Colaiácovo; Rubén Daniel, Avaro; Marilda, Rosado de Sa Ribeiro; Hernán, Narbona Veliz
. --Buenos Aires : Macchi Grupo Editor, 1992
425 p.
En la portada Organización de los Estados Americanos (OEA) y Centro Interamericano de Comercialización (CICOM)
Incluye bibliografías
ASOCIACIONES EMPRESARIALES / INTEGRACION ECONOMICA / COOPERACION INTERNACIONAL (EMPRESAS) / ORGANIZACIONES INTERNACIONALES / CASOS EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS / JOINT VENTURES
Avaro, Rubén Daniel; Rosado de Sa Ribeiro, Marilda; Narbona Veliz, Hernán
ISBN: 950-537-207-8
Existencias: 042233 Ej.1 042242 Ej.2

658.9164
T266a

Tejada, Blanca Dolly
Administración de sistemas de servicios de alimentación : calidad, nutrición, productividad y beneficios / Blanca Dolly, Tejada
. --Medellín : Universidad de Antioquia, 1992
1050 p. : il
Incluye resúmenes, referencias y ejercicios
ADMINISTRACION DE SERVICIOS / SERVICIO AL CLIENTE / ALIMENTOS / PRODUCCION ALIMENTARIA / NUTRICION
ISBN: 958-9021-60-3
Existencias: 042241 Ej.1 042689 Ej.2

658.314
L788p

Livon Grosman, Gustavo
Permiso, yo soy creatividad / Gustavo, Livon Grosman
-- 2a ed. rev. y aum. --Buenos Aires : Macchi, 1990
169 p.
Incluye bibliografía
APTITUD CREADORA / MOTIVACION / COMUNICACION / ROL CREATIVO
ISBN: 950-537-135-7
Existencias: 042238 Ej.1 042261 Ej.2

658.409
L936m

Luchia-Puig, Cecilia
Management : como hacer carrera, claves para una estrategia personal / Cecilia, Luchia-Puig

-- 3a ed. --Buenos Aires : Macchi, 1992
272 p. : il
Incluye bibliografía consultada
DIRECTORES DE COMPAÑIAS - RELATOS PERSONALES / COMUNICACION EN ADMINISTRACION /
PARTICIPACION EN LA ADMINISTRACION DE EMPRESAS / RELACIONES LABORALES / ENTREVISTAS
ISBN: 950-537-176-4
Existencias: 042234 Ej.1

658
H554a
1991

Hermida, Jorge Alfredo
Administración y estrategia / Jorge Alfredo, Hermida; Roberto, Serra
-- 3a ed. --Buenos Aires : Eds. Macchi, 1991
351 p.
Incluye bibliografía e índice de cuadros
ADMINISTRACION DE EMPRESAS / PLANEACION ESTRATEGICA / CASOS EN ADMINISTRACION DE
EMPRESAS
Serra, Roberto
ISBN: 950-537-140-3
Existencias: 042248 Ej.1

658.8
S454c

Seglin, Jeffrey L.
Curso de mercadotecnia McGraw-Hill 36 horas / Jeffrey L., Seglin
. --México : Editorial McGraw-Hill, 1992
260 p.
Tr. Rosa María Rosas Sánchez, rev. téc. Marcela Benassini
Incluye respuestas, índice y examen final
MERCADEO / PLANEACION ESTRATEGICA / ESTUDIOS DE MERCADO / COMUNICACION EN MERCADEO /
CONTROL DE PRECIOS / PRODUCTOS
ISBN: 968-422-849-X
Existencias: 042258 Ej.1

658.05
A561e

Andreu Civit, Rafael
Estrategia y sistemas de información / Rafael, Andreu Civit; Joan E., Ricart; Josep, Valor
. --Madrid : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1991
ix, 187 p.
Serie McGraw-Hill de management
Pról. de Arnoldo C. Hax
Incluye bibliografía
SISTEMAS DE INFORMACION ADMINISTRATIVA / CAMBIO ORGANIZACIONAL / PLANEACION
ESTRATEGICA
Ricart, Joan E.; Valor, Josep
ISBN: 84-7615-666-9
Existencias: 042257 Ej.1

658.314
D812c

Duailibi, Roberto
Creatividad & marketing / Roberto, Duailibi; Harry, Simonsen
. --Santafé de Bogotá : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1992
xxi, 129 p. : il. + regla heurística creatividad y marketing
Tr. Consuelo Salamanca de Santamía, rev. téc. Jan Edward Stornfelt
Incluye apéndice y bibliografía
CREATIVIDAD EN ADMINISTRACION / APTITUD CREADORA / MERCADEO
Simonsen, Harry
ISBN: 958-600-099-0
Existencias: 042252 Ej.1

658.16
B579r

Biasca, Rodolfo E.
Resizing : reestructurando, replanteando y recreando la empresa para lograr competitividad / Rodolfo

- E., Biasca
 -- 4a ed. ampl. y act.. --Buenos Aires : Macchi, 1991
 xxiv, 471 p.
 Con opiniones de empresarios, gerentes, consultores y profesores. Casos de empresas de
 Latinoamérica, EE. UU., Europa, Japón y otros países
 Incluye anexos
 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL / FUSIONES DE EMPRESAS / CASOS EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS /
 CAMBIO ORGANIZACIONAL / COMPETITIVIDAD / PLANEACION ESTRATEGICA
 ISBN: 950-537-151-9
Existencias: 042253 Ej.1
- 658.04
 R434c
 Resnik, Paul
Cómo dirigir una pequeña empresa : decálogo de la supervivencia y el éxito / Paul, Resnik
 . --Madrid : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1992
 204 p.
 Serie McGraw-Hill de management
 Tr. Juan Ramón Piñas Postill
 Incluye epílogo, bibliografía e índice
 PEQUEÑA Y MEDIANA INDUSTRIA - ADMINISTRACION / PLANIFICACION INDUSTRIAL / ADMINISTRACION
 DE EMPRESAS
 ISBN: 84-481-0003-4
Existencias: 042271 Ej.1
- 658.5
 W872m
 Womack, James P.
La máquina que cambió el mundo / James P., Womack, Jones Daniel T.; Daniel, Roos
 . --Madrid : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1992
 xx, 292 p.
 Tr. Francisco Ortiz Chaparro
 Incluye epílogo, notas, apéndices e índice
 ADMINISTRACION DE LA PRODUCCION / PRODUCCION INDUSTRIAL / AUTOMOVILES - DISEÑO Y
 CONSTRUCCION / AUTOMOVIL - PRODUCCION Y DIRECCION / PRODUCTIVIDAD EN JAPON
 Jones Daniel T.; Roos, Daniel
 ISBN: 84-7615-921-8
Existencias: 042272 Ej.1
- 658.4
 H891b
 Huggett, Renée
Business case studies / Renée, Huggett
 . --New York : Cambridge University Press, 1990
 105 p. : il
 CASOS EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS / INGLES - LIBROS DE LECTURA / ADMINISTRACION DE
 EMPRESAS
 ISBN: 0-521-38895-3
Existencias: 042324 Ej.1
- 658.45
 S769e
 Spring-Wallace, Jennifer
English for corporate communications : cases in international business / Jennifer, Spring-Wallace
 . --Englewood Cliffs, N.J. : Regents/Prentice Hall, 1993
 170 p. : il
 COMUNICACION EN ADMINISTRACION - PROBLEMAS, EJERCICIOS, ETC. / INFORMES DE NEGOCIOS -
 PROBLEMAS, EJERCICIOS, ETC. / EMPRESAS INTERNACIONALES - ADMINISTRACION / INGLES - TEXTOS PARA
 EXTARNJEROS / CASOS EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS
 ISBN: 0-13-175340-1
Existencias: 042316 Ej.1
- 658.1146
 R988b
 Ryan, John
Business studies today / John, Ryan; John, Richards

. --New York, N. Y. : Cambridge University Press, 1991
258 p. : il
Incluye índice
INFORME DE NEGOCIOS / COMUNICACION EN ADMINISTRACION / INGLES - TEXTOS PARA EXTRANJEROS
/ ADMINISTRACION DE EMPRESAS
Richards, John
ISBN: 0-521-37632-7
Existencias: 042315 Ej.1

R
658.568
J95m

Juran, J. M.
Manual de control de la calidad / J. M., Juran; Frank M., Gryna; R. S., Bingham
-- 2a ed. --Bogotá : Reverté Colombiana, 1992
3 v.
Incluye apéndices e índices
CONTROL DE CALIDAD - MANUALES / CALIDAD DE LOS PRODUCTOS / CONTROL DE LA PRODUCCION /
ADMINISTRACION INDUSTRIAL
Gryna, Frank M.; Bingham, R. S.
ISBN: 84-291-2652-X
Existencias: 042286 v.1 042287 v.2 042288 v.3

GENERAL

658.4
S425v

Scott, Cynthia D.
Visión, valores y misión organizacionales / Cynthia D., Scott; Dennis T., Jaffe; Glenn R., Tobe; tr. Jaime,
Schlittler
. --México : Grupo Editorial Iberoamérica, 1997
ix, 100 p. : il
Serie 50 minutos
Incluye resumen
MISION ORGANIZACIONAL / VISION ORGANIZACIONAL / MATRIZ DOFA / VALORES (EN LA
ORGANIZACION)
Jaffe, Dennis T.; Tobe, Glenn R.; Schlittler, Jaime tr.
ISBN: 970-625-145-6
Existencias: G - 055876 Ej.1 G - 055877 Ej.2

658.8
B814m

Braidot, Néstor P.
Marketing total / Néstor P., Braidot
. --Buenos Aires : Macchi, 1992
xx, 409 p. : il
Incluye referencias bibliográficas y bibliografía
CAMBIO ORGANIZACIONAL / CALIDAD TOTAL / MERCADEO - FUNDAMENTOS / CONSUMIDORES -
ASPECTOS PSICOLOGICOS / ESTRATEGIA DE MERCADEO
ISBN: 950-537-205-1
Existencias: 042268 Ej.1

658.827
V195i

Valls, Josep-Francesc
La imagen de marca de los países / Josep-Francesc, Valls
. --Madrid : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1992
xviii, 267 p. : il
Serie McGraw-Hill de management
Incluye cuadros y bibliografía
MARCAS DE FABRICA / IMAGEN Y DISEÑO CORPORATIVO / CONSUMIDORES - ASPECTOS
PSICOLOGICOS
ISBN: 84-7615-820-3
Existencias: 042267 Ej.1

658.568
R541c

Rico, Rubén Roberto

Calidad estratégica total = Total quality management : diseño, implementación y gestión del cambio estratégico imprescindible / Rubén Roberto, Rico

. --Buenos Aires : Macchi, 1991

xviii, 190 p. : gráfs

Incluye bibliografía

CONTROL DE CALIDAD / SERVICIO AL CLIENTE / CALIDAD TOTAL - ADMINISTRACION

ISBN: 950-537-193-4

Existencias: 042266 Ej.1

658.16

B415r

Beer, Michael

La renovación de las empresas a través del camino crítico / Michael, Beer; Russell A., Eisenstat; Bert, Spector

. --Madrid : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1992

xviii, 230 p.

Serie McGraw-Hill de management

Tr. Francisco Ortiz Chaparro

Incluye apéndices e índice

CAMBIO ORGANIZACIONAL / COMPETITIVIDAD / LIDERAZGO / CONSOLIDACION DE EMPRESAS

Eisenstat, Russell A.; Spector, Bert

ISBN: 84-7615-839-4

Existencias: 042265 Ej.1

658.8

M843m

Moreno, José María

Marketing internacional : contenido y estrategias para lograr la excelencia / José María, Moreno

. --Buenos Aires : Macchi, 1991

xx, 328 p.

Incluye bibliografía

MERCADEO INTERNACIONAL / COMERCIO EXTERIOR / ESTUDIOS DE MERCADO / POLITICA ECONOMICA

ISBN: 950-537-187-X

Existencias: 042264 Ej.1

658.816

M753p

Monroe, Kent B.

Políticas de precios : para hacer rentables las decisiones / Kent B., Monroe

. --Madrid : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1992

583 p. : gráfs

Serie McGraw-Hill de management

Tr. Carmen Berne, Enrique Giner, rev. téc. Manuel Espitia

Incluye glosario e índices

POLITICA DE PRECIOS / PRECIOS / OFERTA Y DEMANDA / CONTROL DE PRECIOS

ISBN: 84-7615-768-1

Existencias: 042256 Ej.1 042691 Ej.2

658.566

O35j

O'Grady, Peter J.

Just-in-time : una estrategia fundamental para los jefes de producción / Peter J., O'Grady

. --Madrid : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1992

x, 129 p.

Serie McGraw-Hill de management

Pról. Pedro Nuevo Iniesta, tr. Instituto Internacional de Finanzas

Incluye bibliografía y lecturas complementarias e índice

ADMINISTRACION DE LA PRODUCCION / CASOS EN ADMINISTRACION DE LA PRODUCCION / SISTEMAS DE PRODUCCION / SERVICIO AL CLIENTE / PRODUCCION

ISBN: 84-7615-903-X

Existencias: 042255 Ej.1

658.46

R228m

Rassam, Clive

El mundo de la consultoría gerencial / Clive, Rassam; David, Oates
. --Santafé de Bogotá : Tercer Mundo ; Macchi, 1992
242 p.
TOMA DE DECISIONES / ASESORES DE EMPRESAS / CASOS EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS /
CONSULTORES - HISTORIA
Oates, David
ISBN: 958-601-400-2
Existencias: 042263 Ej.1 044307 Ej.2

658.4
B132a

Badaracco, Joseph L.
Alianzas estratégicas : el caso de General Motors e IBM / Joseph L., Badaracco
. --Madrid : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1992
xxvi, 145 p.
Serie McGraw-Hill de management
Tr. José Real Gutiérrez
Incluye notas e índices
PLANEACION ESTRATEGICA / GENERAL MOTORS - ADMINISTRACION / IBM - ADMINISTRACION / ALIANZAS
- ADMINISTRACION / CASOS EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS
ISBN: 84-7615-837-8
Existencias: 042260 Ej.1 044988 Ej.2

GENERAL

658.31
D475a
1991

Dessler, Gary
Administración de personal / Gary, Dessler; tr. Marco Antonio, Malfavón Martínez; rev. téc. Salvador
Ricardo, Sánchez Gutiérrez
-- 4a ed. --México : Prentice-Hall Hispanoamericana, 1991
812 p. : il
Incluye glosario e índices
ADMINISTRACION DE PERSONAL / SELECCION DE PERSONAL / CAPACITACION DE EMPLEADOS /
MOTIVACION EN EL TRABAJO / ADMINISTRACION DE EMPRESAS COMO PROFESION
Malfavón Martínez, Marco Antonio; tr.; Sánchez Gutiérrez, Salvador Ricardo; rev. téc.
ISBN: 968-880-191-7
Existencias: G - 042471 Ej.1 G - 042472 Ej.2 G - 049075 Ej.3

658.8
R221g

Rapp, Stan
El gran giro de la mercadotecnia : la era del individuo y cómo beneficiarse con ella / Stan, Rapp; Tom,
Collins
. --México : Editorial McGraw-Hill, 1991
480 p.
Tr. Roberto A. Hass
Incluye notas e índice
MERCADEO / SERVICIO AL CLIENTE / ESTRATEGIA DE MERCADEO / CASOS EN MERCADEO
Collins, Tom
ISBN: 968-4222-879-1
Existencias: 042685 Ej.1

659.1
R559p

Ries, Al
Posicionamiento : el concepto que ha revolucionado la comunicación publicitaria y la mercadotecnia
/ Al, Ries; Jack, Trout
. --México : Editorial McGraw-Hill, 1992
263 p.
Tr. Manuel Arbolí Gascón, rev. téc. José H. Kates
Incluye índice
PUBLICIDAD / COMUNICACION EN MERCADEO / COMUNICACION - ASPECTOS PSICOLOGICOS
Trout, Jack
ISBN: 968-422-002-2
Existencias: 042690 Ej.2

658.83
A385m

Alfaro Drake, Tomás
El marketing como arma competitiva : cómo asignar prioridades a los recursos comerciales / Tomás, Alfaro Drake
. --Madrid : Editorial McGraw-Hill, 1992
308 p.
Serie McGraw-Hill de management
Incluye apéndices
MERCADEO / ESTUDIOS DE MERCADO / POLITICA DE PRECIOS / CONTROL DE VENTAS / VENTAS - DIRECCION Y ADMINISTRACION / ESTRATEGIA DE MERCADEO
ISBN: 84-7615-818-1
Existencias: 042692 Ej.1 048269 Ej.2 048270 Ej.3

658.401
R865f

Roussel, Philip A.
Tercera generación de I + D : su integración a la estrategia de negocio / Philip A., Roussel; Kamal N., Saad; Tamara J., Erickson
. --Madrid : Editorial McGraw-Hill, 1991
188 p.
Serie McGraw-Hill de management
Pról. de Javier Baixas, tr. Francisco Ortiz Chaparro, rev. téc. Veronika Söntgerath
Incluye epílogo e índice
PLANEACION ESTRATEGICA / ORGANIZACION INDUSTRIAL / COMPETITIVIDAD - SIGLO XXI / TEORIA ORGANIZACIONAL
Saad, Kamal N.; Erickson, Tamara J.
ISBN: 84-7615-782-7
Existencias: 042686 Ej.1

658.409
S241p

Saporosi, Gerardo
Pasión entrepreneur / Gerardo, Saporosi
. --Buenos Aires : Macchi, 1991
221 p. : il
ADMINISTRACION DE EMPRESAS - METODOLOGIA / TOMA DE DECISIONES / SERVICIOS DE GESTION / EXITO PERSONAL
ISBN: 950-537-191-8
Existencias: 042687 Ej.1 042688 Ej.2 044309 Ej.3

R
659.19025
A134

ABC publicitario. --Santafé de Bogotá : Publicaciones Publicitarias Colombianas, 1993
275 p. : il
Biblioteca tiene : año 1993
PUBLICIDAD COMERCIAL ARTISTICA IMPRESA - DIRECTORIOS / PUBLICIDAD - LEGISLACION - DIRECTORIOS
Existencias: 042727 1993 Ej.1

658.4
V656e

Viedma, José María
La excelencia empresarial : un estudio del caso español con conclusiones aplicables a las empresas latinoamericanas / José María, Viedma
-- 2a ed. --Madrid : Editorial McGraw-Hill, 1992
348 p.
Serie McGraw-Hill de management
Pról. de Enrique Corominas
Incluye anexos, bibliografía e índices
EXCELENCIA EMPRESARIAL - INVESTIGACIONES / CASOS EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS \{ESPAÑA\}
/ LIDERAZGO
ISBN: 84-481-0005-0
Existencias: 042703 Ej.1

GENERAL

658.404

S241c

Sapag Chain, Nassir

Criterios de evaluación de proyectos : cómo medir la rentabilidad de las inversiones / Nassir, Sapag Chain

. --Madrid : Editorial McGraw-Hill, 1993

144 p.

Serie McGraw-Hill de management

Incluye apéndice y bibliografía

EVALUACION DE PROYECTOS / ESTUDIOS DE MERCADO / INVERSIONES / PROYECTOS DE DESARROLLO

ECONOMICO

ISBN: 84-481-0067-0

Existencias: G - 042693 Ej.1 G - 053177 Ej.2 G - 053178 Ej.3

658.15

D568i

Díez de Castro, Luis

Ingeniería financiera : la gestión en los mercados financieros internacionales / Luis, Díez de Castro; Juan, Mascareñas Pérez-Iñigo

. --Madrid : Editorial McGraw-Hill, 1991

464 p. : il

Serie McGraw-Hill de management

Incluye bibliografías, bibliografía general e índice

MERCADO FINANCIERO INTERNACIONAL / GESTION FINANCIERA / SISTEMA MONETARIO INTERNACIONAL / INGENIERIA FINANCIERA / MERCADOS DE DIVISAS

Mascareñas Pérez-Iñigo, Juan

ISBN: 84-7615-699-5

Existencias: 042704 Ej.1

658.402

O35m

1993

Ogliastri Uribe, Enrique

Manual de planeación estratégica : teoría, aplicaciones y casos / Enrique, Ogliastri Uribe -- 7a ed. ampl. y rev. --Bogotá : Tercer Mundo ; Uniandes, 1992 (impresión de 1993)

251 p.

Administración

Incluye bibliografía y casos

CAMBIO ORGANIZACIONAL - MANUALES / PLANEACION ESTRATEGICA - MANUALES / ANALISIS DE MERCADERO / CASOS EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS

ISBN: 958-601-398-7

Existencias: 042854 Ej.1 042855 Ej.2

658.4

M963f

1990

Münch Galindo, Lourdes

Fundamentos de administración / Lourdes, Münch Galindo; José, García Martínez

-- 5a ed. --México : Editorial Trillas, 1990 (impresión de 1992)

240 p. : il

Incluye bibliografía e índices

ADMINISTRACION - ESTUDIO Y ENSEÑANZA / ADMINISTRACION DE EMPRESAS - FUNDAMENTOS

García Martínez, José

ISBN: 968-24-3941-8

Existencias: 042859 Ej.1 042860 Ej.2

658.571

M963m

Münch Galindo, Lourdes

Métodos y técnicas de investigación \{para administración e ingeniería\} / Lourdes, Münch Galindo; Ernesto, Angeles

-- 2a ed. --México : Editorial Trillas, 1990 (impresión de 1993)

166 p. : il

Incluye bibliografías e índices

ADMINISTRACION - INVESTIGACIONES / INGENIERIA - INVESTIGACIONES
Angeles, Ernesto
ISBN: 968-24-3626-5
Existencias: 042863 Ej.1

658.91362
P962m

PROAHSa

Manual de organización y procedimientos hospitalarios / PROAHSa
. --São Paulo : Organización Panamericana de la Salud ; OMS, 1990
636 p. : il
ADMINISTRACION HOSPITALARIA - MANUALES
ISBN: 92-75-32037-3
Existencias: 043062 Ej.1

658.4
M328a

Margerison, Charles

Administración en equipo : nuevos enfoques prácticos / Charles, Margerison; Dick, McCann
. --Santafé de Bogotá : Macchi ; TM editores, 1993
180 p.
Colección Gerencial
Incluye listas de figuras y tablas
ADMINISTRACION DE EMPRESAS / TRABAJO EN EQUIPO
McCann, Dick
ISBN: 958-601-437-1
Existencias: 043159 Ej.1 045791 Ej.2

658.835
M781e

Monteverde, Agustín A.

Estrategias para la competitividad internacional / Agustín A., Monteverde
. --Buenos Aires : Macchi, 1992
301 p. : il
Incluye bibliografía
COMPETITIVIDAD / ANALISIS DE MERCADEO / ESTRATEGIAS DE VENTA
ISBN: 950-537-210-8
Existencias: 043158 Ej.1

658.15
M977c

Murioni, Oscar

Cálculo financiero / Oscar, Murioni; Angel A., Trossero
-- 2a ed. --Buenos Aires : Macchi, 1993
536 p.
Incluye bibliografía y tablas
ANALISIS FINANCIERO / ADMINISTRACION FINANCIERA / MATEMATICAS FINANCIERAS / OPERACIONES
FINANCIERAS
Trossero, Angel A.
ISBN: 950-537-222-1
Existencias: 043157 Ej.1

658.401
S487e

Serra, Roberto

Estructuras empresarias dinámicas : modelos para diseñar empresas flexibles / Roberto, Serra; Eduardo, Kastika
. --Buenos Aires : Macchi, 1991
140 p. : il
Incluye bibliografía e índice
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL / ADMINISTRACION DE EMPRESAS
Kastika, Eduardo
ISBN: 950-537-189-6
Existencias: 043156 Ej.1 046713 Ej.2

658.91362

D791d

Drovetta, Susana

Dirección de la salud / Susana, Drovetta

. --Buenos Aires : Macchi, 1992

393 p. : gráfs

ORGANIZACIONES PARA LA PRESERVACION DE LA SALUD - ADMINISTRACION / PLANIFICACION DE LA SALUD / ADMINISTRACION DE SERVICIOS DE SALUD

ISBN: 950-537-217-5

Existencias: 043219 Ej.1 044524 Ej.2 044525 Ej.3

658.401

P361e

Pearson, Barrie

Estrategia de negocios : cómo mejorar drásticamente sus utilidades y su flujo de fondos / Barrie,

Pearson

. --Santafé de Bogotá : Macchi; TM editores, 1993

188 p. : il

Colección Sentido común. Gerencial

PRONOSTICO DE LOS NEGOCIOS / PLANEACION ESTRATEGICA / EXITO / SERVICIO AL CLIENTE

ISBN: 958-601-438-X

Existencias: 043208 Ej.1 045621 Ej.2 045622 Ej.3

658.409

H799d

Hopson, Barrie

12 pasos para el éxito brindando servicio / Barrie, Hopson; Mike, Scally

. --Buenos Aires : Macchi, 1993

182 p.

Colección Management

EXITO / SERVICIO AL CLIENTE / CALIDAD TOTAL EN SERVICIOS

Scally, Mike

ISBN: 950-537-228-0

Existencias: 043214 Ej.1 045153 Ej.2

658.401

B866c

Brojt, David

Cómo mejorar la rentabilidad empresarial y ganar competitividad / David, Brojt

. --Buenos Aires : Macchi, 1992

187 p. : il

Incluye bibliografía

CAMBIO ORGANIZACIONAL / COMPETITIVIDAD / CALIDAD TOTAL EN SERVICIOS / DOFA

ISBN: 950-537-245-0

Existencias: 043215 Ej.1 044306 Ej.2

658.83

B594e

Bijon, Claude

Las estrategias de ruptura / Claude, Bijon

. --Santafé de Bogotá : Tercer Mundo ; Uniandes, 1992

203 p.

Administración

ESTUDIOS DE MERCADO / OFERTA Y DEMANDA / ADMINISTRACION DE EMPRESAS

ISBN: 958-601-399-5

Existencias: 043216 Ej.1 045637 Ej.2 045638 Ej.3

GENERAL

658.835

S371c

Schonberger, Richard J.

Cómo crear la cadena cliente-proveedor : hacia una compañía de categoría mundial / Richard J.,

Schonberger; tr. Fernando, Ruíz Gabás; rev. téc. Felipe, Toro

. --Bogotá : Norma, 1993

396 p. : il

Desarrollo gerencial
Incluye apéndice, notas e índice
CONSUMIDORES / PROVEEDORES / SERVICIO AL CLIENTE / CALIDAD TOTAL EN SERVICIOS
Ruíz Gabás, Fernando; Toro, Felipe rev. téc.
ISBN: 958-04-1763-6
Existencias: 043182 Ej.1 G - 043183 Ej.2 G - 049618 Ej.3 G - 049619 Ej.4 G - 049620
Ej.5
658.542
S381a
1992

Schroeder, Roger G.
Administración de operaciones : toma de decisiones en la función de operaciones / Roger G.,
Schroeder

. --México : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1992 (Impresión de 1993)
855 p. : il
Tr. por Gerardo Maldonado Vázquez, rev. téc. de César Alfonso Acosta Mejía
Incluye apéndices e índice
ADMINISTRACION DE LA PRODUCCION / TOMA DE DECISIONES
ISBN: 970-10-0088-9
Existencias: 043193 Ej.1 043194 Ej.2

658.314
U74c
1992

Urdaneta Ballén, Orlando

Cómo hacer desarrollo de personal en las organizaciones / Orlando, Urdaneta Ballén
-- 4a ed. --Santafé de Bogotá : Legis, 1992
205 p. : il
Colección Manuales prácticos para gerentes
Incluye bibliografía
ADMINISTRACION DE PERSONAL / ANALISIS OCUPACIONAL
ISBN: 958-653-044-2
Existencias: 043195 Ej.1 043196 Ej.2

658.404
A319g

Randolph, Alan W.

Gerencia de proyectos : cómo dirigir exitosamente equipos de trabajo / Alan W., Randolph; Barry Z.,
Posner
. --Santafé de Bogotá : Editorial McGraw-Hill, 1993
162 p.
Serie McGraw-Hill de Management
Tr. por Lilia Guerrero, rev. téc. de David Gleiser D.
Incluye índice
DIRECCION DE PROYECTOS / DIRECTORES DE COMPAÑIA / CAMBIO ORGANIZACIONAL / GRUPOS DE
TRABAJO
Posner, Barry Z.
ISBN: 958-600-196-2
Existencias: 043320 Ej.1 043321 Ej.2 043322 Ej.3

GENERAL

658.15
R666g

Robledo, Andrés

Gestión financiera bajo inflación / Andrés, Robledo
-- 3a ed. act. según los decretos 2911 y 2912 de 1991. --Bogotá : Tercer Mundo; Uniandes, 1992
300 p.
Incluye anexos
ADMINISTRACION FINANCIERA / ESTADOS FINANCIEROS / INFLACION Y CONTABILIDAD / DECRETO 2911
DE 1991 / DECRETO 2912 DE 1991
ISBN: 958-601-397-9
Existencias: G - 043197 Ej.1 G - 058437 Ej.2

658.45
V217p

Van Fleet, James K.

- El poder de la conversación en los negocios** / James K., Van Fleet
 . --Santafé de Bogotá : Legis, 1993
 147 p.
 Colección Temas clave
 Tr. por Jesús Villamizar Herrera, asesoría y rev. téc. de Humberto Serna Gómez
 COMUNICACION ORGANIZACIONAL / COMUNICACION NO VERBAL \{PSICOLOGIA\} / PERSUASION
 \{PSICOLOGIA\}
 ISBN: 958-653-061-2
Existencias: 043173 Ej.1 043174 Ej.2 043175 Ej.3
- 658.568
 M339p
 Mariño Navarrete, Hernando
Planeación estratégica de la calidad total / Hernando, Mariño Navarrete
 . --Santafé de Bogotá : Tm editores, 1993
 243 p.
 Administracion
 Incluye apéndice y bibliografía
 PLANEACION ESTRATEGICA / CALIDAD TOTAL EN SERVICIOS
 ISBN: 958-601-431-2
Existencias: 043176 Ej.1 043177 Ej.2 043178 Ej.3
- 658.4
 D794g
 Drucker, Peter Ferdinand
Gerencia para el futuro : el decenio de los 90 y más allá / Peter Ferdinand, Drucker
 . --Bogotá : Norma, 1993
 353 p.
 Empresas y empresarios
 Tr. por Jorge Cárdenas Nannetti
 Incluye índice
 DIRECTORES DE COMPAÑIA / CAMBIO ORGANIZACIONAL / ORGANIZACION INDUSTRIAL
 ISBN: 958-04-2144-7
Existencias: 043179 Ej.1 043180 Ej.2 043181 Ej.3
- 658.568
 K96h
 Kume, Hstoshi
Herramientas estadísticas básicas para el mejoramiento de la calidad / Hstoshi, Kume
 . --Bogotá : Norma, 1992
 236 p.
 Desarrollo gerencial
 Tr. por Eloisa Vasco, rev. téc. de Daniel Tarquino
 Incluye respuestas e índice
 CONTROL DE CALIDAD - ESTADISTICAS / CALIDAD DE LOS PRODUCTOS / METODOS GRAFICOS
 ISBN: 958-04-1541-2
Existencias: 043203 Ej.1 043204 Ej.2
- 658.401
 E83c
 Etchevarne, Carlos
Calidad gerencial / Carlos, Etchevarne
 . --Buenos Aires : Macchi, 1992
 200 p. : il
 Incluye anexos y bibliografía
 DIRECTORES DE COMPAÑIAS / LIDERAZGO / MOTIVACION
 ISBN: General
Existencias: 043221 Ej.1
- 658.017
 B523e
 Bernardo, Juan D.
Efca de los negocios / Juan D., Bernardo
 . --Buenos Aires : Macchi, 1993
 176 p.
 Incluye conclusiones y bibliografía

ETICA DE LOS NEGOCIOS / EJECUTIVOS - ETICA PROFESIONAL

ISBN: 950-537-239-6

Existencias: 043220 Ej.1 044624 Ej.2

658.4

H554a

1992

Hermida, Jorge Alfredo

Administración y estrategia : [teoría y práctica] / Jorge Alfredo, Hermida; Roberto, Serra; Eduardo, Kastika

-- 4a ed. --Buenos Aires : Eds. Macchi, 1992

575 p. : il

Incluye bibliografía e índice de cuadros

PLANEACION ESTRATEGICA / ADMINISTRACION DE EMPRESAS / COMPETITIVIDAD / CASOS EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS

Serra, Roberto; Kastika, Eduardo

ISBN: 950-537-218-3

Existencias: 043264 Ej.1 043265 Ej.2

658.409

H236l

Handscombe, Richard S.

Liderazgo estratégico : los eslabones perdidos / Richard S., Handscombe; Philip A., Norman

. --Madrid : Editorial McGraw-Hill, 1993

191 p. : il

Serie McGraw-Hill de management

Tr. por Michel Angstadt

Incluye índice

LIDERAZGO / DIRECCION DE EMPRESAS / CAMBIO ORGANIZACIONAL

Norman, Philip A.

ISBN: 84-481-0024-7

Existencias: 043300 Ej.1 043301 Ej.2 043302 Ej.3

658.8

B223v

Barabba, Vincent P.

La voz del mercado : la ventaja competitiva a través del uso creativo de la información del mercado /

Vincent P., Barabba; Gerald, Zaltman

. --Madrid : Editorial McGraw-Hill, 1992

290 p.

Serie McGraw-Hill de management

Tr. por Michel Angstadt

Incluye glosario, apéndice e índice

MERCADEO - TOMA DE DECISIONES / COMPETITIVIDAD

Zaltman, Gerald

ISBN: 84-7615-930-7

Existencias: 042251 Ej.1 043303 Ej.2 043304 Ej.3

658.8

H633c

Hiebing, Roman G.

Cómo preparar el exitoso plan de mercadotecnia / Roman G., Hiebing; Scott W., Cooper

. --México : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1992

325 p.

Tr. por Rosa María Rosas Sánchez

Incluye apéndices e índice

MERCADEO / ESTRATEGIA DE MERCADEO / ESTUDIOS DE MERCADO / VENTAS - DIRECCION Y ADMINISTRACION

Cooper, Scott W.

ISBN: 970-10-0031-5

Existencias: 043282 Ej.1 043283 Ej.2 043584 Ej.3

658.406

K64c

Klein, Miguel Jorge

Cursogramas : técnicas y casos / Miguel Jorge, Klein

. --Buenos Aires : Eds. Macchi, 1993

235 p. : gráfs

ANALISIS DE SISTEMAS / SIMBOLOS / CASOS EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS

ISBN: 950-537-246-9

Existencias: 043292 Ej.1

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658.15939

M294

Manual de ventas al por menor (merchandising) : para empleados, gerentes y empresarios / Warren G. Meyer ... [et al.] ; tr. Nelsón Buitrago Gómez. -- . --Santafé de Bogotá : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1992.

3 v. : il.

Incluye índice

COMERCIO MINORISTA -MANUALES / VENTA AL POR MENOR-MANUALES / RECURSOS HUMANOS / VENTAS-DIRECCION Y ADMINISTRACION

Meyer, Warren G. ; Buitrago Gómez, Nelson, tr.

ISBN: 958-600-115-6 (O. C.)

Existencias: CT - 043344 v.1 CT - 043345 v.2 CT - 043346 v.3

GENERAL

658.406

H224r

Hammer, Michael

Reingeniería : olvide lo que usted sabe sobre cómo debe funcionar una empresa. -Casi todo está errado! / Michael, Hammer; James, Champy

. --Bogotá : Norma, 1994

226 p.

Tr. por Jorge Cárdenas Nannetti

Incluye epílogo e índice

REORGANIZACION DE CORPORACIONES / REINGENIERIA / CAMBIO ORGANIZACIONAL

Champy, James

ISBN: 958-04-2650-3

Existencias: G - 043461 Ej.1 G - 043462 Ej.2 G - 047696 Ej.3 G - 062810 Ej.4

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658.9161

M359m

Marriner-Tomey, Ann

Manual para administración de enfermería / Ann Marriner-Tomey ; tr. Rocío Aguilera Hernández ; rev.téc. Evangelina Cardona Mirón. --

-- 4a ed. -- . --México : Editorial Interamericana ; Editorial McGraw-Hill, 1993.

479 p. : il.

Incluye apéndice, bibliografía e índice

ENFERMERIA COMO PROFESION-MANUALES / PLANEACION ESTRATEGICA / ENFERMERIA-TOMA DE DECISIONES / STRESS (PSICOLOGIA) / ADMINISTRACION DE SERVICIOS DE SALUD

Aguilera Hernández, Rocío, tr.; Cardona Mirón, Evangelina, rev. téc.

ISBN: 968-25-1973-X

Existencias: CT - 043459 Ej.1 CT - 047821 Ej.2

658.4

E82e

Hax, Arnoldo C., comp.

Estrategia empresarial / comp. Arnoldo C., Hax

. --Buenos Aires : El Ateneo, 1992

280 p.

Dirección de empresas

Tr. por Ariel Bignami

Incluye notas

PLANEACION ESTRATEGICA / CALIDAD DE LOS PRODUCTOS / INNOVACIONES TECNOLOGICAS

ISBN: 950-02-3616-8

Existencias: 043463 Ej.1

658.409

G382m

Gerson, Richard F.

Más allá del servicio al cliente : cómo conservar la lealtad del cliente para siempre / Richard F., Gerson
. --México : Grupo Editorial Iberoamérica, 1993

88 p. : il

Tr. por Héctor G. Tejera

Incluye apéndices

SERVICIO AL CLIENTE / CALIDAD TOTAL EN SERVICIOS

ISBN: 970-625-035-2

Existencias: 043524 Ej.1 043525 Ej.2

658.409

B335c

Batten, Joe

Cómo construir una cultura de calidad total : guía para su implantación en la empresa / Joe, Batten

. --México : Grupo Editorial Iberoamérica, 1993

90 p.

Pról. de Zig Ziglar

Incluye apéndices, bibliografía y glosario

CALIDAD TOTAL / REINGENIERIA / LIDERAZGO

ISBN: 970-625-031-X

Existencias: 043526 Ej.1 043527 Ej.2

658.409

M383d

Martín, William B.

Dirección de los servicios de calidad al cliente : [guía práctica para operaciones de servicio] / William

B., Martín

. --México : Grupo Editorial Iberoamérica, 1992

93 p. : il

Tr. al español por Héctor G. Tejera, autor del "Diccionario Moderno de Informática", miembro de la

Sociedad Americana de Traductores

SERVICIO AL CLIENTE / CALIDAD TOTAL EN SERVICIOS

ISBN: 968-7270-91-8

Existencias: 043519 Ej.1 043520 Ej.2 043521 Ej.3

658.3128

B712c

Bone, Diane

Calidad en el trabajo : guía personal de estándares profesionales / Diane, Bone; Rick, Grigg

. --México : Grupo Editorial Iberoamérica, 1992

87 p. : il

Incluye glosario y bibliografía

CALIDAD TOTAL EN EL TRABAJO / CALIDAD TOTAL EN SERVICIOS

Grigg, Rick

ISBN: 968-7270-84-5

Existencias: 043522 Ej.1 043523 Ej.2 043563 Ej.3

658.4

H299m

Harrington, H. James

Mejoramiento de los procesos de la empresa / H. James, Harrington

. --Santafé de Bogotá : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1993

309 p.

Serie McGraw-Hill de management

Tr. por Gloria Elizabeth Rosas Lopetegui y Marco Antonio Tiznado Santana; rev. téc. de Ricardo

Matamala Señor

Incluye apéndice e índice

CAMBIO ORGANIZACIONAL / TOMA DE DECISIONES / PROCESOS DE LA EMPRESA

ISBN: 958-600-168-7

Existencias: 043498 Ej.1 043499 Ej.2 043500 Ej.3 043501 Ej.4

657.45

A786a

Arter, Dennis R.

Auditorías de calidad para mejorar su comportamiento / Dennis R., Arter

. --Madrid : Díaz de Santos, 1993

112 p. : il

Versión española de Jesús Nicolau Medina y Mercedes Gozalbes Ballester

Incluye apéndices e índice

CALIDAD TOTAL EN AUDITORIA / AUDITORIA ADMINISTRATIVA

ISBN: 84-7978-085-1

Existencias: 043502 Ej.1

658.82

R221m

Rapp, Stan

Maximarketing : el nuevo rumbo de las estrategias de publicidad, promoción y mercadotecnia / Stan,

Rapp; Thomas L., Collins

. --México : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1990

278 p. : il

Tr. por Robert A. Haas García

Incluye notas e índice

ESTRATEGIA DE MERCADEO / PUBLICIDAD / VENDEDORES Y ARTE DE VENDER

Collins, Thomas L.

ISBN: 968-422-396-X

Existencias: 043503 Ej.1 043792 Ej.2

658.8

Z48c

Zeithaml, Valerie A.

Calidad total en la gestión de servicios : cómo lograr el equilibrio entre las percepciones y las expectativas de los consumidores / Valerie A., Zeithaml; A., Parasuraman; Leonard L., Berry

. --Madrid : Díaz de Santos, 1993

256 p.

Incluye apéndices, notas, referencias e índice

CALIDAD TOTAL EN SERVICIOS / LIDERAZGO / SERVICIO AL CLIENTE

Parasuraman, A.; Berry, Leonard L.

ISBN: 84-7978-061-4

Existencias: 043504 Ej.1 043505 Ej.2

GENERAL

658.409

H584c

Heskett, James L.

Cambios creativos en servicios / James L., Heskett; W. Earl, Sasser; Christopher W. L., Hart

. --México : Díaz de Santos, 1993

367 p. : grafs

Incluye apéndice, notas e índice

SERVICIO AL CLIENTE / CALIDAD TOTAL EN SERVICIOS / ADMINISTRACION DE SERVICIOS / MERCADEO DE SERVICIOS

Sasser, W. Earl; Hart, Christopher W. L.

ISBN: 84-7978-079-7

Existencias: G - 043508 Ej.1 G - 043509 Ej.2 G - 053863 Ej.3 G - 053864 Ej.4 G - 057017

Ej.5

658.56

H318j

Harrison, Alan

Just-in-Time : manufacturing in perspective / Alan, Harrison

. --London : Prentice Hall, 1992

277 p. : il

Manufacturing practitioner series

Incluye referencia bibliográficas e índice

ADMINISTRACION DE LA PRODUCCION / JUST-IN-TIME SISTEMAS

ISBN: 0-13-514175-3

Existencias: 043492 Ej.1

658.4

D186g

Daniels, Aubrey C.

Gerencia del desempeño / Aubrey C., Daniels

-- 3a ed. --Santafé de Bogotá : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1993

258 p. : il

Serie McGraw-Hill de management

Tr. por Ramón Alvarado de la Torre ; rev. téc. José Carlos Fonseca Ferreira y Ricardo Matamala Señor

Incluye glosario e índice

CALIDAD TOTAL EN GERENCIA / DIRECTORES DE COMPAÑIAS / REINGENIERIA

ISBN: 958-600-133-4

Existencias: 043547 Ej.1 043548 Ej.2 043549 Ej.3

GENERAL

658.568

G876c

Groocock, John M.

La cadena de la calidad / John M., Groocock; ver. esp. Jesús Nicolau, Medina

. --Madrid : Díaz de Santos, 1993

445 p.

Incluye glosario, referencias e índice

CONTROL DE CALIDAD - ASPECTOS ECONOMICOS / CALIDAD DE LOS PRODUCTOS / CALIDAD TOTAL

Medina, Jesús Nicolau, ver. esp.

ISBN: 84-7979-083-5

Existencias: 043517 Ej.1 G - 043518 Ej.2 G - 050138 Ej.3

658.409

Ch466a

Chapman, Elwood N.

Actitud : su posición más valiosa / Elwood N., Chapman

-- 2ª ed.. --México : Grupo Editorial Iberoamérica, 1992

73 p. : il

Tr. al español de Héctor G. Tejera

ACTITUD EN PSICOLOGIA / EXITO / PREDICCIÓN DEL EXITO LABORAL

ISBN: 970-625-015-8

Existencias: 043680 Ej.1 043681 Ej.2

658.15932

B799m

Bradford, Charles K.

Monitoreo de la salud financiera de los hospitales : una guía para los síndicos / Charles K., Bradford;

John F., Tiscornia

. --Santafé de Bogotá : Centro de Gestión Hospitalaria, 1993

100 p.

Incluye glosario

HOSPITALES- FINANZAS / FIDEICOMISOS Y SINDICOS / FINANZAS- FUNDAMENTOS

Tiscornia, John F.

ISBN: 958-608-099-4

Existencias: 043682 Ej.1

658.812

M383s

Martin, William B.

Servicios de calidad al cliente : la cortesía en el trabajo / William B., Martin

. --México : Editorial Trillas, 1991

82 p. : il

Manuales didácticos de administración

Tr. de Quality Customer Service : The art of treating Customers as Guests

Incluye notas y comentarios

SERVICIO AL CLIENTE / CALIDAD TOTAL EN SERVICIOS / VENEDORES Y ARTE DE VENDER

ISBN: 968-24-3321-5

Existencias: 043703 Ej.1 043704 Ej.2

658.409

H467c

Heim, Pat

- Cómo ser un líder** : plan de acción para el éxito. Programa de autodesarrollo para gerentes / Pat, Heim; Elwood N., Chapman
 . --México : Grupo Editorial Iberoamérica, 1993
 74 p. : il
 LIDERAZGO / TOMA DE DECISIONES / EXITO
 Chapman, Elwood N.
 ISBN: 970-625-032-8
Existencias: 043867 Ej.1 043868 Ej.2 043869 Ej.3
- 658
 K75
 1991
- Koontz, Harold
Elementos de administración / Harold, Koontz; Heinz, Wehrich
 -- 5a ed. , 4a ed. en español. --México : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1991
 565 p. : il
 Tr. por Julio Coro Pando, rev. téc. de Gustavo Palafox de Anda y Manuel Antonio Sesto Pedreira
 Incluye índices
 ADMINISTRACION DE EMPRESAS / PLANEACION ESTRATEGICA / ORGANIZACION
 Wehrich, Heinz
 ISBN: 968-422-283-1
Existencias: 043863 Ej.1 043864 Ej.2 047797 Ej.3
- 658.85
 P847v
- Porter, Michael E.
La ventaja competitiva de las naciones / Michael E., Porter
 . --Buenos Aires : Javier Vergara, 1991
 1025 p.
 Tr. Rafael Aparicio Martín
 Incluye epílogo, apéndices, notas e índices
 MERCADEO / COMPETITIVIDAD / VENTAJA COMPARATIVA (COMERCIO) / COMPETENCIA ECONOMICA
 ISBN: 950-15-1105-7
Existencias: 044065 Ej.1 044066 Ej.2 044067 Ej.3
- 658.3
 L665m
- Levionnois, Michel
Marketing interno y gestión de recursos humanos / Michel, Levionnois
 . --Madrid : Díaz de Santos, 1992
 145 p. : il
 Incluye epílogo
 ADMINISTRACION DE PERSONAL / COMUNICACION ORGANIZACIONAL / CAMBIO ORGANIZACIONAL
 ISBN: 84-7978-011-8
Existencias: 044095 Ej.1
- 658.456
 A282c
- Aguadero Fernández, Francisco
Cómo hacer más eficaces las reuniones : un método moderno para alcanzar el éxito / Francisco, Aguadero Fernández
 . --Madrid : CDN Ciencias de la Dirección, 1990
 135 p. : il
 Colección El dirigente 2000
 Incluye bibliografía
 REUNIONES - METODOLOGIA / EXITO / DIRECCION POR OBJETIVOS / PROFESIONALISMO EN LAS PRESENTACIONES
 ISBN: 84-86743-15-X
Existencias: 044094 Ej.1
- 658.15932
 F626g
- Flipo, Jean-Paul
Gestión de empresas de servicios / Jean-Paul, Flipo
 -- 2a ed. --Barcelona : EADA Gestión ; Ediciones Gestión 2000, 1993
 250 p. : grafos
 Incluye notas

ADMINISTRACION DE SERVICIOS / SECTOR TERCIARIO / MERCADEO DE SERVICIOS
ISBN: 84-86582-18-0
Existencias: 044093 Ej.1

658.401
M731n

Molz, Rick

Los nueve pasos de la dirección estratégica : guía para empresarios / Rick, Molz
. --México : Panorama Editorial, 1992
215 p.
Incluye apéndices e índice
PLANEACION ESTRATEGICA / PRONOSTICO DE LOS NEGOCIOS / ADMINISTRACION DE EMPRESAS
ISBN: 968-38-0246-X
Existencias: 044092 Ej.1

658.401
T971e

Tweed, Stephen C.

Enfoque estratégico : un plan de juego para desarrollar su ventaja competitiva / Stephen C., Tweed
. --México : Panorama Editorial, 1991
196 p.
VENTAJA COMPARATIVA \{COMERCIO\} / PLANEACION ESTRATEGICA / COMPETITIVIDAD /
PRONOSTICO DE LOS NEGOCIOS
ISBN: 968-38-0249-4
Existencias: 044089 Ej.1

658.4
B218e

Bank, John

La esencia de la calidad total : como introducirla efectivamente en nuestro negocio / John, Bank
. --Santafé de Bogotá : Legis, 1993
212 p. : il
Serie empresarial Legis
Tr. por Jesús Villamizar Herrera, ases. y rev. téc. Humberto Serna Gómez
Incluye notas e índice
CALIDAD TOTAL EN SERVICIOS / CALIDAD TOTAL EN GERENCIA
ISBN: 958-653-064-7
Existencias: 044091 Ej.1

658.4
M963f
1990

Münch Galindo, Lourdes

Fundamentos de administración / Lourdes, Münch Galindo; José, García Martínez
-- 5a ed. --México : Editorial Trillas, 1990 (impresión de 1993)
240 p. : il
Incluye bibliografía e índices
ADMINISTRACION - ESTUDIO Y ENSEÑANZA / ADMINISTRACION DE EMPRESAS - FUNDAMENTOS
García Martínez, José
ISBN: 968-24-3941-8
Existencias: 044087 Ej.3

658.409
C873s

Covey, Stephen R.

Los 7 hábitos de la gente eficaz : la revolución ética en la vida cotidiana y en la empresa / Stephen R.,
Covey
-- 2a ed. --Barcelona : Ediciones Paidós, 1993
388 p. : il
Incluye apéndices
EXITO / LIDERAZGO / HABITO / RENDIMIENTO INDUSTRIAL
ISBN: 84-7509-648-4
Existencias: 044096 Ej.1 044097 Ej.2 044098 Ej.3

GENERAL

659.288

W939r

Wragg, David

Relaciones públicas para mercadeo y ventas / David, Wragg; tr. Zulma, Ramos Ramírez; rev. téc.

Humberto, Serna Gómez

. --Santafé de Bogotá : Legis, 1992

164 p.

Serie Empresarial

Incluye lista de verificación, bibliografía e índice

RELACIONES PUBLICAS EN EL MERCADEO / MERCADEO

Ramos Ramírez, Zulmatr.; Serna Gómez, Humberto rev. téc.

ISBN: 958-653-033-7

Existencias: G - 044101 Ej.1 G - 049633 Ej.2 G - 049634 Ej.3 G - 049635 Ej.4

658.409

A185u

Acosta Vera, José María

Uso eficaz del tiempo : cómo alcanzar el éxito sin estrés / José María, Acosta Vera

. --Madrid : CDN Ciencias de la Dirección, 1990

223 p. : il

Colección El dirigente 2000

Pról. de Manuel Chausa González

Incluye bibliografía

USO DEL TIEMPO / EXITO

ISBN: 84-86743-24-9

Existencias: 044111 Ej.1

658.85

S782c

Stalk, George

Compitiendo contra el tiempo : la nueva fuente de la ventaja competitiva / George, Stalk; Thomas M.,

Hout

. --Madrid : CDN Ciencias de la Dirección, 1991

279 p. : il

Tr. por Benito Herrera Amaro y Alfonso Oroz Echeverría, rev. téc. de Gabriela González-Bueno

Incluye notas

VENTAJA COMPARATIVA \{COMERCIO\} / COMPETITIVIDAD / USO DEL TIEMPO

Hout, Thomas M.

ISBN: 84-86743-25-7

Existencias: 044110 Ej.1

658.314

M963m

Münch Galindo, Lourdes

Más allá de la excelencia y de la calidad total / Lourdes, Münch Galindo

. --México : Editorial Trillas, 1992

205 p. : il

Incluye glosario, bibliografía e índice

ADMINISTRACION INDUSTRIAL / PRODUCTIVIDAD DEL TRABAJO / MOTIVACION DEL EXITO / CALIDAD

TOTAL EN EL TRABAJO

ISBN: 968-24-4552-3

Existencias: 044108 Ej.1 044109 Ej.2

658.4

S477c

Senlle, Andrés

"Calidad y liderazgo" / Andrés, Senlle

. --Barcelona : Ediciones Gestión 2000, 1992

191 p. : il

En la carátula ICFYDE \{Instituto Catalán de Formación y Desarrollo Empresarial)

Incluye ejercicios, despedida y bibliografía

LIDERAZGO / CALIDAD TOTAL EN GERENCIA

ISBN: 84-80-880-06-6

Existencias: 044102 Ej.1 045703 Ej.2

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658.401

M636p

Miklos, Tomás

Planeación interactiva : nueva estrategia para el logro empresarial / Tomás Miklos y María Elena, Tello. -

-

. --México : Editorial Limusa ; Grupo Noriega Editores, 1993.

104 p. : il.

Incluye bibliografía

PLANEACION ESTRATEGICA / ADMINISTRACION DE EMPRESAS

Tello, María Elena

ISBN: 968-18-4641-9

Existencias: CT - 044107 Ej.1

658.4

S934e

Stump, Stephen A.

Estrategia y liderazgo : como ejecutar su plan / Stephen A., Stump; Thomas P., Muller

. --Santafé de Bogotá : Legis, 1992

278 p. : il

Serie empresarial Legis

Tr. Teresa Niño Torres, ases. y rev. téc. Humberto Serna Gómez

Incluye índice

LIDERAZGO / PLANEACION ESTRATEGICA / CREATIVIDAD EN ADMINISTRACION

Muller, Thomas P.

ISBN: 958-653-065-5

Existencias: 044103 Ej.1

658.568

G983n

Gutiérrez, Mario

Nociones de calidad total : conceptos y herramientas básicas, enseñanza media básica / Mario,

Gutiérrez

. --Limusa; Noriega Editores : México, 1993

239 p. : il

Il. de Ramón de la Peña A.

En la portada: ITSM (Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores Monterrey)

CALIDAD TOTAL - ESTUDIO Y ENSEÑANZA / CALIDAD TOTAL EN LA ORGANIZACION - LIBROS DE TEXTOS

ISBN: 968-18-4584-6

Existencias: 044121 Ej.1

658.403

G314t

Gelatt, H. B.

La toma creativa de decisiones : cómo aprovechar la incertidumbre positiva. Aplicación de las técnicas racionales e intuitivas para tomar las mejores decisiones / H. B., Gelatt

. --México : Grupo Editorial Iberoamérica, 1993

70 p. : il

Incluye bibliografía

TOMA DE DECISIONES / CREATIVIDAD EN ADMINISTRACION

ISBN: 970-625-040-9

Existencias: 044120 Ej.1

658.403

P761c

Pokras, Sandy

Cómo resolver problemas y tomar decisiones sistemáticamente / Sandy, Pokras

. --México : Grupo Editorial Iberoamérica, 1992

103 p. : il

TOMA DE DECISIONES / SOLUCION DE PROBLEMAS

Existencias: 044119 Ej.1

659.288

H645c

Hill, Dennis Cole

Cómo promover su empresa y sus productos : un manual práctico de relaciones públicas para el empresario / Dennis Cole, Hill

. --México : Panorama Editorial, 1992 (impresión de 1993)
127 p. : il
Incluye addendum y apéndices
RELACIONES PUBLICAS EN EL MERCADEO - MANUALES / PROMOCION DE VENTAS - MANUALES / EXITO
ISBN: 968-38-0265-5
Existencias: 044113 Ej.1

GENERAL

658.3124
Z13e

Zaccarelli, Herman E.
Entrenamiento de gerentes como capacitadores : guía para mejorar el rendimiento de los empleados. Estrategias y técnicas eficaces en la capacitación / Herman E., Zaccarelli
. --México : Grupo Editorial Iberoamérica, 1993
76 p. : il
Serie 50 minutos
CAPACITACION DE EMPLEADOS / DIRECTORES DE COMPAÑIAS / PRODUCTIVIDAD DEL TRABAJO /
CAPACITACION DE EJECUTIVOS / RENDIMIENTO INDUSTRIAL
ISBN: 970-625-033-6
Existencias: G - 044118 Ej.1 G - 049949 Ej.2

GENERAL

658.314
T981c

Tylczak, Lynn
Cómo incrementar la productividad de los empleados : principios de la administración del valor en el trabajo. Mejor calidad de productos y servicios a menor costo / Lynn, Tylczak
. --México : Grupo Editorial Iberoamérica, 1993
71 p. : il
Serie 50 minutos
ADMINISTRACION DE PERSONAL / CALIDAD TOTAL EN PRODUCCION / PRODUCTIVIDAD DEL TRABAJO /
RENDIMIENTO INDUSTRIAL
ISBN: 970-625-038-7
Existencias: G - 044117 Ej.1 G - 049950 Ej.2 G - 058447 Ej.3

658.402
S425c

Scott, Cynthia D.
Cómo dirigir el cambio en las organizaciones : guía práctica para gerentes, conviértase en el agente efectivo para el cambio / Cynthia D., Scott; Dennis T., Jaffe
. --México : Grupo Editorial Iberoamérica, 1993
71 p. : il
Incluye lecturas sugeridas
LIDERAZGO / CAMBIO ORGANIZACIONAL / DIRECTORES DE COMPAÑIAS
Jaffe, Dennis T.
ISBN: 970-625-037-9
Existencias: 044116 Ej.1

658.4
G631c

Goman, Carol Kinsey
Cómo dirigir para lograr el compromiso : promover la lealtad dentro de las organizaciones / Carol Kinsey, Goman
. --México : Grupo Editorial Iberoamérica, 1992
72 p. : il
Tr. por Héctor G. Tejera
EJECUTIVOS / ADMINISTRACION DE PERSONAL / SATISFACCION EN EL TRABAJO
ISBN: 970-625-011-5
Existencias: 044115 Ej.1

651.371
B261e

Barnes, Carolyn
Excelencia profesional para secretarías : técnicas comprobadas para el desarrollo profesional /

Carolyn, Barnes; Marilyn, Manning
. --México : Grupo Editorial Iberoamérica, 1993
71 p. : il
SECRETARIAS - FORMACION PROFESIONAL / SERVICIOS DE OFICINA
Manning, Marilyn
ISBN: 970-625-036-0
Existencias: 044114 Ej.1

658.409
K49m

Kim, Woo-Choong
El mundo es tuyo pero tienes que ganártelo / Woo-Choong, Kim
. --México : Grupo Editorial Iberoamérica, 1993
164 p.
Incluye epílogo
EXITO / CALIDAD TOTAL / ADMINISTRACION DE EMPRESAS - RELATOS PERSONALES
ISBN: 970-625-017-4
Existencias: 044267 Ej.1 044268 Ej.2 044269 Ej.3

658.402
S318c
1990

Schein, Edgar H.
Consultoría de procesos / Edgar H., Schein
-- 2a ed. --Wilmington, Del. : Addison-Wesley Iberoamericana ; Sistemas Técnicos de Edición, 1990
2 v.
Serie Desarrollo organizacional
Versión en español de Bertha D. L. de Valverde y María Elena Herrera Romo, con la colaboración de
María Elisa Acosta González
Contenido : v.1: su papel en el desarrollo organizacional
Incluye apéndices y bibliografía
ASESORES DE EMPRESAS / CAMBIO ORGANIZACIONAL / COMUNICACION ORGANIZACIONAL / TOMA
DE DECISIONES
ISBN: 0-201-62916-X
Existencias: 044311 v.1 Ej.1

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658.4062
M636p

Miklos, Tomás
Planeación prospectiva : una estrategia para el diseño del futuro / Tomás Miklos y María Elena Tello. --
. --México : Editorial Limusa ; Grupo Noriega Editores, 1991 (impresión de 1994).
204 p. : il.
En la portada Centro de Estudios Prospectivos de la Fundación Javier Barros Sierra AC.
Incluye anexos y bibliografía
SIGLO XXI-PREDICCIONES / PLANEACION ESTRATEGICA / PROSPECTIVA
Tello, María Elena
ISBN: 968-18-3848-3
Existencias: CT - 044249 Ej.1 CT - 045229 Ej.2 CT - 045230 Ej.3

658.402
B636e

Blake, Robert R.
La estrategia para el cambio organizacional / Robert R., Blake; Jane Srygley, Mouton; Anne Adams,
McCanse
. --Wilmington, Del. : Addison-Wesley Iberoamericana ; Sistemas Técnicos de Edición, 1991
262 p.
Serie Desarrollo organizaional
Versión en español de Addison-Wesley Iberoamericana con la colaboración de Carlos Díaz
Incluye referencias bibliográficas
CAMBIO ORGANIZACIONAL / PLANEACION ESTRATEGICA / DIAGNOSTICO DE EMPRESAS
Mouton, Jane Srygley; McCanse, Anne Adams
ISBN: 0-201-51855-4
Existencias: 044317 Ej.1

658.402

B745d

Boss, R. Wayne

Desarrollo organizacional en los servicios de salud / R. Wayne, Boss

. --Wilmington, Del. : Addison-Wesley Iberoamericana; Sistemas Técnicos de Edición, 1991

216 p.

Serie Desarrollo organizacional

Versión en español de Addison-Wesley Iberoamericana, con la colaboración de Esther Figueroa

Espinosa

Incluye apéndices, bibliografía e índice

CAMBIO ORGANIZACIONAL / ADMINISTRACION HOSPITALARIA / SERVICIOS DE SALUD PARA LA
COMUNIDAD - ADMINISTRACION

ISBN: 0-201-51856-2

Existencias: 044319 Ej.1

658.402

B978e

Bushe, Gervase R.

Estructuras paralelas de aprendizaje : fortalecimiento de la innovación en sistemas burocráticos /

Gervase R., Bushe; A. B. \{Rami\}, Shami

. --Wilmington, Del. : Addison-Wesley Iberoamericana, 1993

214 p.

Serie Desarrollo organizacional

Versión en español de Gilda Moreno Manzur, con la colaboración de Esther Figueroa Espinosa

Incluye apéndices, bibliografía e índice

CAMBIO ORGANIZACIONAL / BUROCRACIA / CONTROL GUBERNAMENTAL

Shami, A. B. \{Rami\}

ISBN: 0-201-51870-8

Existencias: 044320 Ej.1

658.15932

D311gu

Deeb, Norma de

Guía para el mejoramiento de una unidad quirúrgica / Norma de, Deeb; Roberto, Gutiérrez;

Alexandra, Ortiz

. --Santafé de Bogotá : Fundación Restrepo Barco; FES, 1992 \{impresión Ed. Guadalupe\}

136 p.

Serie GEHOS; no.7

Incluye anexos, listas y bibliografía

HOSPITALES - SALAS DE CIRUGIA / SALA DE RECUPERACION QUIRURGICA

Gutiérrez, Roberto; Ortiz, Alexandra

Existencias: 044348 Ej.1 044349 Ej.2 044350 Ej.3 045571 Ej.4

658.15932

S231g

Santa, Gloria Lucia

Guía de mejoramiento para un área contable y financiera / Gloria Lucia, Santa

. --Santafé de Bogotá : Fundación Restrepo Barco; FES, 1992 \{impresión Ed. Guadalupe\}

90 p.

Serie GEHOS; no.6

Incluye anexos, listas y bibliografía

HOSPITALES - ADMINISTRACION / HOSPITALES - FINANZAS

Existencias: 044345 Ej.1 044346 Ej.2 044347 Ej.3 045568 Ej.4

658.15932

C266g

Cárdenas, Juan Camilo

Guía para el mejoramiento de un área de facturación / Juan Camilo, Cárdenas; Patricia, Gómez de

León; Cynthia, Mercer

. --Santafé de Bogotá : Fundación Restrepo Barco; FES, 1992 \{impresión Ed. Guadalupe\}

95 p.

Serie GEHOS; no.5

Incluye anexos, listas y bibliografía

HOSPITALES - ADMINISTRACION FINANCIERA / HOSPITALES - EFECTIVIDAD DE COSTOS

Gómez de León, Patricia; Mercer, Cynthia

Existencias: 044342 Ej.1 044343 Ej.2 044344 Ej.3 045573 Ej.4

658.7
G983g

Gutiérrez, Roberto

Guía para el mejoramiento de un área de suministros / Roberto, Gutiérrez; Patricia, Gómez de León
. --Santafé de Bogotá : Fundación Restrepo Barco; FES, 1992 (impresión Ed. Guadalupe)
97 p.

Serie GEHOS; no.4

Incluye anexos, listas y bibliografía

HOSPITALES - ADMINISTRACION / ADMINISTRACION DE MATERIALES / CONTROL DE INVENTARIOS

Gómez de León, Patricia

Existencias: 044339 Ej.1 044340 Ej.2 044341 Ej.3 045567 Ej.4

658.15932

D311g

Deeb, Norma de

Guía para el mejoramiento de un área de admisiones / Norma de, Deeb; Patricia, Gómez de León;
Alexandra, Ortíz

. --Santafé de Bogotá : Fundación Restrepo Barco; FES, 1992 (impresión Ed. Guadalupe)
130 p.

Serie GEHOS; no.3

Incluye bibliografía, listas, figuras, cuadros

HOSPITALES - ADMINISTRACION / ADMINISTRACION DE SERVICIOS DE SALUD

Gómez de León, Patricia; Ortíz, Alexandra

Existencias: 044336 Ej.1 044337 Ej.2 044338 Ej.3 045572 Ej.4

658.15932

G943

Gómez de León, Patricia

Guía para el mejoramiento de un área médica y administrativa / Patricia, Gómez de León; Roberto,
Gutiérrez; Cynthia, Mercer; Juan Camilo, Cárdenas

. --Santafé de Bogotá : Fundación Restrepo Barco; FES, 1992 (impresión Ed. Guadalupe)
100 p.

Serie GEHOS; no.2

Incluye bibliografía, anexos y listas

HOSPITALES - ADMINISTRACION / ADMINISTRACION DE SERVICIOS DE SALUD

Gutiérrez, Roberto; Mercer, Cynthia; Cárdenas, Juan Camilo

Existencias: 044333 Ej.1 044334 Ej.2 044335 Ej.3 045570 Ej.4

658.15932

G633g

Gómez de León, Patricia

Guía para el mejoramiento de un hospital / Patricia, Gómez de León

. --Santafé de Bogotá : Fundación Restrepo Barco; FES, 1992 (impresión Ed. Guadalupe)
63 p.

Serie GEHOS; no.1

Incluye anexos, listas de figuras y bibliografía

HOSPITALES - ADMINISTRACION / ATENCION MEDICA / ADMINISTRACION DE SERVICIOS DE SALUD

Existencias: 044330 Ej.1 044331 Ej.2 044332 Ej.3 045569 Ej.4

658.04092

D749m

Drucker, Peter Ferdinand

Mi vida y mi tiempo / Peter Ferdinand, Drucker

. --Madrid : CDN Ciencias de la Dirección, 1992
366 p.

DRUCKER, PETER F., 1909- / AUTOBIOGRAFIA

ISBN: 84-86743-38-9

Existencias: 044354 Ej.1

658.402

H243d

Hanna, David P.

Diseño de organizaciones para la excelencia en el desempeño / David P., Hanna

. --Wilmington, Del. : Addison-Wesley Iberoamericana, 1990

218 p. : il
Serie Desarrollo organizacional
Versión en español de María Elena Herrera Romo y Bertha D. L. de Valverde
Incluye notas y bibliografía
CAMBIO ORGANIZACIONAL / PLANEACION ESTRATEGICA / DESEMPEÑO DE UN ROL / DISEÑO ORGANIZACIONAL
ISBN: 0-201-62930-5
Existencias: 044314 Ej.1

658.402
M699a
Mohrman, Susan Albers
Autodiseño de organizaciones : cómo lograr un desempeño superior / Susan Albers, Mohrman; Thomas G., Cummings
. --Wilmington, Del. : Addison-Wesley Iberoamericana; Sistemas Técnicos de Edición, 1991
228 p.
Serie Desarrollo organizacional
Versión en español de Addison-Wesley Iberoamericana, con la colaboración de Esther Figueroa Espinosa
Incluye bibliografía
DESEMPEÑO DE UN ROL / PLANEACION ESTRATEGICA / CAMBIO ORGANIZACIONAL / DISEÑO ORGANIZACIONAL
Cummings, Thomas G.
ISBN: 0-201-51854-6
Existencias: 044315 Ej.1

GENERAL

658.406
G824p
Greiner, Larry E.
Poder y desarrollo organizacional : la movilización del poder para implantar el cambio / Larry E., Greiner; Virginia E., Schein; vers.esp. María Elena, Herrera Romo
. --Wilmington, Del. : Addison-Wesley Iberoamericana; Sistemas Técnicos de Edición, 1990
195 p.
Serie Desarrollo organizacional
Colaboración de Jesús Díaz Ibáñez
Incluye bibliografía
CAMBIO ORGANIZACIONAL / PODER EJECUTIVO / PLANEACION ESTRATEGICA / COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL
Schein, Virginia E.; Herrera Romo, María Elenavers.esp.
ISBN: 0-201-62913-5
Existencias: G - 044316 Ej.1 G - 050975 Ej.2

658.0072
R696i
Rodríguez Becerra, Manuel
Informe para la misión de ciencia y tecnología sobre el estado actual y perspectivas de la educación y la investigación en el área de administración / Manuel, Rodríguez Becerra; Carlos, Dávila Ladron de Guevara; Luis Ernesto, Romero Ortiz
. --Bogotá : [s.n.], 1990
55, 14 p.
Incluye anexos
TRABAJO DE INVESTIGACION EN ADMINISTRACION / ADMINISTRACION - ESTUDIO Y ENSEÑANZA / FORMACION PROFESIONAL - COLOMBIA
Dávila Ladron de Guevara, Carlos; Romero Ortiz, Luis Ernesto
Existencias: 044486 Ej.1

GENERAL

658.4
M667p
Mintzberg, Henry
El proceso estratégico : conceptos, contextos y casos / Henry, Mintzberg; James Brian, Quinn; tr. Georgina, Greenham del Castillo; rev. téc. Noe, Urzua Bustamante
-- 2a ed. --México : Prentice-Hall Hispanoamericana, 1993
xxiii, 1207 p. : il
Incluye notas de los casos, bibliografía e índices

PLANEACION ESTRATEGICA / ORGANIZACION / ADMINISTRACION DE EMPRESAS / CASOS EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS

Quinn, James Brian; Greenham del Castillo, Georjinatr.; Urzua Bustamante, Noerev. téc.
ISBN: 968-880-322-7

Existencias: G - 044812 Ej.1 G - 044813 Ej.2 G - 049062 Ej.3

GENERAL

658.409
M875r

Morris, Daniel

Reingeniería : cómo aplicarla con éxito en los negocios / Daniel, Morris; Joel, Brandon
. --Santafé de Bogotá : Editorial McGraw-Hill, 1994

282 p. : il

Tr. por Cecilia Avila de Barón, rev. téc. de Roberto Rosero Hinestroza

Incluye anexos

REINGENIERIA / CAMBIO ORGANIZACIONAL

Brandon, Joel

ISBN: 958-600-281-0

Existencias: G - 044553 Ej.1 G - 044554 Ej.2 G - 044555 Ej.3 G - 062815 Ej.4

GENERAL

658
S877a
1994

Stoner, James A. F.

Administración / James A. F., Stoner; R. Edward, Freeman; tr. Arturo, Córdova Just; rev.téc. Héctor A., Sánchez Rued

-- 5a ed. --México : Prentice-Hall Hispanoamericana, 1994

781 p. : il

Incluye glosario, créditos de las fotografías e índices

ADMINISTRACION DE EMPRESAS / ORGANIZACION INDUSTRIAL / PLANIFICACION

Freeman, R. Edward; Córdova Just, Arturotr.; Sánchez Rued, Héctor A.rev.téc.

ISBN: 968-880-351-0

Existencias: G - 044511 Ej.1 G - 044512 Ej.2 G - 049061 Ej.3

658.45
O15c

O'C. Leggett, Brian

Comunicación oral en la empresa : un enfoque retórico / Brian, O'C. Leggett

. --Pamplona : EUNSA, 1993

134 p. : il

Empresa y organizaciones. Manuales IESE

Incluye bibliografía

COMUNICACION ORGANIZACIONAL / COMUNICACION ORAL / ELOCUCION

ISBN: 84-313-1240-8

Existencias: 044936 Ej.1 044937 Ej.2

658.406
K92s

Kriegel, Robert J.

Si no está roto, rómpalo : ideas no convencionales para un mundo de negocios cambiante / Robert J., Kriegel; Louis, Patler

. --Barcelona : Norma, 1993

358 p.

Tr. por Gloria Rosas

Incluye notas

CAMBIO ORGANIZACIONAL / EXITO EN LOS NEGOCIOS / STRESS LABORAL

Patler, Louis

ISBN: 958-04-2115-3
Existencias: 044658 Ej.1

658.04
G516c

Giral Barnes, José

Cultura de efectividad / José, Giral Barnes
-- 2a ed. --México : Grupo Editorial Iberoamérica, 1993
227 p.
Incluye nota bibliográfica
ADMINISTRACION INDUSTRIAL / COMPETITIVIDAD / ADMINISTRACION DE PERSONAL
ISBN: 970-625-021-2
Existencias: 044637 Ej.1 044638 Ej.2 044639 Ej.3

658.4
G367

Heller, Robert, ed.

Gerencia moderna : avances recientes en la práctica administrativa / ed. Robert, Heller
. --Santafé de Bogotá : Macchi; Tercer Mundo, 1994
515 p. : il
Colección Académica. Administración
ADMINISTRACION DE EMPRESAS - EUROPA / CALIDAD TOTAL EN GERENCIA
ISBN: 958-601-461-4
Existencias: 044640 Ej.1 044641 Ej.2

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658.00952
S556f

Shimazaki, Hiroshi

La filosofía del éxito : el lado humano de la empresa japonesa / Hiroshi Shimazaki ; ver. Claudio Ardisson Pérez ; rev. Francisco Javier Laris Casillas. --
. --México : Editorial Limusa ; Grupo Noriega Editores, 1993.
315 p.
Incluye apéndice, notas e índice

ONITSUKA, KIHACHIRO, 1915-
ADMINISTRACION DE EMPRESAS - JAPON / AMBIENTE DE TRABAJO (JAPON) / EXITO EN LOS NEGOCIOS
Ardisson Pérez, Claudio, ver.; Laris Casillas, Francisco Javier, rev.
ISBN: 968-18-4727-X
Existencias: CT - 044747 Ej.1 CT - 044748 Ej.2

658.562
P437o

Perel, Vicente L.

Las organizaciones neuróticas : de la neurosis a la calidad total / Vicente L., Perel
. --Buenos Aires : Macchi, 1993
138 p. : il
Incluye bibliografía
CALIDAD TOTAL EN LA ORGANIZACION / STRESS LABORAL / CAMBIO ORGANIZACIONAL
ISBN: 950-537-261-2
Existencias: 044662 Ej.1 044663 Ej.2

GENERAL

658.409
C949c

Crosby, Philip B.

Completeness (plenitud) : calidad total para el siglo XXI / Philip B., Crosby; tr. Guadalupe, Meza Staines
. --México : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1994

275 p.
Incluye índice
CALIDAD TOTAL EN MERCADEO - SIGLO XXI / EXITO / CONTROL DE CALIDAD - SIGLO XXI
Meza Staines, Guadalupe, tr.
ISBN: 970-10-0444-2
Existencias: G - 044989 Ej.1 G - 049928 Ej.2

658.402
S746b

Spendolini, Michael J.
Benchmarking : [proceso sistemático y continuo para evaluar los productos, servicios y procesos de trabajo de las organizaciones que son reconocidas como representantes de las mejores prácticas, con el propósito de realizar mejoras organizacionales] / Michael J., Spendolini
. --Bogotá : Norma, 1994
248 p. : il
Rev. téc. de Félix Matiz
ADMINISTRACION DE EMPRESAS / CALIDAD TOTAL EN MERCADEO / BENCHMARKING
ISBN: 958-04-2746-1
Existencias: 044986 Ej.1 044987 Ej.2 047695 Ej.3

GENERAL

658.402
S476q

Senge, Peter M.
La quinta disciplina : cómo impulsar el aprendizaje en la organización inteligente / Peter M., Senge; tr. Carlos, Gardini
. --Barcelona : Ediciones Juan Granica, 1993
490 p. : il
Incluye apéndices e índice
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL / ORGANIZACION INDUSTRIAL - SIGLO XXI / TRABAJO EN EQUIPO / DISCIPLINA LABORAL
Gardini, Carlos, tr.
ISBN: 84-7577-351-6
Existencias: G - 044985 Ej.1 G - 048709 Ej.2 G - 048710 Ej.3

GENERAL

658.409
A341t

Albrecht, Karl
Todo el poder al cliente : el nuevo imperativo de la calidad del servicio / Karl, Albrecht
. --Barcelona : Ediciones Paidós, 1994
353 p.
Paidós empresa ; no. 30
Incluye índice
CALIDAD TOTAL EN SERVICIOS / SERVICIO AL CLIENTE / ADMINISTRACION DE SERVICIOS
ISBN: 84-493-0010-X
Existencias: 044984 Ej.1 G - 046429 Ej.2 G - 049908 Ej.3

658.409
A341s

Albrecht, Karl
Servicio al cliente interno : cómo solucionar la crisis de liderazgo en la gerencia intermedia / Karl, Albrecht
. --Barcelona : Ediciones Paidós, 1992
259 p.
Paidós empresa ; no. 7
Incluye índice
SERVICIO AL CLIENTE / CALIDAD TOTAL EN SERVICIOS / ADMINISTRACION DE SERVICIOS
ISBN: 84-7509-749-9
Existencias: 044983 Ej.1 046428 Ej.2

658.4
W429e

Weiss de Belalcázar, Anita
La empresa colombiana entre la tecnocracia y la participación : del taylorismo a la calidad total /
Anita, Weiss de Belalcázar
. --Santafé de Bogotá : Universidad Nacional de Colombia. Dpto. de Sociología, 1994
208 p.
Serie condiciones de trabajo en la industria colombiana
Incluye bibliografía y anexo
CAMBIO ORGANIZACIONAL / PRODUCTIVIDAD DEL TRABAJO / CALIDAD TOTAL / TECNOCRACIA
ISBN: 958-17-0115-X
Existencias: 045096 Ej.1

658.406
H224re

Hammer, Michael
Reengineering the corporation : a manifesto for business revolution / Michael, Hammer; James,
Champy
. --New York, N. Y. : Harper Business, 1993
223 p.
Incluye índice
CAMBIO ORGANIZACIONAL / REINGENIERIA / REORGANIZACION DE CORPORACIONES
Champy, James
ISBN: 0-88730-640-3
Existencias: 044955 Ej.1

658.401
V867e

Vlcek, Donald J.
El efecto domino : [incremente sus ventas, sus utilidades y su participación en el mercado mediante la
Super Visión] / Donald J., Vlcek; Jeffrey P., Davidson
. --México : Editorial McGraw-Hill, 1993
310 p.
Tr. por Rosa María Rosas Sánchez
Incluye bibliografía y semblanza de los autores
ADMINISTRACION DE EMPRESAS / DESEMPEÑO DE UN ROL / SUPER VISION
Davidson, Jeffrey P.
ISBN: 970-10-0275-X
Existencias: 044964 Ej.1 044965 Ej.2

GENERAL

658.4
L1791p

Llano Cifuentes, Carlos
El postmodernismo en la empresa / Carlos, Llano Cifuentes; pról. Lorenzo, Servitje
. --México : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1994
183 p.
Incluye contenido
ADMINISTRACION DE EMPRESAS / POST-MODERNIDAD / MODERNISMO \{EMPRESAS\}
Servitje, Lorenzo, pról.
ISBN: 970-10-0442-6
Existencias: G - 044962 Ej.1 G - 044963 Ej.2 G - 054159 Ej.3

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658.3
S553a

Sherman, Arthur W.
Administración de los recursos humanos / Arthur W. Sherman y George W. Bohlander ; tr. María Teresa

de Jesús Carter Bartlett ; rev. téc. y adapt. de Pilar Frech de Garza. --
. --México : Grupo Editorial Iberoamérica, 1994.

645 p. : il.

Incluye notas de referencias, casos e índice

ADMINISTRACION DE PERSONAL / RECURSOS HUMANOS / CASOS EN ADMINISTRACION DE PERSONAL

Bohlander, George W.; Carter Bartlett, María Teresa de Jesús , tr.; Frech de Garza, Pilar, rev.

ISBN: 970-625-030-1

Existencias: CT - 045047 Ej.1 CT - 045048 Ej.2

GENERAL

658.834

S333c

Schiffman, Leon G.

Comportamiento del consumidor / Leon G., Schiffman; Leslie Lazar, Kanuk; tr. Jaime, Gómez Mont
Araiza; Altagracia Elena, Gutiérrez García

-- 3a ed. --México : Prentice-Hall Hispanoamericana, 1991

741 p. : il

Incluye resumen, preguntas, notas, glosario e índices

CONSUMIDORES - ASPECTOS PSICOLOGICOS / MERCADEO

Kanuk, Leslie Lazar; Gómez Mont Araiza, Jaime tr.; Gutiérrez García, Altagracia Elena

ISBN: 968-880-185-2

Existencias: G - 045053 Ej.1 G - 045054 Ej.2 G - 049069 Ej.3

658.401

F596e

Fleitman, Jack

Evaluación integral : [manual para el diagnóstico y solución de problemas de productividad, calidad y
competitividad] / Jack, Fleitman

. --México : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1994

211 p.

Incluye glosario y bibliografía

DOFA / CAMBIO ORGANIZACIONAL / SOLUCION DE PROBLEMAS / DIAGNOSTICO DE EMPRESAS

ISBN: 970-10-0445-0

Existencias: 044972 Ej.1 044973 Ej.2 047908 Ej.3 047909 Ej.4

658.8

H816s

Horovitz, Jacques

La satisfacción total del cliente : la estrategia de 25 compañías europeas líderes en calidad de servicio
/ Jacques, Horovitz; Michele, Jurgens Panak

. --Madrid : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1993

342 p.

Serie McGraw-Hill de management

Pról. de José Ramón Zaratiegui; tr. por Michel Angstadt

Incluye índice

CALIDAD TOTAL EN SERVICIOS / SERVICIO AL CLIENTE / COMPETITIVIDAD

Jurgens Panak, Michele

ISBN: 84-481-0142-1

Existencias: 044966 Ej.1

GENERAL

658.3

H941d

Hunt, John W.

La dirección de personal en la empresa : guía sobre el comportamiento en las organizaciones / John
W., Hunt

. --Madrid : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1993

295 p.

Serie McGraw-Hill de management

Pról. de Pilar Rojo Mata; tr. por Francisco Ortiz Chaparro

Incluye índice
ADMINISTRACION DE PERSONAL / RECURSOS HUMANOS - ADMINISTRACION / MOTIVACION DEL EMPLEADO

ISBN: 84-481-0136-7

Existencias: G - 044967 Ej.1 G - 044968 Ej.2 G - 063282 Ej.3

GENERAL

658.3
Ch532a
1994

Chiavenato, Idalberto

Administración de recursos humanos / Idalberto, Chiavenato

-- 2a ed. --Santafé de Bogotá : Editorial McGraw-Hill, 1994

540 p. : il

Tr. por Germán A. Villamizar, rev. téc. de Jesús Báez Aparicio

Incluye bibliografía e índice

ADMINISTRACION DE PERSONAL / RECURSOS HUMANOS - DIRECCION Y ADMINISTRACION

ISBN: 958-600-212-8

Existencias: G - 044977 Ej.1 G - 044978 Ej.2 G - 044979 Ej.3 G - 063283 Ej.4

658.32
V297a

Vargas Muñoz, Nelson Rafael

Administración moderna de sueldos y salarios : un enfoque práctico / Nelson Rafael, Vargas Muñoz

. --Santafé de Bogotá : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1994

405 p. : il

Rev. téc. de Francisco Piquero V. y Alejandro Torres Mojica

Incluye anexos, bibliografía e índice

SALARIOS - ADMINISTRACION / ANALISIS OCUPACIONAL

ISBN: 958-600-211-X

Existencias: 045002 Ej.1

658.4
T511n

Thorne, Paul

El nuevo gerente general / Paul, Thorne

. --Santafé de Bogotá : Editorial McGraw-Hill, 1993

252 p. : il

Serie McGraw-Hill de management

Tr. por Enrique Hoyos Olier, rev. téc. de David Gleiser D.

Incluye índice

DIRECTORES DE COMPAÑIAS / STRESS LABORAL

ISBN: 958-600-192-X

Existencias: 044969 Ej.1 044970 Ej.2

658.409
C749m

Saleme Aguilar, María Magdalena, comp. Congreso Latinoamericano sobre Espíritu Empresarial (7§ : 1993 may. : México)

Memorias / comp. María Magdalena, Saleme Aguilar

. --México : Universidad Autónoma Metropolitana, 1994

571 p.

Incluye directorio de participantes

ADMINISTRACION DE EMPRESAS - ENSEÑANZA / ADMINISTRACION DE EMPRESAS - SIGLO XXI /

DESARROLLO INDUSTRIAL - AMERICA LATINA

ISBN: 970-620-444-X

Existencias: 045095 Ej.1

658.1513

B136m

Badillo Valderrama, Guillermo

Modelo para el análisis financiero en la mediana y pequeña empresa / Guillermo, Badillo Valderrama; Martha, Gaitán de Trujillo

. --Santafé de Bogotá : Universidad Católica de Colombia. Fac. de Economía, 1994

97 p.

Incluye glosario y bibliografía

ANALISIS FINANCIERO / NEGOCIOS PEQUEÑOS - ADMINISTRACION / CASOS EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS

Gaitán de Trujillo, Martha

ISBN: 958-95345-4-6

Existencias: 044981 Ej.1

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658.5

T693e

Torres Acosta, Jairo Humberto

Elementos de producción / Jairo Humberto Torres Acosta. --

. --Santafé de Bogotá : Universidad Católica de Colombia. Fac. de Ingeniería Industrial, 1994.

v.

Biblioteca tiene : v.1 : Planeación, programación y control

ADMINISTRACION DE LA PRODUCCION / PLANIFICACION DE LA PRODUCCION / CASOS EN ADMINISTRACION DE LA PRODUCCION

ISBN: 958-95345-1-1 (O. C.)

Existencias: CT - 044980 v.1

658.45

K92o

Kreps, Gary L.

Organizational communication : theory and practice / Gary L., Kreps

-- 2nd ed. --New York, N. Y. : Longman, 1990

331 p.

Incluye bibliografía e índices

COMUNICACION EN ADMINISTRACION / COMUNICACION ORGANIZACIONAL

ISBN: 0-8013-0155-6

Existencias: 045060 Ej.1

658.4034

G696i

1992

Gould, F. J.

Investigación de operaciones en la ciencia administrativa / F. J., Gould; G. D., Eppen; C. P., Schmidt

-- 3a ed. --México : Prentice-Hall Hispanoamericana, 1992

826 p. : il

Tr. por Julio Coro Pando, rev. téc. de María del Carmen Hernández Ayuso

Incluye respuestas seleccionadas, tabla e índice

INVESTIGACION OPERACIONAL / PROGRAMACION LINEAL / DIRECCION DE PROYECTOS / CONTROL DE INVENTARIOS / ADMINISTRACION - METODOS DE SIMULACION

Eppen, G. D.; Schmidt, C. P.

ISBN: 968-880-254-9

Existencias: 045163 Ej.1 045164 Ej.2

658.15

V217f

1992

Van Horne, James C.

Fundamentos de administración financiera / James C., Van Horne; John M., Wachowicz

-- 8a ed. --México : Prentice-Hall Hispanoamericana, 1992
859 p.
Tr. por Alejandro R. Rodas Carpizo, rev. téc. de Héctor A. Sánchez-Rüed
Incluye apéndice, glosario e índice
ADMINISTRACION FINANCIERA - FUNDAMENTOS / CAPITAL / INVERSIONES DE CAPITAL
Wachowicz, John M.
ISBN: 968-880-341-3
Existencias: 045165 Ej.1 045166 Ej.2 045167 Ej.3

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658.409
C266c

Cárdenas Herrera, Raúl

Cómo lograr la calidad en bienes y servicios / Raúl Cárdenas Herrera ; pról. José Peón Escalante. --
. --México : Editorial Limusa ; Grupo Noriega Editores, 1992 (impresión de 1993).
342 p. : il.
Incluye bibliografía e índice
CALIDAD TOTAL EN EMPRESAS DE SERVICIOS / CALIDAD TOTAL EN SERVICIOS / ADMINISTRACION DE

BIENES

Peón Escalante, José, pról.

ISBN: 968-18-4210-3

Existencias: CT - 045219 Ej.1 CT - 045220 Ej.2

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658.409
C266cl

Cárdenas Herrera, Raúl

Cómo lograr la calidad total en bienes y servicios : (manual de problemas del libro) / Raúl Cárdenas
Herrera. --

. --México : Editorial Limusa ; Grupo Noriega Editores, 1992.

147 p. : graf.

CALIDAD TOTAL EN SERVICIOS / ADMINISTRACION DE BIENES-METODOS GRAFICOS

ISBN: 968-18-4209-X

Existencias: CT - 045215 Ej.1 CT - 045216 Ej.2

658.5
S646m

Smith, Elizabeth A.

Manual de productividad : métodos y actividades para involucrar a empleados en el mejoramiento de
la productividad / Elizabeth A., Smith

. --Buenos Aires : Ediciones Macchi, 1993

311 p.

Incluye respuestas y discernimientos y bibliografía

ADMINISTRACION DE LA PRODUCCION / PRODUCTIVIDAD - MANUALES / RECURSOS HUMANOS

ISBN: 950-537-229-9

Existencias: 045237 Ej.1 045644 Ej.2 045645 Ej.3

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658.4
H557a

Hernández Luna, José Ignacio

Administración por necesidades : la relatividad en la administración; un enfoque para la
competitividad directiva / José Ignacio Hernández Luna y Yolanda Martínez Ramírez. --

. --México : Editorial Limusa ; Grupo Noriega Editores, 1992.

234 p.

Incluye postdata y bibliografía

ADMINISTRACION DE EMPRESAS / PLANEACION ESTRATEGICA / COMPETITIVIDAD (DIRECCION)

Martínez Ramírez, Yolanda

ISBN: 968-18-4165-4

Existencias: CT - 045235 Ej.1 CT - 045236 Ej.2

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658
U76c

Uris, Auren

101 ideas de los genios de la administración / Auren Uris ; ver. María Guadalupe Cevallos de Rosillo y rev. de Gustavo Velázquez Mastretta. --

. --México : Editorial Limusa ; Grupo Noriega Editores, 1992.

373 p.

Incluye índice

ADMINISTRACION DE EMPRESAS-COLECCION DE ESCRITOS / PLANEACION ESTRATEGICA / CASOS EN

ADMINISTRACION DE EMPRESAS

ISBN: 968-18-4405-X

Existencias: CT - 045178 Ej.1 CT - 045179 Ej.2

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658.402
B336i

Battini, Pierre

Innovar para ganar / Pierre Battini ; ver. José Luis Núñez Herrejón. --

. --México : Editorial Limusa ; Grupo Noriega Editores, 1994.

265 p.

Incluye bibliografía e índices

CAMBIO ORGANIZACIONAL / ADMINISTRACION-INNOVACIONES TECNOLOGICAS

Núñez Herrejón, José Luis, ver.

ISBN: 968-18-4728-8

Existencias: CT - 045231 Ej.1 CT - 045232 Ej.2

658.041
A637d

Anzola Rojas, Sérvulo

De la idea a tu empresa : una guía para los nuevos empresarios / Sérvulo, Anzola Rojas

. --México : Editorial Limusa ; Grupo Noriega Editores, 1993

229 p. : il

EMPRESARIOS / MICROEMPRESAS - ADMINISTRACION / MICROEMPRESAS - CREACION

ISBN: 968-18-4656-7

Existencias: 045183 Ej.1 045184 Ej.2 046430 Ej.3

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658.83
M553m

Mercado H., Salvador

Mercadotecnia / Salvador Mercado H.. --

. --México : Editorial Limusa ; Grupo Noriega Editores, 1994.

594 p. : il.

ESTUDIOS DE MERCADO / ADMINISTRACION DE MERCADEO / ANALISIS DE MERCADEO

ISBN: 968-18-2134-3

Existencias: CT - 045180 Ej.1 CT - 045181 Ej.2 CT - 049551 Ej.3

658.402
D441

Lewicki, Roy J.

Desarrollo organizacional : guía de capacitación / Roy J., Lewicki

. --México : Editorial Limusa ; Grupo Noriega Editores, 1993

446 p.

Donald D. Bowen ... [et al.]; versión en español José Manuel Salazar Palacios

Incluye lecturas apéndice e índice

CAMBIO ORGANIZACIONAL / RELACIONES INTERPERSONALES

ISBN: 968-18-4559-5

Existencias: 045175 Ej.1 047471 Ej.2 047472 Ej.3

658.83
B789i

Boyd, Harper W.

Investigación de mercados : texto y casos / Harper W., Boyd; Ralph, Westfall; Stanley F., Stasch
. --México : Editorial Limusa ; Grupo Noriega Editores, 1993
830 p. : il
Tr. Jorge Blanco y Correa Magallanes, rev. téc. J. Humberto Dardon Hernández
Incluye apéndices e índice
ESTUDIOS DE MERCADO / CASOS EN ADMINISTRACION DEL MERCADEO
Westfall, Ralph; Stasch, Stanley F.
ISBN: 968-18-4126-3
Existencias: 045176 Ej.1 045177 Ej.2

658.409
S516c

Sewell, Carl

Clientes para siempre : [cómo convertir a un comprador ocasional en un cliente para siempre] / Carl, Sewell
. --México : Editorial McGraw-Hill, 1994
205 p.
Tr. Roberto A. Haas
SERVICIO AL CLIENTE / EXITO EN LOS NEGOCIOS
ISBN: 970-10-0278-4
Existencias: 045277 Ej.1 045278 Ej.2

GENERAL

658.4
M425a

Matamala Señor, Ricardo

Administración por políticas : Hoshin - Kanri / Ricardo, Matamala Señor; Jesús Antonio, Muñoz Cifuentes
. --Santafé de Bogotá : Editorial McGraw-Hill, 1994
184 p.
Rev. téc. Alfredo Ceballos Ramírez
Incluye bibliografía
ADMINISTRACION DE EMPRESAS
Muñoz Cifuentes, Jesús Antonio
ISBN: 958-600-277-2
Existencias: G - 045279 Ej.1 G - 045280 Ej.2 G - 059797 Ej.3

658.402
T175c

Tapscott, Don

Cambio de paradigmas empresariales / Don, Tapscott; Art, Caston
. --Santafé de Bogotá : Editorial McGraw-Hill, 1995
365 p. : il
Tr. Magaly Bernal Osorio, rev. téc. Roberto Rosero Hinestroza
Incluye notas e índice
CAMBIO ORGANIZACIONAL / REINGENIERIA / INNOVACIONES TECNOLOGICAS
Caston, Art
ISBN: 958-600-312-4
Existencias: 045281 Ej.1 048121 Ej.2

658.402
G423e

Ghiglione, Luis María

Estructuras y procesos : acerca de estructuras y procesos. La estructura como estrategia. El camino

hacia la estructura moderna / Luis María, Ghiglione; Juan José, Gilli; Juan Carlos, Gómez Fulao
. --Buenos Aires : Ediciones Macchi, 1993
85 p.
CAMBIO ORGANIZACIONAL / ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL / PLANEACION ESTRATEGICA
Gilli, Juan José; Gómez Fulao, Juan Carlos
ISBN: 950-537-221-3
Existencias: 045392 Ej.1 045393 Ej.2

658.154
M687p

Mocciaro, Osvaldo A.
Presupuesto integrado / Osvaldo A., Mocciaro
. --Buenos Aires : Ediciones Macchi, 1992
190 p. : il
Incluye bibliografías
MERCOSUR / PRESUPUESTO / PRESUPUESTO DE CAPITAL
ISBN: 950-537-213-2
Existencias: 045394 Ej.1 045395 Ej.2

658.4
S486p

Serna Gómez, Humberto
Planeación y gestión estratégica : teoría, metodología / Humberto, Serna Gómez
. --Santafé de Bogotá : Legis, 1994
374 p. : il
Incluye guía de planeación estratégica, anexos y bibliografía
PLANEACION ESTRATEGICA / MATRIZ DOFA / VISION ORGANIZACIONAL / MISION ORGANIZACIONAL
ISBN: 958-653-0858-X
Existencias: 045455 Ej.1

658.404
M672p

Miranda Miranda, Juan José
Los proyectos : la unidad operativa del desarrollo / Juan José, Miranda Miranda
-- 2a ed. --Santafé de Bogotá : ESAP, 1994
742 p. : il
Documentos ESAP
Incluye anexos, bibliografía, glosario de términos técnicos, evaluación y gestión de proyectos
DIRECCION DE PROYECTOS / PRESUPUESTO DE CAPITAL / COSTOS DE CAPITAL / DESARROLLO
SOSTENIBLE
ISBN: 958-652-078-1
Existencias: 045456 Ej.1 045457 Ej.2 045458 Ej.3

658.409
A191a

Adair, John
El arte del pensamiento creativo / John, Adair
. --Santafé de Bogotá : Legis, 1992
150 p.
Serie empresarial Legis
Tr. Jesús Villamizar Herrera, ases. y rev. téc. Humberto Serna Gómez
Incluye índice
CREATIVIDAD EN ADMINISTRACION / APTITUD CREADORA / PENSAMIENTO CREATIVO
\\{ADMINISTRACION\\}
ISBN: 958-653-034-5
Existencias: 045446 Ej.1 045447 Ej.2

GENERAL

658.4

S168ge

Sallenave, Jean Paul

La gerencia integral : -no le tema a la competencia, témale a la incompetencia! / Jean Paul, Sallenave

. --Bogotá : Norma, 1994

263 p. : il

Incluye bibliografía e índice

PLANIFICACION ESTRATEGICA / DIRECTORES DE COMPAÑIAS / TOMA DE DECISIONES / COMPETITIVIDAD

ISBN: 958-04-2799-2

Existencias: G - 045443 Ej.1 G - 045444 Ej.2 G - 047692 Ej.3 G - 057018 Ej.4

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658.9164

S446m

Secretaría de Turismo

Manual de operaciones hoteleras / Secretaría de Turismo

. --México : Editorial Limusa ; Grupo Noriega Editores, 1990.

249 p. : il.

Incluye autoevaluaciones

ADMINISTRACION HOTELERA-MANUALES

Existencias: CT - 045536 Ej.1 CT - 045537 Ej.2 CT - 045538 Ej.3

658.31

M644d

Milkovich, George T.

Dirección y administración de recursos humanos : un enfoque de estrategia / George T., Milkovich;

John W., Boudreau

. --Buenos Aires : Addison-Wesley Iberoamericana, 1994

722 p. : il

Versión en español de Alejandro Mondragón, con la colaboración de Luis González Fernández

Incluye notas, casos individuales e índices

RECURSOS HUMANOS - ADMINISTRACION / ADMINISTRACION DE PERSONAL / SELECCION DE PERSONAL

/ RELACIONES LABORALES / CASOS EN ADMINISTRACION DE PERSONAL

Boudreau, John W.

ISBN: 0-201-60126-5

Existencias: 045574 Ej.1 045575 Ej.2 045576 Ej.3

658.409

P361c

Pearson, Barrie

Cómo administrar racionalmente el tiempo : para el logro del éxito personal / Barrie, Pearson

. --Santafé de Bogotá : Macchi; TM Editores, 1993

188 p. : il

Colección Sentido común. Gerencial

TIEMPO / PERCEPCION DEL TIEMPO / EXITO

ISBN: 958-601-439-8

Existencias: 045626 Ej.1 045627 Ej.2

658.568

C565c

Ciampa, Dan

Calidad total : guía para su implantación / Dan, Ciampa

. --Wilmington, Del. : Addison-Wesley Iberoamericana, 1993

286 p.

Serie Do

Versión en español de Gilda Moreno Manzur, con la colaboración de Raúl Mejía Estaño

Incluye apéndices y bibliografía

CALIDAD TOTAL
ISBN: 0-201-60118-4
Existencias: 045635 Ej.1 045636 Ej.2

658.46
R228m
1994

Rassam, Clive

El mundo de la consultoría gerencial / Clive, Rassam; David, Oates
-- 2a ed. --Santafé de Bogotá : Macchi; TM Editores, 1994

242 p.

Colección Académica

CONSULTORES - HISTORIA / CASOS EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS / ASESORES DE EMPRESAS / TOMA
DE DECISIONES

Oates, David

ISBN: 958-601-400-2

Existencias: 045641 Ej.1

658.4
P361c

Pearson, Barrie

Cómo manejar y hacer dinero con su propia empresa / Barrie, Pearson
. --Santafé de Bogotá : Macchi; TM Editores, 1993

198 p.

Colección Sentido común. Gerencial

Incluye lectura adicional, libros del autor y otros títulos

ADMINISTRACION DE EMPRESAS - FUNDAMENTOS / PLANEACION ESTRATEGICA / EXITO EN LOS
NEGOCIOS

ISBN: 958-601-442-8

Existencias: 045623 Ej.1 045624 Ej.2 045625 Ej.3

658.4
D686d
1994

Donnelly, James H.

Dirección y administración de empresas / James H., Donnelly; James L., Gibson; John M., Ivancevich
-- 8a ed. --Buenos Aires : Addison-Wesley Iberoamericana, 1994

848 p. : il

Versión en español de Miguel Angel Sánchez Carrión, con la colaboración de Jordi Garolera i Berrocal

Incluye glosario e índices

ADMINISTRACION DE EMPRESAS - FUNDAMENTOS / ADMINISTRACION DE PERSONAL / ADMINISTRACION
DE EMPRESAS - SIGLO XXI

Gibson, James L.; Ivancevich, John M.

ISBN: 0-201-60108-7

Existencias: 045619 Ej.1 045620 Ej.2

658.4
T468d

Thompson, Arthur A.

Dirección y administración estratégicas : conceptos, casos y lecturas / Arthur A., Thompson; A. J.,

Strickland

. --Buenos Aires : Addison-Wesley Iberoamericana, 1994

1034 p.

Versión en español de Patricia Ibarra Colado y Miguel Angel Sánchez Carrión, con la colaboración de
Joan María Amat i Salas

Incluye lecturas sobre dirección y administración estratégicas e índices

ADMINISTRACION DE EMPRESAS / CASOS EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS / PLANEACION
ESTRATEGICA

Strickland, A. J.
ISBN: 0-201-60107-9
Existencias: 045617 Ej.1 045618 Ej.2

658.8
C898m

Cravens, David W.
Mercadotecnia en acción / David W., Cravens; Robert B., Woodruff
. --Wilmington, Del. : Addison-Wesley Iberoamericana, 1991
4 v. : il
Versión en español de Angel Carlos González Ruiz, con la colaboración de Alma Navarro Vega
Incluye casos, glosario e índices
MERCADOTECNIA / ESTUDIOS DE MERCADO / CASOS EN ADMINISTRACION DEL MERCADEO /
ADMINISTRACION DE MERCADEO
Woodruff, Robert B.
ISBN: 0-201-62908-8
Existencias: 045613 v.1 045614 v.2 045615 v.3 045616 v.4

658.403
B588a

Bierman, Harold
Análisis cuantitativo para la toma de decisiones / Harold, Bierman; Charles P., Bonini; Warren H.,
Hausman
-- 8a ed. --Buenos Aires : Addison-Wesley Iberoamericana, 1994
756 p. : il
Versión en español de Ernesto Morales Peake, con la colaboración de Ma. Josefa Peralta Estudillo
Incluye apéndice de tablas, solución de problemas e índice, bibliografías y casos en cada capítulo
TOMA DE DECISIONES / TEORIA DE LA DECISION / PROGRAMACION LINEAL / PERT \{ANALISIS DE REDES\
Bonini, Charles P.; Hausman, Warren H.
ISBN: 0-201-60127-3
Existencias: 045611 Ej.1 045612 Ej.2

658.18
E36f

Eiteman, David K.
Las finanzas de las empresas multinacionales / David K., Eiteman; Arthur I., Stonehill
-- 5a ed. --Wilmington, Del. : Addison-Wesley Iberoamericana, 1992
722 p. : il
Con la colaboración de Cheol S. Eun, versión en español de Orión Trs., con la colaboración de Luis
Bueno Rodríguez
Incluye resúmenes, preguntas, notas, bibliografías, apéndice, glosario e índices
EMPRESAS TRANSNACIONALES - FINANZAS / FINANZAS INTERNACIONALES / MERCADO DE CAPITALES /
INVERSIONES EXTRANJERAS
Stonehill, Arthur I.
ISBN: 0-201-62947-X
Existencias: 045646 Ej.1 045647 Ej.2

SALA DE ARTES Y HUMANIDADES

658.4
E82

Estrategia y organización : la competencia de empresas norteamericanas y japonesas / Kiyonori
Sakakibara ... [et al.]. -- . --Bogotá : Ediciones Uniandes ; TM Editores, 1994.
341 p. : il. --
Colección Académica
Incluye apéndices y bibliografía
DIRECTORES DE COMPAÑIAS-JAPON / DIRECTORES DE COMPAÑIAS-ESTADOS UNIDOS / CAMBIO
ORGANIZACIONAL / COMPETENCIA INTERNACIONAL
ISBN: 958-601-528-9

Existencias: AH - 045642 Ej.1 AH - 045643 Ej.2

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658.4
M921c

Motta, Paulo Roberto

La ciencia y el arte de ser dirigente : un instrumento indispensable para el desarrollo personal y profesional de actuales y futuros dirigentes / Paulo Roberto Motta. --

. --santafé de Bogotá : Ediciones Uniandes ; TM Editores, 1993.

241 p. : il. --

Colección Académica

Incluye notas e índice de cuadros y figuras

EJECUTIVOS / ADMINISTRACION DE EMPRESAS / DIRECTORES DE COMPAÑIAS

ISBN: 958-601-432-0

Existencias: CT - 045639 Ej.1 CT - 045640 Ej.2

658.8
B992a

Buzzell, Robert D.

Administración de la mercadotecnia multinacional : lecturas y casos / Robert D., Buzzell; John A., Quelch

. --Wilmington, Del. : Addison-Wesley Iberoamericana, 1992

505 p. : il

Versión en español de Eduardo Ibarra Colado y Patricia Ibarra Colado, con la colaboración de Alma

Navarro Vega

Incluye bibliografía

ADMINISTRACION DE MERCADEO MULTINACIONAL / CASOS EN ADMINISTRACION DEL MERCADEO / COMPETENCIA INTERNACIONAL / EMPRESAS TRANSNACIONALES

Quelch, John A.

ISBN: 0-201-62948-8

Existencias: 045648 Ej.1 045649 Ej.2

658.8
G956a

Guiltinan, Joseph P.

Administración de marketing : estrategias y programas / Joseph P., Guiltinan; Gordon W., Paul

-- 5a ed. --Santafé de Bogotá : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1994

xxi, 576 p.

Tr. Gloria Elizabeth Rosas Lopetegui, rev. téc. Roberto Rosero Hinestroza

Incluye preguntas y situaciones, lecturas adicionales sugeridas, apéndice e índice

MERCADEO / ANALISIS DE MERCADEO / ESTRATEGIA DE MERCADEO / MERCADEO - TOMA DE

DECISIONES

Paul, Gordon W.

ISBN: 958-600-245-4

Existencias: 045708 Ej.1 045709 Ej.2 045710 Ej.3

GENERAL

658.406
L433c

Le Boterf, Guy

Cómo gestionar la calidad de la formación / Guy, Le Boterf; Serge, Barzucchetti; Francine, Vincent

. --Barcelona : Ediciones Gestión 2000 ; Aedipe, 1993

258 p. : il

Incluye terminología

CALIDAD TOTAL EN FORMACION CONTINUA / CALIDAD TOTAL EN SERVICIOS

Barzucchetti, Serge; Vincent, Francine

ISBN: 84-8088.011.2

Existencias: G - 045707 Ej.1 G - 050142 Ej.2

658.83
K55i
1994

Kinnear, Thomas C.

Investigación de mercados : un enfoque aplicado / Thomas C., Kinnear; James R., Taylor

-- 4a ed. --Santafé de Bogotá : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1994

xix, 812 p. : il. + 2 disquetes 5 1/4 con casos de aplicación

Tr. Gloria Elizabeth Rosas Lopetegui, rev. téc. Juan Gonzalo Londoño

Incluye glosario, apéndice e índices

ESTUDIOS DE MERCADO / MERCADEO - TOMA DE DECISIONES / CASOS EN LA ADMINISTRACION DEL

MERCADEO

Taylor, James R.

Existencias: 045711 Ej.1 045712 Ej.2

658
S487p

Serrano Uribe, Rymel

Planificación participativa / Rymel, Serrano Uribe

. --Santafé de Bogotá : Coopdesarrollo, 1994

182 p.

Incluye bibliografía e índice

ADMINISTRACION DE EMPRESAS / COOPERATIVAS

ISBN: 958-95631-0-4

Existencias: 045715 Ej.1 045716 Ej.2

658.83
S634m

Slutsky, Jeff

Marketing con ingenio / Jeff, Slutsky; Marc, Slutsky

. --México : Editorial McGraw-Hill, 1992

241 p. : il

Tr. Rosa María Rosas Sánchez

Incluye guía de recursos e índice

VENDEDORES Y ARTE DE VENDER / VENTAS - INNOVACIONES / CAMPAÑAS PUBLICITARIAS

Slutsky, Marc

ISBN: 970-10-0167-2

Existencias: 045705 Ej.1 045706 Ej.2

658.409
S477c

Senlle, Andrés

Calidad total en los servicios y en la administración pública / Andrés, Senlle

. --Barcelona : Ediciones Gestión 2000, 1993

148 p.

En la carátula ICFYDE \{Instituto Catalán de Formación y Desarrollo Empresarial\}

Incluye bibliografía

CALIDAD TOTAL / CALIDAD TOTAL EN SERVICIOS / SERVICIO AL CLIENTE / CALIDAD TOTAL EN

MERCADEO

ISBN: 84-80.880-12-0

Existencias: 045704 Ej.1

658.4
M846o

Morfín Hierro, Jorge

Organización y desarrollo / Jorge, Morfín Hierro; Antonio, Cantú Moscardó; Mercedes, Safont

Torrescano

. --México : Editorial Limusa ; Grupo Noriega Editores, 1991

93 p.
CAMBIO ORGANIZACIONAL / ADMINISTRACION DE EMPRESAS / PSICOLOGIA INDUSTRIAL
Cantú Moscardó, Antonio; Safont Torrescano, Mercedes
ISBN: 968-18-3824-6
Existencias: 045701 Ej.1 045702 Ej.2

658.4
S168t

Sallenave, Jean Paul
La teoría L : manual de antigerencia / Jean Paul, Sallenave
. --Bogotá : Tercer Mundo, 1995
146 p. : il
Colección Gerencial
ADMINISTRACION DE EMPRESAS / DIRECTORES DE COMPAÑIAS / TEORIA L
ISBN: 958-601-545-9
Existencias: 045731 Ej.1 045732 Ej.2 045733 Ej.3

658.314
N628c

Nicholson, Trish
Cómo mejorar su equipo de trabajo : 52 claves para ser un jefe ideal / Trish, Nicholson
. --Santafé de Bogotá : Macchi ; Tercer Mundo, 1994
270 p. : il
Colección Gerencial
ADMINISTRACION DE PERSONAL / RELACIONES LABORALES / MOTIVACION DEL EMPLEADO /
CAPACITACION DE EMPLEADOS / TRABAJO EN EQUIPO
ISBN: 958-601-459-2
Existencias: 045754 Ej.1 045755 Ej.2

658.568
M339g
1992

Mariño Navarrete, Hernando
Gerencia de la calidad total / Hernando, Mariño Navarrete
-- 8a ed. --Santafé de Bogotá : Tercer Mundo, 1992 (impresión de 1994)
243 p. : il
Colección Gerencial
Incluye bibliografía e índices
CALIDAD TOTAL EN GERENCIA / CONTROL DE CALIDAD / CALIDAD DE LOS PRODUCTOS
ISBN: 958-601-414-2
Existencias: 045752 Ej.1 045753 Ej.2

GENERAL

658.4
T496f

Thorn, Derek
Finanzas para gerentes no financieros : guía práctica / Derek, Thorn
. --Santafé de Bogotá : Macchi ; Tercer Mundo, 1994
164 p.
Colección Gerencial
FINANZAS / ESTADOS FINANCIEROS / ANALISIS DE COSTOS / DIRECTORES DE COMPAÑIAS / ANALISIS
FINANCIERO / ADMINISTRACION FINANCIERA
ISBN: 958-601-460-6
Existencias: 045750 Ej.1 G - 045751 Ej.2 G - 050114 Ej.3

658.314
F363p

Fernandez Aparicio, José Antonio

Productividad del factor humano / José Antonio, Fernandez Aparicio; Angelina, Cazorla Castro
-- 2a ed. --México : Editorial Limusa ; Grupo Noriega Editores, 1990 (impresión de 1991)
96 p. : il
Area Administración
ADMINISTRACION DE PERSONAL / MOTIVACION DEL EMPLEADO / LIDERAZGO / CAPACITACION DE
EMPLEADOS / CAMBIO ORGANIZACIONAL
Cazorla Castro, Angelina
ISBN: 968-18-3801-7
Existencias: 045788 Ej.1 045789 Ej.2

658.402

M843d

Moreno, Rafael Tobías

Desarrollo organizacional / Rafael Tobías, Moreno; Miguel Angel, Rozo
. --Santafé de Bogotá : UNISUR, 1994
463 p. : il
Incluye autoevaluaciones, informaciones de retorno, glosario, guía tutor y bibliografía
CAMBIO ORGANIZACIONAL - HISTORIA
Roza, Miguel Angel
Existencias: 045875 Ej.1 045876 Ej.2

658.4

N384m

Negandhi, Anant R.

Mercadeo estratégico internacional / Anant R., Negandhi; Arun, Savara
. --Bogotá : Legis, 1991
289 p.
Serie Empresarial
Tr. Eduardo Calado Noguera, ases. y rev. téc. Humberto Serna Gómez
Incluye notas, índice e información sobre los catedráticos
DIRECTORES DE COMPAÑIAS / COMPETITIVIDAD / ESTRATEGIA DE MERCADEO / TOMA DE DECISIONES
Savara, Arun
ISBN: 958-653-003-5
Existencias: 045909 Ej.1

658.409

L814s

Locke, Edwin A.

Sea un gran líder : [las cuatro claves para el éxito] / Edwin A., Locke
. --Buenos Aires : Javier Vergara, 1994
180 p.
Colección Business class
Tr. Aníbal Leal
LIDERAZGO / VISION CORPORATIVA / EXITO
ISBN: 950-15-1583-1
Existencias: 046037 Ej.1

658.406

L864a

López Pino, Carmen Marina

Arbitrariedad y benevolencia en el trabajo industrial : estudio en la empresa Indugras / Carmen
Marina, López Pino; Gina Lorena, Castellanos S.
-- 2a ed. --Santafé de Bogotá : Universidad Nacional de Colombia. Dpto. de Sociología, 1992
219 p. : il
Serie Condiciones de trabajo en la industria colombiana
Esta obra está financiada por la Fundación Volkswagen de Alemania
Incluye bibliografía e índice de cuadros, tablas y anexos

ADMINISTRACION INDUSTRIAL / RELACIONES INDUSTRIALES / INDUGRAS - ADMINISTRACION

Castellanos S., Gina Lorena

ISBN: 17-0097-8

Existencias: 046018 Ej.1

658.406

W429e

Weiss de Belalcázar, Anita

Estrategias empresariales y diferenciación obrera : estudio en la empresa Colpartes / Anita, Weiss de Belalcázar; Wigberto, Castañeda H.

-- 2a ed. --Santafé de Bogotá : Universidad Nacional de Colombia. Dpto. de Sociología, 1992

233 p.

Serie Condiciones de trabajo en la industria colombiana

Esta obra está financiada por la Fundación Volkswagen de Alemania

Incluye conclusiones e índice de cuadros y gráficos

PLANEACION ESTRATEGICA / ADMINISTRACION INDUSTRIAL / RELACIONES INDUSTRIALES / COLPARTES - ADMINISTRACION

Castañeda H., Wigberto

ISBN: 17-0095-1

Existencias: 046019 Ej.1

658.402

D667t

Dombois, Rainer

Trabajadores en el cambio industrial : estudio en una empresa del sector automotriz / Rainer, Dombois . --Santafé de Bogotá : Universidad Nacional de Colombia. Dpto. de Sociología, 1992

221 p.

Serie Condiciones de trabajo en la industria colombiana

Esta obra está financiada por la Fundación Volkswagen de Alemania

Incluye bibliografía e índice de cuadros

CAMBIO ORGANIZACIONAL / ADMINISTRACION INDUSTRIAL / RELACIONES INDUSTRIALES / SURCARR - ADMINISTRACION

ISBN: 17-0096-X

Existencias: 046020 Ej.1

658.562

M787i

Montgomery, Douglas C.

Introduction to statistical quality control / Douglas C., Montgomery

-- 2nd ed. --New York, N.Y. : John Wiley & Sons, 1991

674, 42 p. : gráfs

Incluye referencias bibliográficas

CONTROL DE CALIDAD - METODOS ESTADISTICOS / CONTROL DE PROCESOS INDUSTRIALES - METODOS ESTADISTICOS

ISBN: 0-471-51988-X

Existencias: 046263 Ej.1 046264 Ej.2

658.403

A182a

Ackoff, Russell Lincoln

El arte de resolver problemas : las fábulas de Ackoff / Russell Lincoln, Ackoff

. --México : Editorial Limusa ; Grupo Noriega Editores, 1994

255 p. : il

Incluye lecturas sugeridas, bibliografía e índice

TOMA DE DECISIONES / INVESTIGACION OPERACIONAL

ISBN: 968-18-1294-8

Existencias: 046431 Ej.3

658.4

F884d

Fresco, Juan Carlos

Desarrollo gerencial : hacia calidad total / Juan Carlos, Fresco

. --Buenos Aires : Ediciones Macchi, 1991

372 p. : il

Incluye indicador bibliográfico

CALIDAD TOTAL EN GERENCIA / COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL / CAMBIO ORGANIZACIONAL

ISBN: 950-537-192-6

Existencias: 046432 Ej.1

658.403

M637r

Milano, Antonio

Resolución de problemas y toma de decisiones : [herramientas para la calidad y la productividad] /

Antonio, Milano

. --Buenos Aires : Ediciones Macchi, 1993

204 p. : il

TOMA DE DECISIONES / CONTROL DE CALIDAD / CONTROL DE LA PRODUCCION

ISBN: 950-537-256-6

Existencias: 046433 Ej.1

658.5

Ch487d

Chase, Richard B.

Dirección y administración de la producción y de las operaciones / Richard B., Chase; Nicholas J.,

Aquilano

-- 6a ed. --Wilmington, Del. : Addison-Wesley Iberoamericana, 1994

1065 p. : il

Versión en español de Ernesto Morales Peake, con la colaboración de José María Ibáñez

Incluye bibliografías, apéndices e índices

ADMINISTRACION DE LA PRODUCCION / DISEÑO DE PRODUCTOS

Aquilano, Nicholas J.

ISBN: 0-201-60110-9

Existencias: 046419 Ej.1 046420 Ej.2 046421 Ej.3

658.048

G449o

Gibson, James L.

Las organizaciones : comportamientos, estructura, procesos / James L., Gibson; John M., Ivancevich;

James H., Donnelly

-- 7a ed. --Wilmington, Del. : Addison-Wesley Iberoamericana, 1994

769 p. : il

Versión en español de John Delvalle Tupper, con la colaboración de Zulima Fernández Rodríguez

Incluye resumen de puntos claves, preguntas para discusión y repaso, referencias bibliográficas,

análisis de casos, apéndices, glosario e índices

ASOCIACIONES EMPRESARIALES / STRESS LABORAL / COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL

Ivancevich, John M.; Donnelly, James H.

ISBN: 0-201-60109-5

Existencias: 046398 Ej.1 046399 Ej.2 046400 Ej.3

658.022

M379i

Martin, Charles L.

Inicie su propio negocio : [guía para el emprendedor] / Charles L., Martin

. --México : Grupo Editorial Iberoamérica, 1994

95 p. : il
Incluye glosario de términos de negocios
NEGOCIOS PEQUEÑOS - ADMINISTRACION / ADMINISTRACION DE EMPRESAS
ISBN: 970-625-078-6
Existencias: 046733 Ej.1

GENERAL

658.409
R857c

Rouillard, Larrie

Cómo establecer y alcanzar metas y objetivos : [guía para lograr el éxito] / Larrie, Rouillard
. --México : Grupo Editorial Iberoamérica, 1994
83 p. : il
Serie 50 minutos
LOGROS / METAS / EXITO / AUTORREALIZACION (PSICOLOGIA)
ISBN: 970-625-079-4
Existencias: G - 046734 Ej.1 G - 049965 Ej.2

GENERAL

658.409
G382c

Gerson, Richard F.

Cómo medir la satisfacción del cliente : [mantenga la lealtad para siempre] / Richard F., Gerson
. --México : Grupo Editorial Iberoamérica, 1994
112 p. : il
Incluye apéndice
SERVICIO AL CLIENTE / SATISFACCION DEL CLIENTE / CALIDAD TOTAL EN SERVICIOS
ISBN: 970-625-075-1
Existencias: G - 046735 Ej.1 G - 053608 Ej.2

GENERAL

658.409
L1793d

Lloyd, Sam R.

Desarrolle su potencial al máximo (Selfempowerment) : una guía para el éxito personal / Sam R., Lloyd;
Tina, Berthelot
. --México : Grupo Editorial Iberoamérica, 1994
111 p. : il
Serie 50 minutos
Incluye recomendaciones de otras lecturas
AUTOESTIMA / EXITO / APTITUDES / AUTORREALIZACION (PSICOLOGIA)
Berthelot, Tina
ISBN: 970-625-077-8
Existencias: G - 046736 Ej.1 G - G - 049951 Ej.2

658.314
S425e

Scott, Cynthia D.

Empowerment : cómo otorgar poder y autoridad a su equipo de trabajo / Cynthia D., Scott; Dennis T.,
Jaffe
. --México : Grupo Editorial Iberoamérica, 1994
92 p. : il
ADMINISTRACION DE PERSONAL / AUTOESTIMA / MOTIVACION DEL EMPLEADO / EMPOWERMENT /
CAMBIO ORGANIZACIONAL / TRABAJO EN EQUIPO
Jaffe, Dennis T.
ISBN: 970-625-080-8
Existencias: 046737 Ej.1

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658

G466e

Gilbreath, Robert D.

Escape del infierno administrativo ; 12 cuentos de horror, humor y heroísmo / Robert D. Gilbreath ; tr.

María Elisa Moreno Canalejas. --

. --México : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1994.

175 p. : il.

Incluye epílogo

ADMINISTRACION DE EMPRESAS-RELATOS PERSONALES / TOMA DE DECISIONES-RELATOS PERSONALES

Moreno Canalejas, María Elisa, tr.

ISBN: 970-10-0525-2

Existencias: CT - 046726 Ej.1

GENERAL

658.568

E92a

Evans, James R.

Administración y control de la calidad / James R. Evans ; tr. Virgilio González Pozo ; rev. téc. y ed. Bruna

Anzures. --

. --México : Grupo Editorial Iberoamérica, 1995

727 p. : il

Incluye apéndices, solución a problemas pares e índice

ADMINISTRACION DE EMPRESAS / CONTROL DE CALIDAD

González Pozo, Virgilio, tr.; Anzure, Bruna, rev. téc.

ISBN: 970-625-050-6

Existencias: G - 046728 Ej.1

GENERAL

658.409

R788c

Rosander, A. C.

Los catorce puntos de Deming aplicados a los servicios / A. C., Rosander

. --Madrid : Díaz de Santos, 1994

160 p.

Versión española por Miguel Angel Vila Espeso, Elizabeth Hoy Harvey

Incluye índice

CALIDAD TOTAL EN SERVICIOS / SERVICIO AL CLIENTE / CONTROL DE CALIDAD

ISBN: 84-7978-163-7

Existencias: G - 046715 Ej.1 G - 053874 Ej.2

GENERAL

658.409

T879a

Tschohl, John

Alcanzando la excelencia mediante el servicio al cliente / John, Tschohl; Steve, Franzmeier

. --Madrid : Díaz de Santos, 1994

406 p.

Incluye índice

SERVICIO AL CLIENTE / CALIDAD TOTAL EN SERVICIOS / EXCELENCIA EMPRESARIAL

Franzmeier, Steve

ISBN: 84-7978-151-3

Existencias: G - 046716 Ej.1 G - 053566 Ej.2 G - 053567 Ej.3 G - 053728 Ej.4 G - 053729 Ej.5

659.1

M476e

Mazo del Castillo, Juan Manuel

Estructuras de la comunicación por objetivos : estructuras publicitarias y de relaciones públicas / Juan

Manuel, Mazo del Castillo

. --Barcelona : Editorial Ariel, 1994

xviii, 603 p. : il

Ariel comunicación

Incluye índice y bibliografía
PUBLICIDAD - ESPAÑA / RELACIONES PUBLICAS / COMUNICACION ORGANIZACIONAL / IMAGEN Y
DISEÑO CORPORATIVO / AGENCIAS PUBLICITARIAS / EDITORES FINANCIEROS

ISBN: 84-344-1263-2

Existencias: 047180 Ej.1

658.402

P737a

Plunkett, Lorne C.

Administración proactiva : técnicas y modelos para el desarrollo ejecutivo / Lorne C., Plunkett; Guy A., Hale

. --México : Editorial Limusa ; Grupo Noriega Editores, 1990

289 p. : il

Versión española de Germán Hinojosa Muñoz de Cote, rev. Carol Radchik Hercenberg

Incluye índices, apéndice, glosario y bibliografía

CAMBIO ORGANIZACIONAL / CASOS EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS

Hale, Guy A.

ISBN: 968-18-3543-3

Existencias: 047129 Ej.1

658.3154

B453c

Beltramino, Juan Carlos M.

Cómo negociar internacionalmente : entre gobiernos, entre empresas, en organismos y conferencias / Juan Carlos M., Beltramino

. --Buenos Aires : Abeledo-Perrot, 1994

189 p.

Incluye índice y bibliografía

PARTICIPACION EN LA ADMINISTRACION DE EMPRESAS / NEGOCIACIONES COLECTIVAS DE TRABAJO /
RELACIONES INTERNACIONALES

ISBN: 950-20-0789-1

Existencias: 047295 Ej.1

658.84

E47m

Ellsworth, Jill H.

Marketing on the Internet : multimedia strategies for the world wide web / Jill H., Ellsworth; Matthew V., Ellsworth

. --New York, N.Y. : John Wiley & Sons, 1995

404 p. : il

Incluye índice

INTERNET - PUBLICIDAD / MERCADEO - SISTEMAS DE COMUNICACION / PROCESAMIENTO ELECTRONICO
DE DATOS / MULTIMEDIA

Ellsworth, Matthew V.

ISBN: 0-471-11850-8

Existencias: 047379 Ej.1

658.406

R367

Johansson, Henry J.

Reingeniería de procesos de negocios / Henry J., Johansson

. --México : Editorial Limusa ; Grupo Noriega Editores, 1995

268 p. : il

Patrick McHugh ... [et al.]

Incluye apéndice e índice

REINGENIERIA / REORGANIZACION DE CORPORACIONES / CAMBIO ORGANIZACIONAL

ISBN: 968-18-4905-1

Existencias: 047434 Ej.1 047435 Ej.2 047436 Ej.3

658.45
B642c

Bland, Michael

Comunicación interna eficiente / Michael, Bland; Peter, Jackson

. --Santafé de Bogotá : Legis, 1992

201 p.

Serie Empresarial Legis

Tr. Eduardo Calado Noguera, ases. y rev. téc. Humberto Serna Gómez

Incluye casos e índice

COMUNICACION EN ADMINISTRACION / COMUNICACION ESCRITA / COMUNICACION ORAL /

COMUNICACION AUDIOVISUAL

Jackson, Peter

ISBN: 958-653-047-7

Existencias: 047465 Ej.1

658.5
B929ad

Buffa, Elwood S.

Administración de la producción y de las operaciones / Elwood S., Buffa; Rakesh K., Sarin

. --México : Editorial Limusa ; Grupo Noriega Editores, 1992

939 p. : il

Versión en español Andrés Eduardo Chegade Durán; rev. Gustavo Velázquez Mastretta

Incluye apéndice e índice

ADMINISTRACION DE LA PRODUCCION / OPERACIONES ADMINISTRATIVAS

Sarin, Rakesh K.

ISBN: 968-18-4078-X

Existencias: 047475 Ej.1 047476 Ej.2

658.401
S211p

Sánchez Lozano, Alfonso

El plan de negocios del emprendedor / Alfonso, Sánchez Lozano; José Humberto, Cantú Delgado

. --México : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1993

211 p. : gráfs

Incluye apéndices

CREATIVIDAD EN ADMINISTRACION / ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL / ESTUDIOS DE MERCADO /

FORMACION DE EMPRESAS

Cantú Delgado, José Humberto

ISBN: 970-10-0354-3

Existencias: 047455 Ej.1 047456 Ej.2 047457 Ej.3

658.409
C775g

Coonradt, Charles A.

La gestión de lo obvio : cómo lograr lo que se desea aprovechando lo que se sabe / Charles A.,

Coonradt

. --Santafé de Bogotá : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1995

xxxix, 214 p.

Tr. María Victoria Mejía Duque, rev. téc. Roberto Rosero Hinestroza

Incluye apéndice e índice

EXITO EN LOS NEGOCIOS / EMPOWERMENT / AUTOGESTION

ISBN: 958-600-319-1

Existencias: 047578 Ej.1 047579 Ej.2

658.8
M182s

Madia de Souza, Francisco Alberto

La sexta generación del marketing : el síndrome del canguro / Francisco Alberto, Madia de Souza
. --Santafé de Bogotá : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1995

307 p.

Tr. Germán Villamizar, rev. téc. Alberto Narváez Rozo y Hernando Abdu Salame

Incluye fuentes

MERCADEO - FUNDAMENTOS / MERCADEO - EVOLUCION

ISBN: 958-600-311-6

Existencias: 047580 Ej.1 047581 Ej.2

658.409
D592r

Dionne Duddy, George W.

Refo al cambio : un modelo vivencial para facilitar los procesos de superación personal / George W.,
Dionne Duddy; Enrique, Reig Pintado

. --México : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1994

xix,195 p. : il

EXITO / CAMBIO ORGANIZACIONAL / MOTIVACION DEL EXITO

Reig Pintado, Enrique

ISBN: 970-10-0522-8

Existencias: 047582 Ej.1 047583 Ej.2

658.81
K22v

Kawasaki, Guy

Venda su sueño : cómo promover su producto, empresa o ideas con una fuerza irresistible / Guy,
Kawasaki

. --México : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1995

xv,318 p. : il

Tr. Rosa María Rosas Sánchez

Incluye apéndice, organizaciones mencionadas en el libro, higiene mental e índice

VENDEDORES Y ARTE DE VENDER / EXITO EN LOS NEGOCIOS

ISBN: 970-10-0280-6

Existencias: 047584 Ej.1 047585 Ej.2

658.409
S795t

Stark, Peter B.

Todo es negociable : manual de tácticas de ganar/ganar / Peter B., Stark

. --México : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1995

120 p.

Tr. Carlos Manuel Díaz J.

Incluye apéndice, notas, bibliografía e índice

EXITO EN LOS NEGOCIOS - MANUALES / NEGOCIANTES - MANUALES / ESTRATEGIAS DE VENTA

ISBN: 970-10-0722-0

Existencias: 047586 Ej.1 047587 Ej.2

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658.4
B472c

Bennis, Warren G.

Cómo llegar a ser líder / Warren G. Bennis ; tr. Jorge Cárdenas Nannetti. --

. --Barcelona : Norma, 1990.

190 p. --

Empresas y empresarios

Incluye bibliografías, índice y biografías

EXITO / ADMINISTRACION DE EMPRESAS-ANECDOTAS / LIDERAZGO-ENTREVISTAS / APTITUD DE MANDO
Cárdenas nannetti, Jorge, tr.
ISBN: 958-04-1015-X
Existencias: CT - 036573 Ej.1

658.406

J74g

Joiner, Brian J.

Gerencia de la 4ª generación : domine la convergencia evolutiva de la administración y la revolución de la calidad / Brian J., Joiner

. --México : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1995

302 p. : il

Tr. Rosa María Rosas Sánchez

Incluye posdata, apéndice y notas

GERENCIA DEL SERVICIO / REINGENIERIA / CALIDAD TOTAL EN GERENCIA / CAMBIO ORGANIZACIONAL

ISBN: 970-10-0698-4

Existencias: 047535 Ej.1 047536 Ej.2

658

R457am

Reyes Ponce, Agustín

Administración moderna / Agustín, Reyes Ponce

. --México : Editorial Limusa ; Grupo Noriega Editores, 1994

480 p.

Incluye apéndices

ADMINISTRACION DE EMPRESAS / ADMINISTRACION DE EMPRESAS - HISTORIA

ISBN: 968-18-4214-6

Existencias: 047703 Ej.1 047704 Ej.2 047705 Ej.3

658.568

T749c

Townsend, Patrick L.

Compromiso de calidad / Patrick L., Townsend

. --México : Editorial Limusa ; Grupo Noriega Editores, 1994

267 p.

Con la colaboración de Joan E. Gebhardt ; versión española Isadora Somerville Arzate, rev. Martha Sánchez Fierros

CALIDAD TOTAL EN EMPRESAS DE SERVICIOS / CONTROL DE CALIDAD / INNOVACIONES TECNOLOGICAS

ISBN: 968-18-4636-2

Existencias: 047706 Ej.1 047707 Ej.2 047708 Ej.3

658.568

T776

Laboucheix, Vincent, dir.

Tratado de la calidad total / dir. Vincent, Laboucheix

. --México : Editorial Limusa ; Grupo Noriega Editores ; Ciencias de la Dirección, 1994

2 v.

Pref. A. Feigenbaum ; rev. y adapt. Angel Pola Maseda, tr. Purificación y José María Suárez

Incluye bibliografía

CALIDAD TOTAL - HISTORIA / CALIDAD TOTAL - FUNDAMENTOS / CALIDAD TOTAL - ADMINISTRACION / CALIDAD TOTAL EN FORMACION CONTINUA

ISBN: 84-86743-41-9 (O.C.)

Existencias: 047709 v.1 Ej.1 047710 v.2 Ej.1 047711 v.1 Ej.2 047712 v.2 Ej.2

658.835

L224m

1991

Lambin, Jean-Jacques

Marketing estratégico / Jean-Jacques, Lambin

-- 2a ed. --Madrid : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1991

490 p.

Tr. Alejandro Molla y Salvador Miquel, rev. téc. Ivan Marten

Incluye bibliografía y anexo

ANALISIS DE MERCADEO / MERCADEO / CONSUMIDORES / PRODUCTOS NUEVOS

ISBN: 84-7615-704-5

Existencias: 047699 Ej.1 047700 Ej.2

658.82

B722c

Bonta, Patricio

199 preguntas sobre marketing y publicidad / Patricio, Bonta; Mario, Farber

. --Bogotá : Norma, 1994

178 p.

MERCADEO - PREGUNTAS Y RESPUESTAS / PUBLICIDAD - PREGUNTAS Y RESPUESTAS

Farber, Mario

ISBN: 958-04-2841-7

Existencias: 047720 Ej.1

GENERAL

658.8

K87f

1991

Kotler, Philip

Fundamentos de mercadotecnia / Philip, Kotler; Gary, Armstrong; tr. Guillermina, Cuevas Mesa; rev. téc.

Marcela, Benassini Félix

-- 2a ed. --México : Prentice-Hall Hispanoamericana, 1991

654 p. : il

Incluye referencias bibliográficas, apéndices e índices

MERCADEO - FUNDAMENTOS / PLANEACION ESTRATEGICA / ESTUDIOS DE MERCADO

Armstrong, Gary; Cuevas Mesa, Guillerminatr.; Benassini Félix, Marcelarev. téc.

ISBN: 968-880-226-3

Existencias: G - 047715 Ej.1 G - 047716 Ej.2 G - 049077 Ej.3

658.04

W241m

Walton, Mary

El método Deming en la práctica : 6 compañías de éxito que usan los principios de control total de calidad del mundialmente famoso W. E. Deming / Mary, Walton

. --Bogotá : Norma, 1992

260 p.

Desarrollo gerencial

Tr. Margarita Cárdenas

ADMINISTRACION DE PERSONAL / METODO DEMING / CONTROL DE CALIDAD / CALIDAD TOTAL EN EMPRESAS DE SERVICIOS

ISBN: 958-04-1365-7

Existencias: 047713 Ej.1 047714 Ej.2

658.827

A753m

Arnold, David V.

Manual de la gerencia de marca : \{brand management\} / David V., Arnold

. --Bogotá : Norma, 1993 (impresión de 1994)

349 p. : il

MARCAS DE FABRICA - COLOMBIA - MANUALES / MARCAS DE FABRICA - ADMINISTRACION

ISBN: 958-04-2573-6

Existencias: 047733 Ej.1

658.4
Y49g

Yip, George S.

Globalización : estrategias para obtener una ventaja competitiva internacional / George S., Yip
. --Bogotá : Norma, 1993

331 p.

Tr. Jorge Cárdenas Nannetti

Incluye apéndice y notas

COMPETENCIA INTERNACIONAL / COMPETITIVIDAD / EMPRESAS TRANSNACIONALES / DIRECTORES DE
COMPAÑIAS

ISBN: 958-04-2574-4

Existencias: 047757 Ej.1

658.81
N675n

Nierenberg, Gerard I.

El negociador completo : conozca las técnicas y habilidades de la primera autoridad mundial en
negociación / Gerard I., Nierenberg

. --México : Editorial Limusa ; Grupo Noriega Editores : Ciencias de la Dirección, 1994

339 p.

Incluye apéndices y bibliografía

NEGOCIANTES / VENDEDORES Y ARTE DE VENDER / ETICA EN LOS NEGOCIOS / RELACIONES PUBLICAS EN
NEGOCIOS

ISBN: 968-18-4915-9

Existencias: 047734 Ej.1 047735 Ej.2

658.8
E75

Dolan, Robert J., selec.

La esencia del marketing / selec. Robert J., Dolan

. --Bogotá : Norma, 1995

xxiii, v. 1

Tr. Adriana de Hassan

Biblioteca tiene : v.1 : Estrategia

MERCADEO / ESTRATEGIA DE MERCADEO / CONSUMIDORES / MERCADEO DE SERVICIOS / MERCADEO
INTERNACIONAL

ISBN: 958-04-2839-5

Existencias: 047736 v.1 Ej.1 047737 v.1 Ej.2 047738 v.1 Ej.3

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658.4
O31

Oficio y arte de la gerencia / selec. Joseph L. Bower. -- . --Bogotá : Norma, 1995

2 v.

Tr. Jorge Cárdenas Nannetti

DIRECTORES DE COMPAÑIAS / PLANEACION ESTRATEGICA / LIDERAZGO / CAMBIO ORGANIZACIONAL

Bower, Joseph L., selec.

ISBN: 958-04-2897-2 (v.1) 958-04-2977-4 (v.2)

Existencias: CT - 047739 Ej.1 v.1 CT - 047740 Ej.1 v.2 CT - 047892 Ej.2 v.1 CT -
047893 Ej.2 v.2

658.8
B534m

Berry, Leonard L.

Marketing en las empresas de servicios : compita mediante la calidad / Leonard L., Berry; A., Parasuraman
. --Bogotá : Norma, 1993 \{impresión de 1994\}
271 p.
Desarrollo gerencial
Tr. Jorge Cárdenas Nannetti
Incluye notas
MERCADERO DE SERVICIOS / SERVICIO AL CLIENTE / CALIDAD TOTAL EN EMPRESAS DE SERVICIOS
Parasuraman, A.
ISBN: 958-04-2495-0
Existencias: 047741 Ej.1

658.409
B132l

Badaracco, Joseph L.
El liderazgo y la lucha por la integridad : el porqué de una gestión ética / Joseph L., Badaracco;
Richard R., Ellsworth
. --Bogotá : Norma, 1994 \{impresión de 1995\}
225 p.
Tr. Jorge Cárdenas Nannetti
Incluye bibliografía e índice
LIDERAZGO / EXITO / LIDERAZGO POLITICO
Ellsworth, Richard R.
ISBN: 958-04-2743-7
Existencias: 047742 Ej.1 047743 Ej.2 048282 Ej.3

658.4
C367n

Congreso Internacional de Alta Gerencia \{1991 sep. 6-7 : Santafé de Bogotá\}
Las nuevas realidades / Santafé de Bogotá\}Congreso Internacional de Alta Gerencia \{1991 sep. 6-7 :
. --Santafé de Bogotá : INCOLDA ; Corporación de Amistad Colombo Japonesa \{CACJ\}, 1991
149 p. : fotos
Memorias del congreso
Texto a doble columna
ADMINISTRACION DE EMPRESAS - CONGRESOS CONFERENCIAS, ETC / COMPETENCIA ECONOMICA -
CONGRESOS, CONFERENCIAS, ETC.
Existencias: 040160 Ej.1

GENERAL

658.91362
T279m

Temes Montes, José Luis
Manual de gestión hospitalaria / José Lui Temes Montes, Vicente Pastor y Aldaguer y J. L. Díaz
Fernández. --
. --Madrid : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1992
xii, 540 p.
Incluye bibliografías
ADMINISTRACION HOSPITALARIA -MANUALES / ADMINISTRACION HOSPITALARIA
Pastor y Aldaguer, Vicente; Díaz Fernández, J. L.
ISBN: 84-7615-900-5
Existencias: G - 047824 Ej.1

GENERAL

658.45
H768c

Homs Quiroga, Ricardo
La comunicación en la empresa / Ricardo, Homs Quiroga
. --México : Grupo Editorial Iberoamérica, 1990
147 p. : il
Incluye bibliografía

COMUNICACION / COMUNICACION ORGANIZACIONAL
ISBN: 968-7270-68-3
Existencias: 047859 Ej.1 047860 Ej.2 G - 047861 Ej.3 G - 027659 Ej.4 G - 027660 Ej.5 G -
027661 Ej.6

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658.402

B692o

Bolman, Lee G.

Organización y liderazgo : el arte de la decisión / Lee G. Bolman y Terrence E. Dea ; colab. Eduardo García Lunal. --

. --Wilmington, Del. : Addison-Wesley Iberoamericana, 1995.

480 p.

Tr. y adapt. al español del Centro para el Desarrollo de Recursos Humanos; Instituto de Estudios Superiores de Administración (IESA) . --

Incluye índices

ORGANIZACION / LIDERAZGO

Deal, Terrence E.; García Lunal, Eduardo, colab.

ISBN: 0-201-60106-0

Existencias: CT - 047868 Ej.1 CT - 047869 Ej.2 CT - 047870 Ej.3

658.314

H631g

Hicks, Robert E.

Grupos de trabajo autodirigidos : guía para formar y conservar grupos de trabajo con autodirección / Robert E., Hicks; Diane, Bone

. --México : Grupo Editorial Iberoamérica, 1992

91 p. : il

Serie 50 minutos

Tr. al español Héctor G. Tejera

GRUPOS DE TRABAJO / PARTICIPACION EN LA ADMINISTRACION DE EMPRESAS / PRODUCTIVIDAD DEL TRABAJO

Bone, Diane

ISBN: 968-7270-89-6

Existencias: 047970 Ej.1 047971 Ej.2

GENERAL

658.409

G492l

Ginebra, Joan

El liderazgo y la acción, mitos y realidades / Joan, Ginebra

. --México : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1994

232 p.

Incluye bibliografía e índice

LIDERAZGO / LIDERAZGO - ASPECTOS SOCIALES

ISBN: 970-10-0281-4

Existencias: G - 047924 Ej.1 G - 049909 Ej.2

658.017

S349e

Schmidt, Eduardo

Ética y negocios para América Latina / Eduardo, Schmidt

. --Lima : Universidad del Pacífico ; OXY, 1995

603 p.

Biblioteca Universitaria

Incluye Bibliografía

ETICA DE LOS NEGOCIOS / NEGOCIANTES - ETICA PROFESIONAL / COMUNICACION - MORAL Y ASPECTOS ETICOS / PROPIEDAD PRIVADA / SALARIOS - ASPECTOS ETICOS

ISBN: 84-8929-89-9

Existencias: 048038 Ej.1

658.834
H393c

Hawkins, Del I.

Comportamiento del consumidor : repercusiones en la estrategia de marketing / Del I., Hawkins; Roger J., Best; Kenneth A., Coney

. --Wilmington, Del. : Addison-Wesley Iberoamericana, 1994

683 p. : il

Versión en español de Lino Santacruz, con la colaboración de Enrique Bigné Alcañiz

Incluye apéndices e índices

CONSUMIDORES - ASPECTOS PSICOLOGICOS / ESTRATEGIA DE MERCADEO / PSICOLOGIA DEL CONSUMIDOR

Best, Roger J.; Coney, Kenneth A.

ISBN: 0-201-60125-7

Existencias: 047867 Ej.1 048221 Ej.2

658.45
W422c

Weil, Pascale

La comunicación global : comunicación institucional y de gestión / Pascale, Weil

-- 2a ed. --Barcelona : Ediciones Paidós, 1992

235 p. : il

Paidós comunicación ; no. 51

Incluye bibliografía

COMUNICACION ORGANIZACIONAL / COMUNICACION EN ADMINISTRACION / COMUNICACION

ISBN: 84-7509-841-X

Existencias: 047989 Ej.1

GENERAL

658.3
S678

Sociología para la empresa / Ajamil Menchu ... [et al.] ; coord. Antonio Lucas Marín. -- . --Madrid : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1994

436 p.

Incluye bibliografía e índice

ADMINISTRACION DE EMPRESAS -ASPECTOS SOCIALES / SOCIOLOGIA INDUSTRIAL / SOCIEDAD INDUSTRIAL / SATISFACCION EN EL TRABAJO / RELACIONES INDUSTRIALES

Menchu, Ajamil; Lucas Marín, Antonio, coord.

ISBN: 84-481-1879-9

Existencias: G - 047885 Ej.1

658.04
C712e

Collins, James C.

Empresas que perduran : principios exitosos de compañías triunfadoras / James C., Collins; Jerry I., Porras

. --Bogotá : Norma, 1995

385 p.

Tr. Jorge Cárdenas Nannetti

Bestseller del New York Times y Business Week

Incluye apéndices, e índice

VISION CORPORATIVA / ADMINISTRACION DE EMPRESAS / EMPRESAS DE AVANZADA

Porras, Jerry I.

ISBN: 958-04-3066-7

Existencias: 048134 Ej.1 048135 Ej.2

658.306
G184b

Gama Bernal, Elba

Bases para el análisis de puestos / Elba, Gama Bernal

. --México : Editorial El Manual Moderno, 1992

262 p. : il

Il. Margarita Garay Montenegro

Incluye anexos, apéndice y bibliografía

ANALISIS OCUPACIONAL / EVALUACION DE OFICIOS / DESCRIPCION DEL CARGO

ISBN: 968-426-567-0

Existencias: 048183 Ej.1

658.409
F679m

Fontana, David

Manejo del tiempo / David, Fontana

. --México : Editorial El Manual Moderno, 1995

115 p.

Tr. y puesta al día según la 1a. ed. en inglés por Mireya García Mulca, ed. María Eugenia Gómez López

Incluye índice

PERCEPCION DEL TIEMPO / PRODUCTIVIDAD DEL TRABAJO / TIEMPO - ADMINISTRACION

ISBN: 968-426-667-7

Existencias: 048190 Ej.1

659.1
S211t

Sánchez Guzmán, José Ramón

Teoría de la publicidad / José Ramón, Sánchez Guzmán

-- 4a ed. --Madrid : Tecnos, 1993

524 p.

COMUNICACION EN PUBLICIDAD / PUBLICIDAD - ASPECTOS PSICOLOGICOS / PUBLICIDAD - ASPECTOS

SOCIALES

ISBN: 84-309-2382-9

Existencias: 048271 Ej.1

659.1
F385pu

Ferrer Roselló, Clemente

La publicidad al desnudo / Clemente, Ferrer Roselló

. --Madrid : Edimarco, 1994

242 pp. : il

Incluye vocabulario, anexo y bibliografía

PUBLICIDAD - ASPECTOS SOCIALES / PUBLICIDAD SUBLIMINAL / PUBLICIDAD - MANIPULACION /

PUBLICIDAD Y ETICA / Ley 34 de 1988

ISBN: 84-604-9935-9

Existencias: 048272 Ej.1

659.1071
G643c

González Lobo, María Angeles

Curso de publicidad / María Angeles, González Lobo

. --Madrid : Editorial Eresma & Celeste Ediciones, 1994

433 p. : il

PUBLICIDAD - ENSEÑANZA / PUBLICIDAD - FUNDAMENTOS / PUBLICIDAD - INVESTIGACIONES / MARCAS

DE FABRICA

ISBN: 84-87553-96-6

Existencias: 048273 Ej.1

658.9161

L111d

La Monica, Elaine Lynne

Dirección y administración en enfermería : un enfoque práctico / Elaine Lynne, La Monica

. --Barcelona : Mosby ; Doyma Libros, 1994

447 p. : il

Rev. de la versión española Pilar Vilagrasa

Incluye resúmenes, ejercicios prácticos, epílogo, apéndice e índice

ADMINISTRACION EN ENFERMERIA / LIDERAZGO EN ENFERMERIA / CASOS EN ADMINISTRACION EN

ENFERMERIA

ISBN: 84-8174-025-X

Existencias: 048225 Ej.1 048226 Ej.2 048227 Ej.3

658.409

H857p

Howe, Roger J.

Ponga la calidad a prueba : compruebe si realmente da buenos resultados todo lo que se dice acerca de la calidad / Roger J., Howe; Dee, Gaeddert; Maynard A., Howe

. --México : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1995

211 p. : il

Tr. Lino Leopoldo Santacruz Moctezuma

Incluye epílogo e índice y notas a pie de página

CALIDAD TOTAL EN GERENCIA / CONTROL DE CALIDAD / CALIDAD TOTAL EN SERVICIOS

Gaeddert, Dee; Howe, Maynard A.

ISBN: 970-10-0649-6

Existencias: 047922 Ej.1 047923 Ej.2

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658.0017

C719e

Coloquio de Etica Empresarial y Económica (2ª : 1992 : Barcelona)

Etica, mercado y negocios / coord. Domènec, Melé Carné

. --Pamplona : EUNSA, 1994

202 p. --

Empresa y organizaciones

Incluye epílogo

ETICA PROFESIONAL / ETICA EN LOS NEGOCIOS -CONGRESOS, CONFERENCIAS, ETC. / COMPETENCIA

ECONOMICA

Melé Carné, Domènec , coord.

ISBN: 84-313-1277-7

Existencias: CT - 048342 Ej.1

658.8

G643f

González Calvillo, Enrique

Franquicias : la revolución de los 90 : Enrique, González Calvillo; Rodrigo, González Calvillo

. --Santafé de Bogotá : Editorial McGraw-Hill, 1994

111 p.

Serie McGraw-Hill comercio internacional ; T. 1

Incluye bibliografía

ADMINISTRACION DE MERCADEO / ADMINISTRACION DE LA PRODUCCION / FRANQUICIAS

\{COMERCIO MINORISTA\}

González Calvillo, Rodrigo

ISBN: 958-600-305-1

Existencias: 048357 Ej.3

658.8
G643e

González Calvillo, Enrique

La experiencia de las franquicias / Enrique, González Calvillo
. --Santafé de Bogotá : Editorial McGraw-Hill, 1994
176 p.
Serie McGraw-Hill comercio internacional ; T. 2
Incluye apéndices e índice
FRANQUICIAS \{COMERCIO MINORISTA\} / ADMINISTRACION DE MERCADEO
ISBN: 958-600-303-5
Existencias: 048358 Ej.1

658.402
B255p

Barker, Joel Arthur

Paradigmas : el negocio de descubrir el futuro / Joel Arthur, Barker
. --Santafé de Bogotá : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1995
258 p. : il
Tr. Ona Jurksaitis Lukauskis, rev. téc. Roberto Rosero Hinestroza
Incluye bibliografía e índice
PREDICCIONES / PROSPECTIVA / PLANIFICACION ESTRATEGICA / TOMA DE DECISIONES
ISBN: 958-600-336-1
Existencias: 048300 Ej.1 048301 Ej.2 048302 Ej.3

658.8
Z68m

Zikmund, William

Mercadotecnia / William, Zikmund; Michael, D'Amico; tr. Rafael, Quijano; rev.téc. Jorge, Rodríguez R.
. --México : Compañía Editorial Continental, 1993
896 p. : il
Incluye apéndice, glosario, créditos de fotos e índices y notas
MERCADEO / COMUNICACION EN MERCADEO / CONSUMIDOR - ASPECTOS PSICOLOGICOS /
ESTRATEGIA DE MERCADEO / CASOS EN MERCADEO
D'Amico, Michael; Quijano, Rafaeltr.; Rodríguez R., Jorgerev.téc.
ISBN: 968-26-1124-6
Existencias: 048284 Ej.1

SALA DE PROFESORES

658.3023
C335p

Casares Arrangoiz, David

Planeación de vida y carrera : vitalidad personal y organizacional, desarrollo humano y crisis de madurez, asertividad y administración de tiempo / David Casares Arrangoiz y Alfonso Siliceo Aguilar. --
. --México : Editorial Limusa ; Grupo Noriega Editores, 1995.
166 p. --
Colección Empresarial punto blanco
Incluye bibliografía
ORIENTACION PROFESIONAL / AUTORREALIZACION (PSICOLOGIA) / MADUREZ / PSICOLOGIA
HUMANISTICA
Siliceo Aguilar, Alfonso
ISBN: 968-18-4743-1
Existencias: SP - 048596 Ej.1

GENERAL

658.812
W594e

Whiteley, Richard C.

La empresa consagrada al cliente / Richard C., Whiteley; tr. Anibal Carlos, Leal
. --Buenos Aires : Javier Vergara, 1992
331 p.

Bussines class
SERVICIO AL CLIENTE / CALIDAD TOTAL EN SERVICIOS
Leal, Aníbal Carlos, tr.
ISBN: 950-15-1190-1
Existencias: G - 048611 Ej.1

GENERAL

658.202
C163i

Calloni, Juan Carlos

Instalaciones eléctricas : operación y mantenimiento / Juan Carlos, Calloni
-- 5a ed. --Buenos Aires : Librería y Editorial Alsina, 1991
382, 142 p. : il. + 1 plegable : Cámara subterránea para uso particular alimentada en 13,2 KV
Incluye apéndices
INSTALACIONES ELECTRICAS / ELECTROMAGNETISMO / CONTACTOS ELECTRICOS / ENERGIA MECANICA
/ ALUMBRADO / INSTALACIONES - MANTENIMIENTO / INSTALACIONES ELECTRICAS - REGLAMENTOS
ISBN: 950-553-013-7
Existencias: G - 026437 Ej.1

GENERAL

658.15
S487f
1993

Serrano Rodríguez, Javier

Fundamentos de finanzas / Javier, Serrano Rodríguez; Julio, Villarreal Navarro; rev. téc. Víctor William, González Prieto
-- 2a ed. --Santafé de Bogotá : Editorial McGraw-Hill, 1993
v, 242 p.
Incluye autoevaluación e índice
FINANZAS - FUNDAMENTOS / SISTEMA FINANCIERO COLOMBIANO / ANALISIS FINANCIERO / ESTADOS FINANCIEROS / COSTOS DE CAPITAL
Villarreal Navarro, Julio; González Prieto, Víctor Williamrev. téc.
ISBN: 958-600-141-5
Existencias: G - 048647 Ej.1 G - 055302 Ej.2 G - 055303 Ej.3

GENERAL

658.45
B292c

Bartoli, Annie

Comunicación y organización : la organización comunicante y la comunicación organizada / Annie, Bartoli; tr. Stella, Maris García
. --Barcelona : Ediciones Paidós, 1992
221 p.
Incluye bibliografía
COMUNICACION ORGANIZACIONAL / ORGANIZACION
Maris García, Stella, tr.
ISBN: 84-7509-755-3
Existencias: G - 048659 Ej.1

GENERAL

658.4
P524p

Pfeffer, Jeffrey

El poder en las organizaciones : política e influencia en una empresa / Jeffrey, Pfeffer; tr. José, Real Gutiérrez
. --Madrid : Editorial McGraw-Hill, 1993
342 p.
Serie McGraw-Hill de Management
Incluye bibliografía e índice
ORGANIZACIONES / PODER EJECUTIVO / TOMA DE DECISIONES
Real Gutiérrez, José, tr.
ISBN: 84-181-0141-3

Existencias: G - 048672 Ej.1

GENERAL

658.3152
B272p

Barrera Muñoz, William

Participación de los trabajadores en la gestión de las empresas / William, Barrera Muñoz; Alfonso,

Ordoñez Rocha

. --Santafé de Bogotá : Pontificia Universidad Javeriana. Fac. de Ciencias Jurídicas, 1994

206 p.

Trabajo de grado presentado como requisito parcial para optar al título de Abogado

Incluye bibliografía

PARTICIPACION EN LA ADMINISTRACION DE EMPRESAS / MOTIVACION DEL EMPLEADO / RELACIONES

INDUSTRIALES

Ordoñez Rocha, Alfonso

Existencias: G - 048763 Ej.1

GENERAL

659
K63p
1994

Kleppner, Otto

Publicidad / Otto, Kleppner; J. Thomas, Russell; W. Ronald, Lane; tr. Georgina, Greenham del Castillo;

rev. téc. Marcela, Benassini Felix

-- 12a ed. --México : Prentice-Hall Hispanoamericana, 1994

xviii, 865 p. : il

Incluye apéndice, glosario e índice

PUBLICIDAD / MEDIOS DE COMUNICACION DE MASAS

Russell, J. Thomas; Lane, W. Ronald; Greenham del Castillo, Georginatr.; Benassini Felix, Marcelarev. téc.

ISBN: 968-880-378-2

Existencias: G - 048856 Ej.1

GENERAL

659.14
P438c

Pérez-Latre, Francisco Javier

Centrales de compra de medios / Francisco Javier, Pérez-Latre

. --Pamplona : EUNSA, 1995

272 p. : il

Colección Ciencias de la información ; no. 67

Incluye conclusiones y bibliografía

PUBLICIDAD / PUBLICIDAD COMERCIAL / AGENCIAS PUBLICITARIAS

ISBN: 84-313-1319-6

Existencias: G - 049009 Ej.1

GENERAL

658.4062
G113f

Gabiña, Juanjo

El futuro revisitado : la reflexión prospectiva como arma de estrategia y decisión / Juanjo, Gabiña

. --Barcelona : Marcombo, 1995

xvii, 418 p. : il

Colección Estrategia y gestión competitiva ; no. 11

Incluye bibliografía

PROSPECTIVA / SIGLO XXI - PREDICCIONES / COMPETITIVIDAD / CAMBIO ORGANIZACIONAL /

PLANIFICACION ESTRATEGICA / TOMA DE DECISIONES

ISBN: 84-267-1021-2

Existencias: G - 049023 Ej.1 G - 049024 Ej.2 G - 049025 Ej.3 G - 049026 Ej.4 G - 054791

Ej.5

GENERAL

658.4062

G582p

Godet, Michel

Problemas & métodos de prospectiva : caja de herramientas / Michel, Godet; colab. F., Bourse; colab. P., Chapuy; colab. I., Menant

. --[s.L.] : Prospektiker futuribles ; UNESCO, 1991

92 p. : il

Incluye anexos

PROSPECTIVA - METODOS / GRUPOS DE TRABAJO / PROSPECTIVA - PROBLEMAS, EJERCICIOS, ETC.

Bourse, F.colab.; Chapuy, P.colab.; Menant, I.colab.

ISBN: 84-404-95595

Existencias: G - 049044 Ej.1 G - 049045 Ej.2 G - 049046 Ej.3

GENERAL

658.4

P419i

Peña Alvarado, Gustavo

Inteligencia tecnoeconómica : módulo 2 / Gustavo, Peña Alvarado

. --Santafé de Bogotá : SECAB ; CONICIT, 1994

51 p.

Colección Ciencia y tecnología ; 38

Incluye referencias bibliográficas

COMPETENCIA ECONOMICA / SISTEMA DE INFORMACION EN ADMINISTRACION / EXITO EN LAS
COMPAÑIAS / BENCHMARKING / PROGRAMA NACIONAL DE GERENCIA EN CIENCIA Y TECNOLOGIA
edit.

Existencias: G - 049107 Ej.1 G - 049108 Ej.2

GENERAL

658.4062

M381p

Martín Iñiquez, César A.

Prospectiva : módulo 3 / César A., Martín Iñiquez

. --Santafé de Bogotá : SECAB ; CONICIT, 1994

58 p.

Colección Ciencia y Tecnología ; no.39

Incluye bibliografía, lecturas recomendadas y glosario

PROSPECTIVA EN PLANEACIÓN / TOMA DE DECISIONES / PLANEACIÓN ESTRATEGICA / METODO
DELFI / PROGRAMA NACIONAL DE GERENCIA EN CIENCIA Y TECNOLOGIA
edit.

Existencias: G - 049109 Ej.1 G - 049110 Ej.2

GENERAL

658.4012

V146p

Valdivieso C., Renato J.

Planificación estratégica : módulo 4 / Renato J., Valdivieso C.

. --Santafé de Bogotá : SECAB ; CONICIT, 1994

68 p. : il

Colección Ciencia y tecnología ; no.40

Incluye bibliografía

PLANEACION ESTRATEGICA / AMBIENTE DE TRABAJO / PROGRAMA NACIONAL DE GERENCIA EN
CIENCIA Y TECNOLOGIA
edit.

Existencias: G - 049111 Ej.1 G - 049112 Ej.2

GENERAL

658.562

E77g

Esqueda, Paúl

Gestión de calidad en centros de investigación y desarrollo : módulo 5 / Paúl, Esqueda

. --Santafé de Bogotá : SECAB ; CONICIT, 1994

68 p. : il

Colección Ciencia y tecnología ; no.41
Incluye el caso de una empresa venezolana : PEABEXIS
CALIDAD TOTAL EN INVESTIGACION Y DESARROLLO / INGENIERIA ELECTRICA - VENEZUELA / TRABAJO DE
INVESTIGACION / PROGRAMA NACIONAL DE GERENCIA EN CIENCIA Y TECNOLOGIA
edit.
Existencias: G - 049113 Ej.1 G - 049114 Ej:2

GENERAL

658.562
T693g

Torres S., María A.

Gestión de calidad en la industria : módulo 6 / María A., Torres S.
. --Santafé de Bogotá : SECAB ; CONICIT, 1994
94 p. : il
Colección Ciencia y tecnología ; no.42
Incluye bibliografía
CALIDAD TOTAL EN INDUSTRIA / ADMINISTRACION INDUSTRIAL / CONTROL DE CALIDAD / EXCELENCIA
EMPRESARIAL / TRABAJO EN EQUIPO / MEJORAMIENTO CONTINUO / PROGRAMA NACIONAL DE GERENCIA
EN CIENCIA Y TECNOLOGIA
edit.
Existencias: G - 049115 Ej.1 G - 049116 Ej:2

GENERAL

658.562
S161g

Salazar, Albaida

Gestion de calidad en organismos públicos ; módulo 7 / Albaida, Salazar
. --Santafé de Bogotá : SECAB ; CONICIT, 1994
57 p. : il
Colección Ciencia y tecnología ; no.43
Incluye bibliografía y anexo figuras explicativas
CALIDAD TOTAL EN EMPRESAS PUBLICAS / OFERTA Y DEMANDA (SECTOR PUBLICO) / PROGRAMA
NACIONAL DE GERENCIA EN CIENCIA Y TECNOLOGIA
edit.
Existencias: G - 049117 Ej.1 G - 049118 Ej:2

GENERAL

658.835
S441c

Seaton, Carlos

Comercialización, mercadeo y transferencia de resultados : módulo 9 / Carlos, Seaton
. --Santafé de Bogotá : SECAB ; CONICIT, 1994
65 p. : il
Colección Ciencia y tecnología ; no.45
Incluye bibliografía
INNOVACIONES TECNOLOGICAS / MERCADEO / PROGRAMA NACIONAL DE GERENCIA EN CIENCIA Y
TECNOLOGIA
edit.
Existencias: G - 049121 Ej.1 G - 049122 Ej:2

GENERAL

658.404
M313g

Marcano, Luis F.

Gerencia de proyectos de investigación : módulo 11 / Luis F., Marcano
. --Santafé de Bogotá : SECAB ; CONICIT, 1994
68 p. : il
Colección Ciencia y tecnología ; no.47
Incluye bibliografía y anexo figuras explicativas
ADMINISTRACION DE PROYECTOS INDUSTRIALES / INVESTIGACION / PROGRAMA NACIONAL DE
GERENCIA EN CIENCIA Y TECNOLOGIA
edit.

Existencias: G - 049125 Ej.1 G - 049126 Ej.2

GENERAL

658
Ch532i
1995

Chiavenato, Idalberto

Introducción a la teoría general de la administración / Idalberto, Chiavenato; tr. Germán, Villamizar; rev. téc. Luis Hernando, Ramírez Reyes

-- 4a ed. --Santafé de Bogotá : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1995

xvii, 880 p. : il

Incluye bibliografía e índices

ADMINISTRACION DE EMPRESAS / ADMINISTRACION - HISTORIA / TEORIA DE LA ADMINISTRACION / DIRECCION POR OBJETIVOS / CAMBIO ORGANIZACIONAL / ADMINISTRACION DE EMPRESAS (TEORIAS)

Villamizar, Germántr.; Ramírez Reyes, Luis Hernandorev. téc.

ISBN: 958-600-313-2

Existencias: G - 049063 Ej.1 G - 036645 Ej.2 G - 025476 Ej.3

GENERAL

658.404
M313gp

Marcano, Armando

Gerencia de proyectos industriales : módulo 12 / Armando, Marcano

. --Santafé de Bogotá : SECAB ; CONICIT, 1994

71 p. : il

Colección Ciencia y tecnología ; no.48

ADMINISTRACION DE PROYECTOS INDUSTRIALES / INVESTIGACION INDUSTRIAL / PLANEACION ESTRATEGICA / LICENCIAS (NEGOCIOS) - VENEZUELA / TRANSFERENCIA DE TECNOLOGIA / PROGRAMA NACIONAL DE GERENCIA EN CIENCIA Y TECNOLOGIA

edit.

Existencias: G - 049127 Ej.1 G - 049128 Ej.2

GENERAL

658.4
H411g

Hax, Arnoldo C.

Gestión de empresa : con una visión estratégica / Arnoldo C., Hax; Nicolás, Majluf; tr. Henry-Lowick,

Russel

-- 2a ed. --Santiago : Dolmen Ediciones, 1993

513 p. : il

Colección Economía y gestión

Incluye referencias, glosario e índices

ADMINISTRACION DE EMPRESAS / PLANIFICACION ESTRATEGICA / MISION CORPORATIVA / VISION CORPORATIVA

Majluf, Nicolás; Russel, Henry-Lowicktr.

ISBN: 956-201-162-3

Existencias: G - 049064 Ej.1

GENERAL

658.812
A341e

Albrecht, Karl

La excelencia en el servicio : [cómo identificar y satisfacer las expectativas y necesidades del cliente] /Karl Albrecht; Lawrence J. Bradford ; tr. Jesús Villamizar Herrera ; rev. téc. Humberto Serna Gómez. --

. --Bogotá : Legis Editores, 1990 (impresión de 1991)

ix, 236 p. : il. --

Serie Empresarial

Incluye índice

SERVICIO AL CLIENTE / VENDEDORES Y ARTE DE VENDER / CALIDAD TOTAL EN SERVICIOS / RELACIONES CON LOS CLIENTES / SATISFACCION DEL CLIENTE

Bradford, Lawrence J.; Villamizar Herrera, Jesús, tr.; Serna Gómez, Humberto, rev. téc.

ISBN: 958-9042-91-0

Existencias: G - 049065 Ej.4

GENERAL

658.812
A341e

Albrecht, Karl

La excelencia en el servicio : [como identificar y satisfacer las expectativas y necesidades del cliente] / Karl Albrecht y Lawrence J. Bradford ; tr. Jesús Villamizar Herrera ; rev. téc. Humberto Serna Gómez.

--

. --Santafé de Bogotá : Legis Editores, 1990 (impresión de 1992)

ix, 236 p. : il. --

Serie Empresarial

Incluye índice

SERVICIO AL CLIENTE / VENDEDORES Y ARTE DE VENDER / CALIDAD TOTAL EN SERVICIOS / RELACIONES
CON LOS CLIENTES / SATISFACCION DEL CLIENTE

Bradford, Lawrence J.; Villamizar Herrera, Jesús, tr.; Serna Gómez, Humberto, rev. téc.

ISBN: 958-9042-91-0

Existencias: G - 049066 Ej.5 G - 049067 Ej.6

GENERAL

658.154
O77g

Ortega, Marisol

Gerencia de costos y presupuestos : módulo 13 / Marisol, Ortega

. --Santafé de Bogotá : SECAB ; CONICIT, 1994

64 p.

Colección Ciencia y tecnología ; no.49

CONTROL DE COSTOS / PRESUPUESTO (EMPRESAS PRIVADAS) / NEGOCIOS / COMPETITIVIDAD /
PROGRAMA NACIONAL DE GERENCIA EN CIENCIA Y TECNOLOGIA

edit.

Existencias: G - 049129 Ej.1 G - 049130 Ej:2

GENERAL

658.514
M425a

Mata C., Nelson R.

Automatización y simulación de procesos : módulo 15 / Nelson R., Mata C.

. --Santafé de Bogotá : SECAB ; CONICIT, 1996

92 p. : il

Colección Ciencia y tecnología ; 51

Incluye bibliografía y anexos

CALIDAD DE LOS PRODUCTOS / PRODUCCION - AUTOMATIZACION / SIMULACION POR COMPUTADORES
/ PROCESOS DE MANUFACTURAS / PROGRAMA NACIONAL DE GERENCIA EN CIENCIA Y TECNOLOGIA

edit.

Existencias: G - 049133 Ej.1 G - 049134 Ej.2

GENERAL

658.401
R636c

Robbins, Stephen P.

Comportamiento organizacional : conceptos, controversias y aplicaciones / Stephen P., Robbins; tr.
Pilar, Mascaró Sacristán; rev. téc. Alejandro R., Rodas Carpizo

-- 6th ed., 2a ed. en español. --México : Prentice-Hall Hispanoamericana, 1994

xxix, 780 p. : il

Incluye casos y lecturas complementarias en cada capítulo, apéndices, glosario e índices
COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL / TOMA DE DECISIONES / SATISFACCION EN EL TRABAJO /
MOTIVACION / GRUPOS DE TRABAJO / LIDERAZGO / PODER (CIENCIAS SOCIALES) / ESTRUCTURA
ORGANIZACIONAL / CULTURA EMPRESARIAL / STRESS LABORAL / CAMBIO ORGANIZACIONAL

Mascaró Sacristán, Pilartr.; Rodas Carpizo, Alejandro R.rev. téc.

ISBN: 968-880-372-3

Existencias: G - 049070 Ej.1

GENERAL

658.562
B561c
1995

Besterfield, Dale H.

Control de calidad / Dale H., Besterfield; tr. Raúl, Bautista Gutiérrez; rev. téc. Guillermo, Haaz Díaz
-- 4a ed. --México : Prentice-Hall Hispanoamericana, 1995
xii, 508 p. : il. + 1 disquete con software para computadora
Incluye apéndice, bibliografía, glosario, respuesta a problemas seleccionados e índice
CONTROL DE CALIDAD / CALIDAD TOTAL
Bautista Gutiérrez, Raúltr.; Haaz Díaz, Guillemorev. téc.
Existencias: G - 049076 Ej.1

GENERAL

658.8
S792f
1996

Stanton, William J.

Fundamentos de marketing / William J., Stanton; Michael J., Etzel; Bruce J., Walker; tr. Rosa María, Rosas Sánchez; rev. téc. Ezequiel, Teyssier Mont; rev. téc. Salvador, Mercado Villagra
-- 10th ed., 6a ed. en español. --México : Editorial McGraw-Hill, 1996
xxix, 885 p. : il
Incluye casos, glosario e índices
MERCADEO - FUNDAMENTOS / PRODUCTOS NUEVOS / POLITICA DE PRECIOS / ANALISIS DE MERCADEO
Etzel, Michael J.; Walker, Bruce J.; Rosas Sánchez, Rosa Maríatr.; Teyssier Mont, Ezequielrev. téc.;
Mercado Villagra, Salvadorrev. téc.
ISBN: 970-10-0894-4
Existencias: G - 049079 Ej.1 G - 050601 Ej.2 G - 050602 Ej.3

GENERAL

658.8
K87d
1993

Kotler, Philip

Dirección de la mercadotecnia : análisis, planeación, implementación y control / Philip, Kotler; tr. Eugenia, Rosete Solís; tr. Mercedes, Córdoba y Magro; rev. téc. Florentino, Velázquez
-- 7th ed. act., 1a ed. en español. --México : Prentice-Hall Hispanoamericana, 1993
xxvi, 843 p. : il
Incluye resumen en cada capítulo e índices
MERCADEO / PLANIFICACION DEL MERCADO / ADMINISTRACION DE MERCADEO / ESTRATEGIA DE
MERCADEO / ESTUDIOS DE MERCADO
Rosete Solís, Eugeniatr.; Córdoba y Magro, Mercedestr.; Velázquez, Florentinorev. téc.
ISBN: 968-880-285-9
Existencias: G - 049080 Ej.1 G - 056093 Ej.2

GENERAL

658.81
S364m

Schoell, William F.

Mercadotecnia : conceptos y prácticas modernas / William F., Schoell; Joseph P., Gultinan; tr. Leonora Catalina, Sánchez Fonseca; rev. téc. Cleotilde, Hernández Garnica
-- 3rd ed., 1a ed. en español. --México : Prentice-Hall Hispanoamericana, 1991
xxv, 822 p. : il
Incluye caso de comprensión en cada sección, glosario, notas y créditos e índices
MERCADEO / ADMINISTRACION DE MERCADEO / PROMOCION DE VENTAS
Gultinan, Joseph P.; Sánchez Fonseca, Leonora Catalinatr.; Hernández Garnica, Cleotilderev. téc.
ISBN: 968-880-186-0
Existencias: G - 049081 Ej.1

GENERAL

658

W419a

Wehrich, Heinz

Administración : una perspectiva global / Heinz, Wehrich; Harold, Koontz; tr. Julio, Coro Pando; rev. téc.

Luis Fernando, Cabrera Mir

-- 5a ed. 10th ed. --México : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1994

xxxiv, 745 p. : il

Incluye conclusiones, referencias, glosario e índices

ADMINISTRACION DE EMPRESAS EN COLOMBIA / ADMINISTRACION DE EMPRESAS EN JAPON /
ADMINISTRACION DE EMPRESAS EN ESTADOS UNIDOS / ADMINISTRACION DE EMPRESAS EN CHINA /
ADMINISTRACION DE EMPRESAS EN MEXICO / ADMINISTRACION DE EMPRESAS EN ESPAÑA / PROCESOS DE LA
EMPRESA

Koontz, Harold; Coro Pando, Juliotr.; Cabrera Mir, Luis Fernandorev. téc.

ISBN: 970-10-0353-5

Existencias: G - 004252 Ej.1

GENERAL

658.9161

C834a

Cosials i Pueyo, Delfi

Admisiones hospitalarias / Delfi, Cosials i Pueyo

. --Barcelona : Mosby ; Doyma Libros, 1995

xiv, 172 p. : il

Incluye bibliografías, anexo e índice

UNIDAD DE ADMISIONES / ADMINISTRACION HOSPITALARIA

ISBN: 84-8174-080-2

Existencias: G - 049089 Ej.1 G - 049090 Ej.2 G - 056096 Ej.3

GENERAL

658.5

E56l

Encuentro : Logística 95 (3§ : 1995 Abr. 24-25 : Centro de Convenciones Gonzalo Jiménez de Quesada, Santafé de Bogotá)

Logística 95 : planeación de producción. Almacenamiento, transporte y distribución. Ventas, control de inventarios. Entregas, servicio al cliente / Encuentro :

. --Santafé de Bogotá : Instituto Colombiano de Codificación y Automatización Comercial-IAC ;

Andersen Consulting, 1995

p. irr. : il

Con. : Diagnóstico sobre la situación y perspectivas de la logística en Colombia en el sector de consumo masivo / Rafael Flórez, Charles Ball -- Ventajas competitivas a través de la logística y el servicio al cliente / Oscar Spessoto -- Logística y ECR (Respuesta Eficiente al Consumidor) / Enrique Luque Carulla -- Mecanización y automatización en el proceso de separación de pedidos a clientes / Luis Eduardo Torres -- Cómo lograr la evolución de la logística en Colombia? / José Luis Gonzáles Hernández -- Cuánto cuesta transportar ? / Gladys Ramírez

ADMINISTRACION DE LA PRODUCCION / CONSUMO (ECONOMIA) - COLOMBIA / CALIDAD DE LOS PRODUCTOS / SERVICIO AL CLIENTE / ALMACENAMIENTO Y TRANSPORTE COMERCIAL / CONTROL DE INVENTARIOS

Existencias: G - 049390 Ej.1

GENERAL

658.5

S623

Situación y perspectivas de la logística en Colombia para el sector de consumo masivo : logística. --Santafé de Bogotá : Instituto Colombiano de Codificación y Automatización Comercial-IAC ; Andersen Consulting, 1995

102 p. : il

Incluye anexos

ADMINISTRACION DE LA PRODUCCION / CONSUMO (ECONOMIA) - COLOMBIA / CALIDAD DE LOS PRODUCTOS / SERVICIO AL CLIENTE / ALMACENAMIENTO Y TRANSPORTE COMERCIAL / CONTROL DE INVENTARIOS

Existencias: G - 049391 Ej.1

GENERAL

658.0182

M537e

Mendenhall, William

Estadística para administradores / William, Mendenhall; tr. Dirck, Valckx Verbeeck; rev. téc. María, Bruna Anzures; rev. gral. Francisco, Paniagua Bocanegra

. --México : Grupo Editorial Iberoamérica, 1990

xviii, 817 p. : il

Incluye apéndice, respuestas a ejercicios seleccionados e índice

ESTADISTICA PARA ADMINISTRADORES / ESTADISTICA MATEMATICA / MUESTREO (ESTADISTICA) /

PROBABILIDADES

Valckx Verbeeck, Dircktr.; Bruna Anzures, Maríarev. téc.; Paniagua Bocanegra, Franciscorev. gral.

ISBN: 968-7270-56-X

Existencias: G - 049424 Ej.1

GENERAL

658.409

C873s

1996

Covey, Stephen R.

<Los <7=siete hábitos de la gente altamente efectiva : la revolución ética en la vida cotidiana y en la empresa / Stephen R., Covey; tr. Jorge, Piatigorsky

-- 7a ed. --Barcelona : Ediciones Paidós, 1996

440 p. : il

Colección Paidós Empresa ; no. 16

Incluye apéndices

EXITO / LIDERAZGO / HABITO / RENDIMIENTO INDUSTRIAL

Piatigorsky, Jorge, tr.

ISBN: 84-7509-835-5

Existencias: G - 049467 Ej.1

GENERAL

658.514

N899

Notas para un diálogo urgente -- 2a ed. --Caracas : Editorial Enedé, 1994

258 p. : il., mapas

2§ aniversario del Programa Bolívar de integración tecnológica regional, innovación y competitividad industrial

INTEGRACION ECONOMICA INTERNACIONAL / RELACION UNIVERSIDAD-EMPRESA / COMPETITIVIDAD - AMERICA LATINA / MICROEMPRESAS - AMERICA LATINA / INNOVACIONES TECNOLOGICAS - AMERICA LATINA / PLANIFICACION REGIONAL - AMERICA LATINA

ISBN: 980-07-1889-3

Existencias: G - 049490 Ej.1

GENERAL

658.4062

M636p

Miklos, Tomás

Planeación prospectiva : una estrategia para el diseño del futuro / Tomás, Miklos; María Elena, Tello

. --México : Editorial Limusa ; Grupo Noriega Editores, 1991 (impresión de 1995)

204 p. : il

En la portada : Centro de Estudios Prospectivos de la Fundación Javier Barros Sierra

Incluye anexos y bibliografía

PROSPECTIVA / PLANIFICACION ESTRATEGICA / SIGLO XXI - PREDICCIONES

Tello, María Elena

ISBN: 968-18-3848-3

Existencias: G - 049520 Ej.4

GENERAL

658.017

O77h

Ortiz Ibarz, José María

La hora de la ética empresarial / José María, Ortiz Ibarz; pról. Emilio De, Ybarra Churruca

. --Madrid : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1995

xii, 172 p.

Serie McGraw-Hill de management

ETICA DE LOS NEGOCIOS / ADMINISTRADORES DE EMPRESAS - ETICA PROFESIONAL

Ybarra Churruca, Emilio De, pról.

ISBN: 84-481-0320-3

Existencias: G - 049523 Ej.1

658.017

B879e

Brown, Marvin T.

La ética en la empresa : estrategias para la toma de decisiones / Marvin T., Brown; tr. Jorge, Piatigorsky

. --Barcelona : Ediciones Paidós, 1992

278 p.

Colección Paidós Empresa ; no. 9

Incluye bibliografía e índice

ETICA DE LOS NEGOCIOS / ADMINISTRADORES DE EMPRESAS - ETICA PROFESIONAL / TOMA DE

DECISIONES / EFICIENCIA ORGANIZACIONAL

Piatigorsky, Jorge, tr.

ISBN: 84-7509-776-6

Existencias: P - 049524 Ej.1

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658.409

A341s

Albrecht, Karl

Servicio al cliente interno : cómo solucionar la crisis de liderazgo en la gerencia intermedia / Karl

Albrecht ; tr. Irene Cudich de Silbrleib. --

. --Barcelona : Ediciones Paidós, 1992 (impresión de 1995)

259 p. : il. --

Colección Paidós Empresa ; no. 7

Incluye índice

CALIDAD TOTAL EN SERVICIOS / SERVICIO AL CLIENTE / ADMINISTRACION DE SERVICIOS / RELACIONES

INDUSTRIALES

Cudich de Silbrleib, Irene , tr.

ISBN: 84-7509-749-9

Existencias: CT - 049525 Ej.3

GENERAL

658.8

M135a

McDonald, Malcolm H. B.

La auditoría de marketing : cómo pasar de la teoría a la práctica del marketing / Malcolm H. B.,

McDonald; John W., Leppard; tr. Claudio L., Soriano Soriano

. --Madrid : Díaz de Santos, 1994

xii, 285 p. : il

Incluye índice

ADMINISTRACION DE MERCADEO / MERCADEO / PLANIFICACION DEL MERCADO / ESTRATEGIAS DE

MERCADEO / PUBLICIDAD

Leppard, John W.; Soriano Soriano, Claudio L.tr.

ISBN: 84-798-173-4

Existencias: G - 049528 Ej.1

GENERAL

658.83

J35i

Jany Castro, José Nicolás

Investigación integral de mercados : un enfoque operativo / José Nicolás, Jany Castro; rev. téc.
Roberto, Rosero Hinestroza
. --Santafé de Bogotá : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1994
xiv, 271 p. : il
Incluye apéndices, glosario, bibliografía e índice
ESTUDIOS DE MERCADO / ANALISIS DE MERCADEO / MUESTREO - FUNDAMENTOS
Rosero Hinestroza, Roberto, rev. téc.
ISBN: 958-600-229-2
Existencias: G - 049529 Ej.1 G - 049530 Ej.2 G - 052584 Ej.3

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658.4032

B664s

Bocchino, William A.

Sistemas de información para la administración : técnicas e instrumentos / William A. Bocchino ; tr.
Agustín Contin S.; rev. téc. José Luis Mora Castro. --
-- 2a ed. -- . --México : Editorial Trillas, 1990 (impresión de 1995)
403 p. : il. --
Biblioteca de Ciencias de la administración
Incluye referencias bibliográficas
SISTEMAS DE INFORMACION EN ADMINISTRACION / ADMINISTRACION-SISTEMAS DE INFORMACION
Contin S., Agustín, tr.; Mora Castro, José Luis, rev. téc.
ISBN: 968-24-3377-0
Existencias: CT - 049531 Ej.4 CT - 049532 Ej.5 CT - 034453 Ej.6

GENERAL

658.81

A372m

Alet, Josep

Marketing directo integrado / Josep, Alet
-- 2a ed. amp. --Barcelona : Ediciones Gestión 2000, 1994
264 p. : il
Incluye epílogo
MERCADEO / VENDEDORES Y ARTE DE VENDER / VENTA DIRECTA
ISBN: 84-8088-045-7
Existencias: G - 049535 Ej.1

GENERAL

659.1

M475m

Mazarrasa, Miguel

Marketing y calidad total : imagen de calidad y comunicación / Miguel, Mazarrasa
. --Barcelona : Ediciones Gestión 2000, 1994
161 p. : il
Incluye resumen en cada capítulo, ejemplos y bibliografía
IMAGEN Y DISEÑO CORPORATIVO / COMUNICACION EN MERCADEO / MARCAS DE EMPRESAS /
CONTROL DE CALIDAD
ISBN: 84-8088-018-X
Existencias: G - 049536 Ej.1

GENERAL

658.4062

M346p

Makridakis, Spyros G.

Pronósticos : estrategia y planificación para el siglo XXI / Spyros G., Makridakis
. --Madrid : Díaz de Santos, 1993
xvi, 319 p.
Incluye apéndice, notas e índice
PRONOSTICO DE LOS NEGOCIOS / PLANEACION ESTRATEGICA - SIGLO XXI / SIGLO XXI - PREDICCIONES
ISBN: 84-7978-037-1
Existencias: G - 049537 Ej.1 G - 050158 Ej.2 G - 058426 Ej.3

GENERAL

658.9164

M586t

Mestres Soler, Juan R.

Técnicas de gestión y dirección hotelera / Juan R., Mestres Soler

. --Barcelona : Ediciones Gestión 2000, 1995

16, 397 p. : il

Incluye bibliografía y apéndice

ADMINISTRACION HOTELERA / ORGANIZACION INDUSTRIAL / HOTELES - ORGANIZACION

ISBN: 84-8088-091-0

Existencias: G - 049545 Ej.1

GENERAL

658.4

R173a

Ramírez Cavassa, César

Administración industrial : alternativa para la gerencia técnica / César, Ramírez Cavassa. --

. --México : Editorial Limusa ; Grupo Noriega Editores, 1991 (impresión de 1993)

658 p. : il

Incluye bibliografía

ADMINISTRACION INDUSTRIAL / ORGANIZACION INDUSTRIAL / ADMINISTRACION DEL TRABAJO

ISBN: 968-18-4060-7

Existencias: G - 049555 Ej.1 G - 054824 Ej.2 G - 054825 Ej.3 G - 065204 Ej.4 G - 065205

Ej.5

GENERAL

658.8

A836w

Asman, David

The Wall Street Journal : temas de sinergia / David, Asman; tr. Jesús, Villamizar Herrera; rev. téc.

Humberto, Serna Gómez

. --Santafé de Bogotá : Legis, 1991

xiv, 295 p.

Serie Empresarial

MERCADEO - CASOS / MOTIVACION DEL EMPLEADO / RENDIMIENTO INDUSTRIAL - CASOS

Villamizar Herrera, Jesússtr.; Serna Gómez, Humberto rev. téc.

ISBN: 958-653-20-5

Existencias: G - 049556 Ej.1 G - 049557 Ej.2 G - 049558 Ej.3

GENERAL

658.402

Q7

Senge, Peter M.

La quinta disciplina en la práctica : cómo construir una organización inteligente / Peter M., Senge;

Charlotte, Roberts; Richard B., Ross; Bryan J., Smith; Art, Kleiner; tr. Carlos, Gardini

. --Barcelona : Ediciones Granica, 1995

xiii, 593 p. : il

Colección Management

Incluye índice

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL / TRABAJO EN EQUIPO / DISCIPLINA LABORAL / EFICIENCIA

ORGANIZACIONAL / GRUPOS DE TRABAJO

Roberts, Charlotte; Ross, Richard B.; Smith, Bryan J.; Kleiner, Art; Gardini, Carlostr.

ISBN: 84-7577-393-1

Existencias: G - 049567 Ej.1 G - 036740 Ej.2 G - 063317 Ej.3

GENERAL

658.406

A311g

Aït-El-Hadj, Smaïl

Gestión de la tecnología : la empresa ante la mutación tecnológica / Smaïl, Aït-El-Hadj; rev. y adap.

Emil, Herbolzheimer

. --Barcelona : Ediciones Gestión 2000, 1990

256 p. : il
Incluye conclusión y bibliografías
EMPRESAS - INNOVACIONES TECNOLOGICAS / PLANIFICACION ESTRATEGICA / INNOVACIONES
TECNOLOGICAS / CAMBIO ORGANIZACIONAL
Herbolzheimer, Emil, rev. y adap.
ISBN: 84-86703-31-X
Existencias: G - 049568 Ej.1

GENERAL

658.15
B694a

Bolten, Steven E.

Administración financiera / Steven E., Bolten; colab. en tr. Ricardo, Calvet Pérez; rev. Luis, Porrugas Ruiz
. --México : Editorial Limusa ; Grupo Noriega Editores, 1994
895 p. : il
Incluye bibliografías e índices
ADMINISTRACION FINANCIERA / PROYECTOS DE INVERSION / COSTOS DE CAPITAL
Calvet Pérez, Ricardocolab. en tr.; Porrugas Ruiz, Luisrev.
ISBN: 968-18-1272-7
Existencias: G - 049569 Ej.1

GENERAL

658.409
G825a

Grellier, Christian

Administración con sentido común / Christian Grellier ; vers. esp. Lisy Gómez. --
. --México : Editorial Limusa ; Grupo Noriega Editores, 1993.
170 p. : il.
Incluye conclusión, anexos y bibliografía
ADMINISTRACION DE EMPRESAS / RENDIMIENTO INDUSTRIAL / LIDERAZGO
Gómez, Lisy , vers. esp.
ISBN: 968-18-4510-2
Existencias: G - 049570 Ej.1 G - 065314 Ej.2 G - 065315 Ej.3

GENERAL

658.041
A637d
1996

Anzola Rojas, Sérvulo

De la idea a tu empresa : una guía para emprendedores / Sérvulo, Anzola Rojas
-- 2a ed. --México : Editorial Limusa ; Grupo Noriega Editores, 1996
249 p. : il
Incluye conclusiones y anexos
EMPRESARIOS / MICROEMPRESAS - ADMINISTRACION / MICROEMPRESAS - CREACION
ISBN: 968-18-5356-3
Existencias: G - 049686 Ej.1

GENERAL

658.1513
O77a
1996

Ortiz Anaya, Héctor

Análisis financiero aplicado : con ajustes por inflación / Héctor, Ortiz Anaya
-- 9a ed. --Santafé de Bogotá : Universidad Externado de Colombia, 1996
727 p.
Incluye anexos, bibliografías y apéndice
ANALISIS FINANCIERO / FINANZAS - COLOMBIA / ESTADOS FINANCIEROS - COLOMBIA / INDICADORES
FINANCIEROS / FLUJO DE CAPITALES
ISBN: 958-616-011-4
Existencias: G - 049689 Ej.1 G - 049690 Ej.2 G - 049691 Ej.3

GENERAL

658.402

S476q

Senge, Peter M.

La quinta disciplina : cómo impulsar el aprendizaje en la organización inteligente / Peter M., Senge; tr. Carlos, Gardini

. --Barcelona : Ediciones Juan Granica, 1992 (impresión de 1995)

490 p. : il

Colección Management y contexto

Incluye apéndices e índice

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL / ORGANIZACION INDUSTRIAL - SIGLO XXI / TRABAJO EN EQUIPO / DISCIPLINA LABORAL

Gardini, Carlos, tr.

ISBN: 84-7577-351-6

Existencias: G - 049718 Ej.4

GENERAL

658.4

T468d

Thompson, Arthur A.

Dirección y administración estratégicas / Arthur A., Thompson; A.J., Strickland; vers. esp. Patricia, Ibarra Colado; ver.esp. Miguel Angel, Sánchez Carrión; colab. Joan María, Amat i Salas

-- ed. especial en español. --México : Irwin, 1994 (impresión de 1995)

3 v. : il

Incluye índices

ADMINISTRACION DE EMPRESAS / CASOS EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS / PLANEACION ESTRATEGICA

Strickland, A.J.; Ibarra Colado, Patricia; vers. esp.: Sánchez Carrión, Miguel Angel; ver.esp.: Amat i Salas, Joan María; colab.

ISBN: 84-8086-183-5

Existencias: G - 049719 Ej.3 v.1 G - 049720 Ej.3 v.2 G - 049721 Ej.3 v.3

GENERAL

658.4062

S471m

Seminario Taller Actualización en Prospectiva (1§ : 1995 dic. 11-12 : Chía, Colombia)

Memorias / 1995 dic. 11-12 : Seminario Taller Actualización en Prospectiva (1§ :

. --Santafé de Bogotá : Ediciones Universidad de La Sabana, 1995

p. irr. : il

PROSPECTIVA - CONGRESOS, CONFERENCIAS, ETC. / SIGLO XXI - PREDICCIONES / PLANIFICACION ESTRATEGICA

Existencias: G - 049727 Ej.1

GENERAL

658.3151

G621w

Goldratt, Eliyahu M.

What is this thing called theory of constraints and how should it be implemented? / Eliyahu M., Goldratt

. --Croton-On-Hudson, N.Y. : North River Press, 1990

161 p.

Incluye apéndices

TOMA DE DECISIONES / PSICOLOGIA INDUSTRIAL / RELACIONES INDUSTRIALES / REINGENIERIA / CONSENSO (CIENCIAS SOCIALES)

ISBN: 88427-085-8

Existencias: G - 049736 Ej.1

GENERAL

658.4

R846o

Rothery, Brian

Outsourcing / Brian, Rothery; Ian, Robertson

. --México : Editorial Limusa ; Grupo Noriega Editores, 1996

xi, 231 p. : il
Incluye apéndices e índice
OUTSOURCING / BENCHMARKING / ADMINISTRACION DE EMPRESAS
Robertson, Ian
ISBN: 968-18-5312-1
Existencias: G - 049753 Ej.1 G - 049754 Ej.2 G - 053447 Ej.3

GENERAL

658.8
M116m

McCarthy, Eugene Jerome
Marketing : teoría y práctica / Eugene Jerome, McCarthy; William D., Perreault; tr. María Elena, Rosas Sánchez; rev. téc. Carlos, Sedorio Martínez; rev. téc. Jesús, Vázquez Llorens
. --México : Irwin, 1996
3 v. : il
1a ed. en español de la 11a ed. en inglés
Incluye casos, notas, índices y glosario
MERCADEO / MERCADEO - TOMA DE DECISIONES / PRODUCTOS NUEVOS / PLANIFICACION
ESTRATEGICA / PROMOCION DE VENTAS / PUBLICIDAD / CASOS EN MERCADEO
Perreault, William D.; Rosas Sánchez, María Elenatr.; Sedorio Martínez, Carlosrev. téc.; Vázquez Llorens, Jesúsrev. téc.
ISBN: 84-8086-180-0
Existencias: G - 049755 v.1 G - 049756 v.2 G - 049757 v.3

GENERAL

658.406
A191r

Adair, John
El reto gerencial de la innovación / John, Adair; tr. Jesús, Villamizar Herrera; ases. y rev.téc. Humberto, Serna Gómez
. --Santafé de Bogotá : Legis, 1992
x, 159 p.
Serie Empresarial
Incluye conclusión e índice
CAMBIO ORGANIZACIONAL / INNOVACIONES TECNOLOGICAS / APTITUD CREADORA / EXITO EN LOS
NEGOCIOS / PENSAMIENTO CREATIVO (ADMINISTRACION DE EMPRESAS)
Villamizar Herrera, Jesústr.; Serna Gómez, Humbertoases. y rev.téc.
ISBN: 958-653-035-3
Existencias: G - 049771 Ej.1 G - 049772 Ej.2 G - 049893 Ej.3

GENERAL

658.02208
C724c

Coltman, Michael M.
Cómo iniciar y administrar un negocio minorista / Michael M., Coltman; tr. Carlos, Restrepo
. --Barcelona : Norma, 1993
xvi, 204 p.
Colección Pequeñas empresas grandes negocios
Incluye índice de ejemplos
NEGOCIOS PEQUEÑOS - ADMINISTRACION / PEQUEÑA INDUSTRIA - INICIOS / COMERCIO MINORISTA
Restrepo, Carlos, tr.
ISBN: 958-04-2053-X
Existencias: G - 049773 Ej.1 G - 049774 Ej.2 G - 049775 Ej.3

GENERAL

658.402
B788b

Boxwell, Robert J.
Benchmarking para competir con ventaja / Robert J., Boxwell; tr. Isabel, Vallecillo Rubiera; tr. Bárbara, McShane; rev.téc. José Ramón, Zaratiegui
. --Santafé de Bogotá : Editorial McGraw-Hill, 1995
xv, 203 p. : il

Colección Nuevos temas empresariales : management siglo XXI
Incluye apéndices e índice
ADMINISTRACION DE EMPRESAS / CALIDAD TOTAL EN MERCADEO / BENCHMARKING / PLANIFICACION
ESTRATEGICA
Vallecillo Rubiera, Isabeltr.; McShane, Bárbaratr.; Zaratiegui, José Ramónrev.téc.
ISBN: 958-600-493-7
Existencias: G - 049776 Ej.1

GENERAL

650.1
F947c

Fry, Ron

Cómo estudiar y aprender a administrar el tiempo / Ron, Fry; tr. Enrique, Mercado
. --Azcapotzalco : Editorial Patria, 1992
144 p.
Serie Cómo estudiar
En la carátula: Mejores métodos, mejores estudios
ADMINISTRACION DEL TIEMPO / PLANEACION / MOTIVACION
Mercado, Enrique, tr.
ISBN: 968-39-0518-8
Existencias: G - 049777 Ej.1

GENERAL

658.81
M439t

Matthews, Jack L.

Todos a vender : cómo convertir su empresa en una máquina de marketing / Jack L., Matthews; tr.
Teresa, Niño Torres; ases. y rev.tec. Humberto, Serna Gómez
. --Santafé de Bogotá : Legis, 1994
xii, 289 p.
Serie empresarial
Incluye índice
VENDEDORES Y ARTE DE VENDER / ADMINISTRACION DE MERCADEO
Niño Torres, Teresatr.; Serna Gómez, Humbertoases. y rev.tec.
ISBN: 958-653-086-8
Existencias: G - 049778 Ej.1 G - 049779 Ej.2

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658.562
J13i

Jackson, Peter

ISO 9000 BS 5750 : implemente calidad de clase mundial / Peter Jackson y David Ashton. --
. --México : Editorial Limusa ; Grupo Noriega Editores, 1996.
240 p. : il.
Incluye apéndices e índice
CALIDAD TOTAL-NORMAS / CONTROL DE CALIDAD / BS 5750
Ashton, David
ISBN: 968-18-4935-3
Existencias: CT - 049764 Ej.1 CT - 049765 Ej.2

GENERAL

658.4013
R667c

Robson, Mike

Círculos de calidad en acción / Mike, Robson
. --México : Ventura Ediciones, 1992
xiv, 140 p. : il
Incluye resúmenes
PARTICIPACION EN LA ADMINISTRACION DE EMPRESAS / CIRCULOS DE CALIDAD / CASOS EN
ADMINISTRACION DE EMPRESAS
ISBN: 968-6346-37-6
Existencias: G - 049787 Ej.1 G - 049788 Ej.2 G - 049789 Ej.3

GENERAL

658.406
B496ch

Berger, Lance A.

The change management handbook : a road map to corporate transformation / Lance A., Berger; Martin J., Sikora; Dorothy R., Berger
. --New York : Irwin Professional Publishing, 1994
xxvi, 489 p. : il
Incluye índice
CAMBIO ORGANIZACIONAL - MANUALES
Sikora, Martin J.; Berger, Dorothy R.
ISBN: 1-55623-975-0
Existencias: G - 049793 Ej.1

GENERAL

658.42
S822p

Steiner, George Albert

Planificación de la alta dirección / George Albert, Steiner; tr. Agustín, Gil Lasierra
-- 4a ed. --Pamplona : EUNSA, 1994
2 v. : il
Colección Manuales IESE
ADMINISTRACION INDUSTRIAL / PLANIFICACION INDUSTRIAL
Gil Lasierra, Agustín, tr.
ISBN: 84-313-0599-1 (O.C.)
Existencias: G - 049794 v.1 G - 049795 v.2

GENERAL

658.409
C565l

Ciampa, Dan

Liderazgo industrial / Dan, Ciampa; tr. Jesús, Villamizar Herrera; rev. téc. Humberto, Serna Gómez
. --Bogotá : Legis, 1990 (impresión de 1991)
209 p. : il
Serie Empresarial
Incluye índice
LIDERAZGO / CLIMA ORGANIZACIONAL / CALIDAD TOTAL / ADMINISTRACION INDUSTRIAL
Villamizar Herrera, Jesústr.; Serna Gómez, Humbertorev. téc.
ISBN: 958-9042-63-5
Existencias: G - 049796 Ej.2 G - 049797 Ej.3 G - 049798 Ej.4

GENERAL

658.40019
W896p

Woods, Mike

Psicología de la dirección : guía de perfeccionamiento de las técnicas de dirección para gerentes recién nombrados / Mike, Woods; tr. Esperanza, Pérez
. --Barcelona : Plaza y Janés, 1990
235 p. : il
Colección Gestión e innovación
ADMINISTRACION DE EMPRESAS - ASPECTOS PSICOLOGICOS / PSICOLOGIA INDUSTRIAL / MOTIVACION DEL EMPLEADO / COMUNICACION - ASPECTOS PSICOLOGICOS
Pérez, Esperanza, tr.
ISBN: 84-01-36122-2
Existencias: G - 049801 Ej.1

GENERAL

658.42
V222r

Vancil, Richard F.

Relevo en la alta dirección : el proceso de sucesión del CEO / Richard F., Vancil; tr. Lionello, Petri García
. --Barcelona : Plaza y Janés, 1990
312 p. : il
Colección Gestión e innovación
Incluye apéndices
ADMINISTRACION DE EMPRESAS / SELECCION DE PERSONAL / SUCESION DE CARGOS
Petri García, Lionello, tr.
ISBN: 84-01-36119-2
Existencias: G - 049802 Ej.1

GENERAL

658.409
M913c

Moss Kanter, Rosabeth
Cuando los gigantes aprenden a bailar / Rosabeth, Moss Kanter; tr. Adolfo, Martin
. --Barcelona : Plaza y Janés, 1990
408 p.
Colección Gestión e innovación
Incluye notas, agradecimientos e índice
ESTRATEGIA DE MERCADEO / COMPETENCIA INDUSTRIAL / ADMINISTRACION DE EMPRESAS / DISEÑO DE PUESTOS DE TRABAJO
Martin, Adolfo, tr.
ISBN: 84-01-36120-6
Existencias: G - 049804 Ej.1

GENERAL

658.8
E12m

Earls, Gerard
El mercadeo en acción : una guía paso por paso para las empresas nuevas / Gerard, Earls; Patrick, Forsyth; tr. María Teresa, Carter Bartlett
. --México : Ventura Ediciones, 1991
210 p. : il
Incluye índice
MERCADEO / PLANIFICACION DEL MERCADO / ESTRATEGIA DE MERCADEO
Forsyth, Patrick; Carter Bartlett, María Teresatr.
ISBN: 968-6346-16-3
Existencias: G - 049823 Ej.1 G - 049824 Ej.2 G - 049825 Ej.3

GENERAL

658.81
F342d

Fenton, John
De la "A" a la "Z" en dirección de ventas / John, Fenton; tr. María Teresa, Carter Bartlett
. --México : Ventura Ediciones, 1992
xii, 131 p. : il
VENDEDORES Y ARTE DE VENDER / VENTAS - DIRECCION Y ADMINISTRACION
Carter Bartlett, María Teresa, tr.
ISBN: 968-6346-31-7
Existencias: G - 049826 Ej.1 G - 049827 Ej.2 G - 049828 Ej.3

GENERAL

658.8
W751g

Wilson, Mike
Gerencia de mercadotecnia / Mike, Wilson; tr. María Teresa, Carter Bartlett
. --México : Ventura Ediciones, 1992
xvii, 226 p. : il
Incluye epílogo, lista de libros e índice
ADMINISTRACION DE MERCADEO / PLANIFICACION DE MERCADO
Carter Bartlett, María Teresa, tr.

ISBN: 968-6346-27-9

Existencias: G - 049829 Ej.1 G - 049830 Ej.2 G - 049831 Ej.3

GENERAL

658.022

O32m

Oficina Internacional del Trabajo

Mejore su negocio : manual / Oficina Internacional del Trabajo

. --México : Alfaomega, 1995

ix, 131 p. : il

Incluye epílogo

ADMINISTRACION DE EMPRESAS - MANUALES / MICROEMPRESAS - DIRECCION Y ADMINISTRACION

ISBN: 970-15-0008-3

Existencias: G - 049835 Ej.1 G - 049836 Ej.2

GENERAL

658.81

O77c

Ortiz Verhooq, Nelson

Cómo vender más / Nelson, Ortiz Verhooq

. --México : Ventura Ediciones, 1990

88 p.

VENTAS - DIRECCION Y ADMINISTRACION / VENDEDORES Y ARTE DE VENDER

ISBN: 968-6346-15-5

Existencias: G - 049839 Ej.1 G - 049840 Ej.2

GENERAL

658.46

O32c

Organización Internacional del Trabajo

La consultoría de empresas : guía para la profesión / Organización Internacional del Trabajo

-- 2a ed. rev. --México : Editorial Limusa ; Grupo Noriega Editores, 1995

656 p.

Incluye apéndices e índice alfabético

ASESORES DE EMPRESAS - MANUALES / CONSULTORIA DE EMPRESAS COMO PROFESION

ISBN: 968-18-5253-3

Existencias: G - 049844 Ej.1

GENERAL

658.4

M972c

Murata, Kazuo

Cómo implantar en occidente los métodos japoneses de gerencia / Kazuo, Murata; Alan, Harrison; tr.

Jesús, Villamizar Herrera; ases., rev. tec. Humberto, Serna Gómez

. --Santafé de Bogotá : Legis, 1991

136 p. : il

Serie Empresarial

Incluye puntos claves, resúmen, glosario e índice

ADMINISTRACION INDUSTRIAL - JAPON / COMUNICACION ORGANIZACIONAL / ORGANIZACION

INDUSTRIAL - JAPON / CIRCULOS DE CALIDAD

Harrison, Alan; Villamizar Herrera, Jesús; tr.; Serna Gómez, Humberto; ases., rev. tec.

ISBN: 958-653-021-3

Existencias: G - 049845 Ej.1 G - 049846 Ej.2 G - 049847 Ej.3

GENERAL

650.1

T564a

Tierno Jiménez, Bernabé

-Atrévete a triunfar! / Bernabé, Tierno Jiménez

. --Barcelona : Plaza y Janés, 1996

183 p. : il
Incluye bibliografía
EXITO / RENDIMIENTO / AUTOESTIMA / AUTORREALIZACION (PSICOLOGIA) / TRABAJO EN EQUIPO
ISBN: 84-01-37561-4
Existencias: G - 050021 Ej.1

GENERAL

658.4
B879m

Brown, Stanley M.

Manual del director de empresa / Stanley M., Brown; tr. y colab. Lillian, Doris; colab. Edith J., Friedman; colab. John D., Smyers; colab. Bertrand R., Canfield

-- 4th ed. 2a ed. --México : Editorial Limusa ; Grupo Noriega Editores, 1992 (impresión de 1993)

lv, 1501 p. : il

A la cabeza de la carátula : Clásicos

Incluye glosario e índice

ADMINISTRACION DE EMPRESAS - MANUALES / DIRECTORES DE COMPAÑIAS - MANUALES / VENTAS - DIRECCION Y ADMINISTRACION / ADMINISTRACION DE OFICINAS / CORRESPONDENCIA COMERCIAL / COMERCIO - PROTECCION / POLIZAS DE SEGUROS - LEGISLACION / CONTABILIDAD / COBRO DE CUENTAS / CREDITO / MATEMATICAS FINANCIERAS

Doris, Lilliantr. y colab.; Friedman, Edith J.colab.; Smyers, John D.colab.; Canfield, Bertrand R.colab.

ISBN: 968-18-4024-0

Existencias: G - 049891 C

GENERAL

658.31
L886g

Louart, Pierre

Gestión de los recursos humanos / Pierre, Louart; tr. Florentino, Heras

. --Barcelona : Ediciones Gestión 2000 ; Eyrolles, 1994

262 p.

Colección Gestión

Incluye resumen de cada capítulo, lecturas complementarias y palabras claves

ADMINISTRACION DE PERSONAL / RECURSOS HUMANOS / ANALISIS OCUPACIONAL / CONTRATACION / COMUNICACION ORGANIZACIONAL / HUMANIZACION DEL TRABAJO

Heras, Florentino, tr.

ISBN: 84-8088-019-8

Existencias: G - 049910 Ej.1

GENERAL

659.2
C341

Barquero Cabrero, José Daniel, Dir. y coord.

Casos prácticos de relaciones públicas / Dir. y coord. José Daniel, Barquero Cabrero

. --Barcelona : Ediciones Gestión 2000 ; Escuela Superior Empresarial de Relaciones Públicas-ESERP, 1995

385 p. : il

Colección Universitaria ESERP

RELACIONES PUBLICAS / CASOS EN RELACIONES PUBLICAS

ISBN: 84-8088-087-2

Existencias: G - 049911 E.1

GENERAL

658.8343
B877g

Brown, Andrew

Gestión de la atención al cliente / Andrew, Brown

. --Madrid : Díaz de Santos, 1992

x, 133 p. : il

Incluye bibliografía e índice

SERVICIO AL CLIENTE / CALIDAD TOTAL EN SERVICIOS / GERENCIA DEL SERVICIO

ISBN: 84-7978-033-9

Existencias: G - 049914 Ej.1

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658.8343
D685c

Donnelly, James H.

Cómo conquistar al cliente : 25 ideas para lograrlo / James H. Donnelly ; tr. María Victoria Arauz. --
. --Barcelona : Ediciones Paidós, 1992.

210 p. --

Colección Paidós Empresa ; no. 12

SERVICIO AL CLIENTE / SATISFACCION DEL CLIENTE / RELACIONES CON LOS CLIENTES

Arauz, María Victoria , tr.

ISBN: 84-7509-788-X

Existencias: CT - 049919 Ej.1

GENERAL

659.2
B627a

Black, Sam

ABC de las relaciones públicas : todos los secretos y fundamentos de las relaciones públicas, con
ejemplos reales / Sam, Black; tr. Aida, Santapau

. --Barcelona : Ediciones Gestión 2000, 1994

227 p. : il

Colección Universitaria ESERP

Incluye lecturas adicionales

RELACIONES PUBLICAS / PROPAGANDA / PUBLICIDAD / MERCADEO

Santapau, Aida, tr.

ISBN: 84-8088-053-8

Existencias: G - 049920 Ej.1 G - 049921 Ej.2

GENERAL

658.4062
G582d

Godet, Michel

De la anticipación a la acción : manual de prospectiva y estrategia / Michel, Godet; tr. Emilia, Pagés i
Buisán; tr. Jaime, Gavaldá Posiello

. --México : Alfaomega ; Marcombo Boixareu Editores, 1995

xviii, 360 p. : il

Colección Estrategia y gestión competitiva

Incluye bibliografía

PROSPECTIVA - MANUALES / PROSPECTIVA - METODOS / PLANEACION ESTRATEGICA

Pagés i Buisán, Emiliatr.; Gavaldá Posiello, Jaime tr.

ISBN: 970-15-0028-8

Existencias: G - 049932 Ej.1 G - 049933 Ej.2 G - 054792 Ej.3

GENERAL

659.1
A581c

Angeles, Juan de los

Creatividad publicitaria : concepto, estrategias y valoración / Juan de los, Angeles
. --Pamplona : EUNSA, 1996

180 p. : il

Colección Ciencias de la información ; no. 71

Incluye bibliografía

CREATIVIDAD EN PUBLICIDAD / PENSAMIENTO CREATIVO (PUBLICIDAD)

ISBN: 84-313-1386-2

Existencias: G - 049936 Ej.1

GENERAL

658.84
L191t

Lajouanie, Antoine

Telemarketing : el marketing por teléfono / Antoine, Lajouanie

-- 2a ed. --Barcelona : Ediciones Gestión 2000, 1993

126 p. : il

Incluye conclusión

VENTAS POR TELEFONO / CANALES DE COMUNICACION POR TELEFONO / ENCUESTAS TELEFONICAS

ISBN: 84-86703-04-2

Existencias: G - 049937 Ej.1

GENERAL

658.406

M285u

Manrique Ruiz, Francisco

Un cambio de época, no una época de cambios : la gerencia latinoamericana debe cambiar / Francisco, Manrique Ruiz; rev. téc. Roberto, Rosero Hinestroza; colab. Augusto, Pozo Pino; colab. Carlos, Dávila Ladron de Guevara; colab. Antonio, Paiva Reinoso

. --Santafé de Bogotá : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1996

xix, 283 p. : il

Incluye epílogo

CAMBIO ORGANIZACIONAL / DIRECTORES DE COMPAÑIAS - AMERICA LATINA / PLANEACION ESTRATEGICA

Rosero Hinestroza, Robertorev. téc.; Pozo Pino, Augustocolab.; Dávila Ladron de Guevara, Carloscolab.; Paiva Reinoso, Antonicolab.

ISBN: 958-600-503-8

Existencias: G - 049938 Ej.1 G - 049939 Ej.2

GENERAL

658.4092

C873l

Covey, Stephen R.

El liderazgo centrado en principios / Stephen R., Covey; tr. Orestes, Pantelides

. --Barcelona : Ediciones Paidós, 1993 (impresión de 1995)

460 p. : il

Colección Paidós Empresa ; no. 22

Incluye epílogo e índice

LIDERAZGO / RENDIMIENTO / CAMBIO ORGANIZACIONAL / DESARROLLO INDUSTRIAL

Pantelides, Orestes, tr.

ISBN: 84-7509-922-X

Existencias: G - 049940 Ej.1

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658.406

H873s

Hronec, Steven M.

Signos vitales : el empleo de las medidas del rendimiento, la calidad, el tiempo, y el coste para proyectar el futuro de la empresa / Steven M. Hronec ; tr. Francisco Ortiz Chaparro ; rev. téc. Arthur Andersen. --

. --Madrid : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1995.

ix, 300 p. : il.

Incluye referencias bibliográficas y lecturas recomendadas

RENDIMIENTO INDUSTRIAL / CAMBIO ORGANIZACIONAL / MEJORAMIENTO CONTINUO / CALIDAD TOTAL / CONTROL DE LA CALIDAD

Ortiz Chaparro, Francisco, tr.; Andersen, Arthur, rev. téc.

ISBN: 84-481-1731-X

Existencias: CT - 049941 Ej.1 CT - 049942 Ej.2

GENERAL

658.8

C359m

Cateora, Philip R.

Marketing internacional / Philip R., Cateora; vers. esp. Lino, Santacruz Moctezuma; colab. Pablo A., Muñoz Gallegos

-- 8a ed. --México : Irwin, 1995

xxiv, 863 p. : il
Incluye índices
MERCADO DE EXPORTACION / LIBRE COMERCIO / PLANIFICACION DEL MERCADO / CONTROL DE CALIDAD

Santacruz Moctezuma, Linovers. esp.; Muñoz Gallegos, Pablo A.colab.
ISBN: 84-8086-172-X

Existencias: G - 049946 Ej.1 G - 049947 Ej.2 G - 049948 Ej.3

GENERAL

658.409
E23c

Schlittler, Jaime, tr. Editores de Crisp Publications

Califique sus habilidades como gerente / tr. Jaime, Schlittler

. --México : Grupo Editorial Iberoamérica, 1994

vi, 104 p. : il

Serie 50 minutos

Incluye respuestas sugeridas a casos

APTITUD DE MANDO / PERFIL PROFESIONAL DEL GERENTE / DIRECTORES DE COMPAÑIAS

ISBN: 970-625-073-5

Existencias: G - 049957 Ej.1

GENERAL

658.84
A952n

Averill, Mary

Network marketing : el negocio con mayor proyección al futuro / Mary, Averill; Bud, Corkin; tr. Laura, Garibay Bellono

. --México : Grupo Editorial Iberoamérica, 1994

vii, 78 p. : il

Incluye conclusión

MERCADEO POR REDES / PROYECCION (MERCADEO) / NETWORK MARKETING

Corkin, Bud; Garibay Bellono, Lauratr.

ISBN: 970-625-083-2

Existencias: G - 049958 Ej.1

GENERAL

650.1
E23d

Carter Bartlett, María Teresa, tr. Editores de Crisp Publications

Doce pasos hacia la autosuperación : cómo prepararse para triunfar en los tiempos difíciles / tr. María Teresa, Carter Bartlett

. --México : Grupo Editorial Iberoamérica, 1992

iv, 107 p. : il

Incluye respuestas sugeridas para los casos

AUTOESTIMA / EXITO / RELACIONES HUMANAS / AUTORREALIZACION (PSICOLOGIA)

ISBN: 970-625-014-X

Existencias: G - 049959 Ej.1

GENERAL

658.81
M849p

Morgan, Rebecca L.

Profesionalismo en las ventas : secretos prácticos para vender con éxito. Métodos efectivos para incrementar las ventas / Rebecca L., Morgan

. --México : Grupo Editorial Iberoamérica, 1992

iv, 91 p. : il

Incluye bibliografía

VENDEDORES Y ARTE DE VENDER / EXITO EN LOS NEGOCIOS / PROFESIONALISMO EN VENTAS

ISBN: 968-7270-92-6

Existencias: G - 049960 Ej.1

GENERAL

650.1
P164c

Palladino, Connie D.

Cómo desarrollar la autoestima : guía para lograr el éxito personal / Connie D., Palladino; tr. María Teresa, Carter Bartlett
. --México : Grupo Editorial Iberoamérica, 1992
vi, 102 p. : il
Serie 50 minutos
AUTOESTIMA / EXITO
Carter Bartlett, María Teresa, tr.
ISBN: 970-625-010-7
Existencias: G - 049961 Ej.1

GENERAL

658.402
M179d

Maddux, Robert B.

Delegación eficaz de facultades : técnicas efectivas para impulsar el desempeño del empleo : Robert B., Maddux; tr. Héctor G., Tejera
. --México : Grupo Editorial Iberoamérica, 1992
iv, 71 p. : il
Serie 50 minutos
DELEGACION DE AUTORIDAD / SUPERVISION DE PERSONAL
Tejera, Héctor G., tr.
ISBN: 968-7270-90-X
Existencias: G - 049962 Ej.1

GENERAL

658.404
H424a

Haynes, Marion E.

Administración de proyectos : desde la idea hasta la implantación / Marion E., Haynes; tr. Héctor G., Tejera
. --México : Grupo Editorial Iberoamérica, 1992
iii, 85 p. : il
Serie 50 minutos
Incluye resumen
ADMINISTRACION DE PROYECTOS INDUSTRIALES / DIRECCION DE PROYECTOS
Tejera, Héctor G., tr.
ISBN: 970-625-012-3
Existencias: G - 049963 Ej.1

GENERAL

658.154
D551c

Dickey, Terry

Cómo elaborar un presupuesto : planeación para el éxito / Terry, Dickey; tr. Jaime, Schlittler
. --México : Grupo Editorial Iberoamérica, 1994
139 p. : il
Serie 50 minutos
Incluye pensamientos finales y en cada capítulo resumen
PRESUPUESTOS / ESTADOS FINANCIEROS
Schlittler, Jaime, tr.
ISBN: 970-625-074-3
Existencias: G - 049964 Ej.1

GENERAL

658.8343
M849c

Morgan, Rebecca L.

Cómo contentar clientes disgustados : conserve la calma ante situaciones desagradables / Rebecca

L., Morgan; tr. Julio, Galindo
. --México : Grupo Editorial Iberoamérica, 1993
iii, 65 p. : il
Serie 50 minutos
En portada: Técnicas comprobadas para el manejo de problemas en el trabajo
SERVICIO AL CLIENTE / CLIENTES - ACTITUDES / SOLUCION DE PROBLEMAS
Galindo, Julio, tr.
ISBN: 970-625-034-4
Existencias: G - 049967 Ej.1

GENERAL

658.302
Ch466n

Chapman, Elwood N.
El nuevo supervisor : guía para las personas de reciente ascenso / Elwood N., Chapman; tr. María Teresa, Carter Bartlett
. --México : Grupo Editorial Iberoamérica, 1993
v, 68 p. : il
Serie 50 minutos
Incluye respuestas (para los casos) sugeridas por el autor
SUPERVISORES / SOLUCION DE PROBLEMAS / SUPERVISION DE PERSONAL
Carter Bartlett, María Teresa, tr.
ISBN: 970-625-013-1
Existencias: G - 049968 Ej.1

GENERAL

658.88
M741c

Mondello, Candace L.
Crédito y cobranzas : técnicas para mejorar su flujo de efectivo / Candace L., Mondello
. --México : Grupo Editorial Iberoamérica, 1993
iv, 86 p. : il
Serie 50 minutos
Incluyen resumen del libro
ADMINISTRACION DE CREDITOS / COBRO DE CUENTAS
ISBN: 970-625-039-5
Existencias: G - 049969 Ej.1

GENERAL

658.409
L711p

Lickson, Jeffrey E.
Los principios Deming de la autosuperación : guía personal para la calidad total / Jeffrey E., Lickson; tr. Jaime, Schlittler
. --México : Grupo Editorial Iberoamérica, 1994
iii, 97 p. : il
Serie 50 minutos
AUTORREALIZACION (PSICOLOGIA) / METODO DEMING / MEJORAMIENTO CONTINUO / EXITO
Schlittler, Jaime, tr.
ISBN: 970-625-076-X
Existencias: G - 049970 Ej.1

GENERAL

658.3128
M179c

Maddux, Robert B.
Cómo formar equipos de trabajo : el liderazgo en acción : Robert B., Maddux; tr. Hector G., Tejera
. --México : Grupo Editorial Iberoamérica, 1994
iii, 77 p. : il
Serie 50 minutos
Incluye respuestas a los casos
GRUPOS DE TRABAJO / LIDERAZGO / ORGANIZACION INDUSTRIAL

Tejera, Hector G., tr.
ISBN: 970-625-055-7
Existencias: G - 049971 Ej.1

GENERAL

658.81
Ch466e

Chapman, Elwood N.

Entrenamiento básico en ventas : guía para el nuevo vendedor / Elwood N., Chapman
. --México : Grupo Editorial Iberoamérica, 1992
iii, 54 p. : il
Serie 50 minutos
VENDEDORES Y ARTE DE VENDER / EXITO EN VENTAS / ESTRATEGIAS DE VENTA
ISBN: 968-7270-85-3
Existencias: G - 049972 Ej.1

GENERAL

658.3042
S623m

Sitterly, Connie

La mujer ejecutiva : cómo desarrollar las actividades esenciales para el éxito / Connie, Sitterly; tr.
Hector G., Tejera
. --México : Grupo Editorial Iberoamérica, 1994
v, 98 p. : il
Serie 50 minutos
Incluye apéndices
MUJERES EJECUTIVAS / EXITO / MUJERES - ACTIVIDAD LABORAL
Tejera, Hector G., tr.
ISBN: 970-625-054-9
Existencias: G - 049973 Ej.1

GENERAL

658.812
M383c

Martin, William B.

Calidad en el servicio al cliente : guía para la excelencia en el servicio / William B., Martin; tr. María
Teresa, Carter Bartlett
. --México : Grupo Editorial Iberoamérica, 1992
iii, 77 p. : il
Serie 50 minutos
Incluye revisión ejercicio de verdadero y falso, evaluación, anotaciones y comentarios del autor
SERVICIO AL CLIENTE / CALIDAD TOTAL EN SERVICIOS
Carter Bartlett, María Teresa, tr.
ISBN: 970-625-007-7
Existencias: G - 049974 Ej.1

GENERAL

658.812
F492c

Finch, Lloyd

La cortesía por teléfono y el servicio al cliente : escuchar efectivamente - responder efectivamente /
Lloyd, Finch
. --México : Grupo Editorial Iberoamérica, 1992
ii, 64 p. : il
Serie 50 minutos
SERVICIO AL CLIENTE / ETIQUETA EN EL TELEFONO / CALIDAD TOTAL EN SERVICIOS
ISBN: 968-7270-87-X
Existencias: G - 049975 Ej.1

GENERAL

650.1

M179c

Maddux, Robert B.

Cómo negociar con éxito : estrategias y tácticas efectivas para ganar/ganar / Robert B., Maddux; tr.

María Teresa, Carter Bartlett

. --México : Grupo Editorial Iberoamérica, 1992

ii, 66 p. : il

Serie 50 minutos

Incluye respuestas del autor a los casos

EXITO EN LOS NEGOCIOS / PLANEACION ESTRATEGICA

Carter Bartlett, María Teresa, tr.

ISBN: 970-625-009-3

Existencias: G - 049976 Ej.1

GENERAL

658.812

S425s

Scott, Dru

La satisfacción del cliente : la otra mitad de su trabajo / Dru, Scott; tr. Hector G., Tejera

. --México : Grupo Editorial Iberoamérica, 1992

iv, 112 p. : il

Serie 50 minutos

Incluye epílogo

SATISFACCION DEL CLIENTE / SERVICIO AL CLIENTE / MOTIVACION

Tejera, Hector G., tr.

ISBN: 968-7270-95-0

Existencias: G - 049978 Ej.1

GENERAL

658.45

D295a

Decker, Bert

El arte de la comunicación : cómo lograr un impacto interpersonal en los negocios / Bert, Decker

. --México : Grupo Editorial Iberoamérica, 1992

iii, 77 p. : il

Serie 50 minutos

Incluye resumen y repaso

COMUNICACION INTERPERSONAL / RELACIONES INTERPERSONALES

ISBN: 968-7270-86-1

Existencias: G - 049979 Ej.1

GENERAL

658.315

A837I

Asociación Japonesa de Relaciones Humanas

El libro de las ideas : para producir mejor. Buscando la excelencia mediante la Integración Total del Personal (ITP) / Asociación Japonesa de Relaciones Humanas

-- 2a ed. --Barcelona : Ediciones Gestión 2000, 1992

xv, 208 p. : il

RELACIONES INDUSTRIALES / PARTICIPACION DE LOS TRABAJADORES / SISTEMAS DE SUGERENCIAS - JAPON / PRODUCTIVIDAD DEL TRABAJO

ISBN: 84-86703-506

Existencias: G - 050050 Ej.1

GENERAL

658.562

S474i

Senlle, Andrés

ISO 9000 en empresas de servicios / Andrés, Senlle; Joan, Vilar

. --Barcelona : Ediciones Gestión 2000, 1996

184 p. : il

Incluye glosario y bibliografía

CALIDAD TOTAL EN SERVICIOS - NORMAS / CONTROL DE CALIDAD - NORMAS / CALIDAD TOTAL -

MANUALES / NORMALIZACION - COLOMBIA

Vilar, Joan

ISBN: 84-8088-120-8

Existencias: G - 050051 Ej.1

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658.4092

P647g

Pincus, J. David

El gran jefe: un tipo de libro diferente para convertirse en un líder excelente / J. David Pincus y J. Nicholas DeBonis ; tr. Paulina Díaz Cortés-Ferrando ; pról. John Martin. --

. --México : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1995.

xviii, 410 p.

Incluye notas, apéndice e índice

LIDERAZGO / APTITUD DE MANDO / EJECUTIVOS-ENTREVISTAS / JEFES DE PERSONAL

DeBonis, J. Nicholas; Díaz Cortés-Ferrando, Paulina, tr.; Martin, John, pról.

ISBN: 970-10-0780-8

Existencias: CT - 050054 Ej.1 CT - 050055 Ej.2

GENERAL

658.4092

Q6v

Quigley, Joseph V.

Visión : cómo la desarrollan los líderes, la comparten y la sustentan / Joseph V., Quigley; tr. María Victoria, Mejía Duque; rev. téc. Roberto, Rosero Hinestrosa

. --Santafé de Bogotá : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1996

xxiv, 226 p. : il

Incluye bibliografía e índice

LIDERAZGO / VISION CORPORATIVA / MISION CORPORATIVA / PLANEACION ESTRATEGICA

Mejía Duque, María Victoriatr.; Rosero Hinestrosa, Robertorev. téc.

ISBN: 958-600-443-0

Existencias: G - 050057 Ej.1 G - 050058 Ej.2 G - 050059 Ej.3

GENERAL

658

T289e

Tena Millán, Joaquín

El entorno de la empresa / Joaquín, Tena Millán

. --Barcelona : Ediciones Gestión 2000, 1992

155 p.

EADA Gestión ; no. 30

Incluye bibliografía

ENTORNO EMPRESARIAL / PLANEACION ESTRATEGICA / ETICA EN LOS NEGOCIOS / IMAGEN

ISBN: 84-86703-89-1

Existencias: G - 050060 Ej.1 G - 050175 Ej.2

GENERAL

658.812

E42o

Elías Monclús, Joan

Organización atenta : consejos prácticos para aquellas personas y organizaciones que trabajan diariamente en contacto con el cliente / Joan, Elías Monclús

. --Barcelona : Ediciones Gestión 2000, 1994

173 p. : il

Incluye epílogo, bibliografías e índice

SERVICIO AL CLIENTE / RELACIONES CON LOS CLIENTES / VENDEDORES Y ARTE DE VENDER

ISBN: 84-8088-020-1

Existencias: G - 050061 Ej.1

GENERAL

658.4062

R741e

Roig, Barto

La empresa ante las realidades de fin de siglo / Barto, Roig

. --Pamplona : EUNSA, 1992

375 p.

Empresa y organizaciones. Libros IESE

ADMINISTRACION DE EMPRESAS - ASPECTOS SOCIALES / SISTEMAS DE PRODUCCION - ESPAÑA / DIRECTORES DE COMPAÑIAS / SIGLO XX - PREDICCIONES / SOCIALISMO

ISBN: 84-313-1199-1

Existencias: G - 050062 Ej.1

GENERAL

658.11

L944c

Ludevid, Manuel

Cómo crear su propia empresa : factores clave de gestión / Manuel, Ludevid; Montserrat, Ollé

-- 2a ed. --México : Alfaomega ; Marcombo Boixareu Editores, 1995

viii, 159 p.

A la cabeza de la carátula : Creación y desarrollo empresarial

Incluye bibliografía

ADMINISTRACION DE EMPRESAS / EXITO EN LOS NEGOCIOS / ADMINISTRACION DE PERSONAL

Ollé, Montserrat

ISBN: 970-15-0106-3

Existencias: G - 050063 Ej.1 G - 050064 Ej.2

GENERAL

658.152

F363f

Fernández, Pablo

Finanzas para directivos / Pablo, Fernández; Javier, Santomá

. --Pamplona : EUNSA, 1995

305 p. : il

Empresa y organizaciones. Manuales IESE

Incluye bibliografía

FINANZAS / ANALISIS FINANCIERO / RENTABILIDAD / INVERSIONES / EMPRESAS - VALORACION

Santomá, Javier

ISBN: 84-313-1374-9

Existencias: G - 050065 Ej.1 G - 054263 Ej.2

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658.4

D278m

De Bono, Edward

Más allá de la competencia : la creación de nuevos valores y objetivos en la empresa / Edward De

Bono ; tr. María Victoria Aráuz. --

. --Barcelona : Ediciones Paidós, 1993 (impresión de 1996)

249 p. : il. --

Colección Paidós Empresa ; no. 21

Incluye índice

COMPETENCIA ECONOMICA / PRODUCCION (TEORIA ECONOMICA) / COMPETITIVIDAD / PENSAMIENTO

CREATIVO (ADMINISTRACION)

Aráuz, María Victoria , tr.

ISBN: 84-7509-959-9

Existencias: CT - 050066 Ej.1

GENERAL

650.1

C873p

Covey, Stephen R.

Primero, lo primero : vivir, amar, aprender, dejar un legado / Stephen R., Covey; A. Roger, Merrill;

Rebecca R., Merrill; tr. Alejandra, Bolanca; tr. Adolfo, Negrotto

. --Barcelona : Ediciones Paidós, 1995 (impresión de 1996)

481 p. : il
Colección Paidós Empresa ; no. 32
Incluye epílogo y apéndices
ADMINISTRACION DEL TIEMPO / ORGANIZACION / SINERGETICA / SUPERACION PERSONAL / CALIDAD DE VIDA

Merrill, A. Roger; Merrill, Rebecca R.; Bolanca, Alejandratr.; Negrotto, Adolfotr.
ISBN: 84-493-0101-8

Existencias: G - 050067 Ej.1 G - 064333 Ej.2

GENERAL

658.8
B534u

Berry, Leonard L.

-Un buen servicio ya no basta! : cuatro principios del servicio excepcional al cliente / Leonard L., Berry; tr. Adriana de, Hassan
. --Barcelona : Norma, 1996

333 p.

Incluye notas y reconocimientos

SERVICIO AL CLIENTE - MANUALES / CALIDAD TOTAL EN SERVICIOS / SERVICIO EXCELENTE

Hassan, Adriana de, tr.

ISBN: 958-04-3244-9

Existencias: G - 050077 Ej.1 G - 050212 Ej.2

GENERAL

658.3128
V393e

Vázquez, Irene

Empresa y grupo : fundamentos de la conducta humana en la organización. Aspectos grupales / Irene, Vázquez

. --Barcelona : EADA Gestión, 1990

146 p. : il

Incluye bibliografía

CONDUCTA EN PSICOLOGIA / LIDERAZGO / SELECCION DE PERSONAL / SOCIOMETRIA / CLIMA ORGANIZACIONAL / CAMBIO ORGANIZACIONAL / CALIDAD TOTAL

ISBN: 84-86703-18-2

Existencias: G - 050078 Ej.1

GENERAL

658.4
L638g

Lessem, Ronnie

Gestión de la cultura corporativa / Ronnie, Lessem

. --Madrid : Díaz de Santos, 1992

255 p. : il

Incluye índice

CULTURA EMPRESARIAL / ORGANIZACION INDUSTRIAL / CAMBIO ORGANIZACIONAL

ISBN: 84-7978-014-2

Existencias: G - 050079 Ej.1

GENERAL

658.3124
L433c

Le Boterf, Guy

Cómo invertir en formación / Guy, Le Boterf; colab. Pierre, Durand-Gasselín; colab. Jean Marie, Pechenart; rev. Oriol, Amat

. --Barcelona : Ediciones Gestión 2000, 1991

206 p. : il

Colección EADA Gestión ; no. 20

Incluye conclusión, terminología y bibliografía

CAPACITACION DE EMPLEADOS - ASPECTOS ECONOMICOS / EMPLEADOS - ADIESTRAMIENTO - ASPECTOS ECONOMICOS

Durand-Gasselín, Pierrecolab.; Pechenart, Jean Mariecolab.; Amat, Oriolrev.

ISBN: 84-86703-352

Existencias: G - 050082 Ej.1

GENERAL

658
C614

Merrill, Harwood Ferry, comp.

Clásicos en administración / comp. Harwood Ferry, Merrill; colab. tr. Aurelio, Romeo del Valle; rev.

Alberto, Díaz Ramírez

. --México : Editorial Limusa ; Grupo Noriega Editores, 1994

459 p. : il

Incluye bibliografía

ADMINISTRACION DE EMPRESAS - ENSAYOS, CONFERENCIAS, ETC. / ADMINISTRACION CIENTIFICA /
ADMINISTRACION DE EMPRESAS COMO PROFESION / APTITUD DE MANDO

Romeo del Valle, Aureliocolab. tr.; Díaz Ramírez, Albertorev.

ISBN: 968-18-0260-8

Existencias: G - 050084 Ej.1

GENERAL

658.42
M186

Quinn, Robert E.

Maestría en la gestión de organizaciones : un modelo operativo de competencias / Robert E., Quinn;

Sue R., Faerman; Michael P., Thompson; Michael R., McGrath

. --Madrid : Díaz de Santos, 1995

xix, 414 p. : il

Incluye bibliografía e índice

DIRECTORES DE COMPAÑIAS / LIDERAZGO / APTITUD DE MANDO / DESEMPEÑO DE UN ROL /
ADMINISTRACION INDUSTRIAL

Faerman, Sue R.; Thompson, Michael P.; McGrath, Michael R.

ISBN: 84-7978-189-0

Existencias: G - 050085 Ej.1

GENERAL

658.5
S631v

Slack, Nigel

La ventaja manufacturera : cómo desarrollar operaciones de manufactura competitivas / Nigel, Slack;

tr. Juan Carlos, Jolly Vallejo

. --México : Panorama Editorial, 1993

243 p.

Incluye notas y referencias e índice analítico

ADMINISTRACION DE LA PRODUCCION / PROCESOS DE MANUFACTURA / COMPETITIVIDAD

Jolly Vallejo, Juan Carlos, tr.

ISBN: 968-38-0340-7

Existencias: G - 050115 Ej.1 G - 050116 Ej.2 G - 050117 Ej.3

GENERAL

658.4092
T693d

Torres S., Carlos Eduardo

Desarrollo de estilos de liderazgo / Carlos Eduardo, Torres S.

. --Bucaramanga : Universidad Industrial de Santander. Facultad de Estudios a Distancia - FEDI, 1994

98 p. : il

Incluye retroalimentación para autoevaluaciones y bibliografía

LIDERAZGO / APTITUD DE MANDO

Existencias: G - 050134 Ej.1 G - 050135 Ej.2

GENERAL

658.401
D486d

Deus Nogueira, José Luis

Diseño de la estrategia empresarial / José Luis, Deus Nogueira

. --Barcelona : Ediciones Gestión 2000, 1994

224 p. : il

Colección EADA Gestión

En la carátula : Obra galardonada con el accésit del Premio EADA

Incluye bibliografía

PLANEACION ESTRATEGICA / PLANIFICACION ESTRATEGICA / MISION CORPORATIVA / LIDERAZGO

ISBN: 84-8088-054-6

Existencias: G - 050139 Ej.1

GENERAL

658.4

A487c

Amat i Salas, Joan María

El control de gestión : una perspectiva de dirección / Joan María, Amat i Salas

-- 2a ed. --Barcelona : Ediciones Gestión 2000, 1993

270 p. : cuadros

Incluye conclusiones y bibliografía

ADMINISTRACION DE EMPRESAS / TOMA DE DECISIONES / SISTEMAS DE CONTROL

ISBN: 84-86703-83-2

Existencias: G - 050145 Ej.1

GENERAL

658.82

M934m

Mouton, Dominique

Merchandising estratégico / Dominique, Mouton; tr. Montserrat, Gallart

-- 2a ed. --Barcelona : Ediciones Gestión 2000, 1993

202 p. : il

Colección Fundemi Books

Con. : análisis del consumidor. Scanner, código de barras y microinformática. Concepción de la superficie. Surtido y precios. Lineales y estanterías. Logística. Implantación de los productos

Incluye conclusión, anexos y diccionario

MERCADEO / PROMOCION DE VENTAS / DISTRIBUCION FISICA DE MERCANCIAS / ORGANIZACION INDUSTRIAL / MERCHANDISING

Gallart, Montserrat, tr.

ISBN: 84-86703-09-3

Existencias: G - 050147 Ej.1 G - 050148 Ej.2

GENERAL

658

C973i

Cunningham, William H.

Introducción a la administración / William H., Cunningham; Ramon J., Aldag; Christopher M., Swift; tr.

María Teresa, Carter Bartlett; rev. téc. Clara del Carmen, Vargas Rodríguez

-- 2a ed. --México : Grupo Editorial Iberoamérica, 1991

xv, 515 p. : il

Incluye índice

ADMINISTRACION DE EMPRESAS / AMBIENTE ORGANIZACIONAL / ESTRATEGIA DE MERCADEO

Aldag, Ramon J.; Swift, Christopher M.; Carter Bartlett, María Teresatr.; Vargas Rodríguez, Clara del Carmenrev. téc.

ISBN: 968-7270-75-6

Existencias: G - 050151 Ej.1

GENERAL

658.4

C187m

Campbell, Andrew

La misión de los negocios : cómo conseguir el compromiso de los empleados / Andrew, Campbell;

Kiran, Tawadey

. --Madrid : Díaz de Santos, 1992

xiv, 411 p.
Incluye bibliografía e índice
MISION CORPORATIVA / ADMINISTRACION DE EMPRESAS
Tawadey, Kiran
ISBN: 84-7978-035-5
Existencias: G - 050152 Ej.1

GENERAL

VC
658.3112
F395e

Ferro Salazar, María Clara

La entrevista... primer paso para una selección eficaz [video] / María Clara, Ferro Salazar
. --Santafé de Bogotá : CESA ; INCOLDA, 1996
1 videocasete VHS (37 min., 15 seg.) : son., col.
Colección Video empresarial. Serie Desarrollo empresarial
Copia maestra
Disponible 2a copia para exhibición
RESEÑA: Identifica la importancia de la entrevista en el proceso de selección para la contratación efectiva de los funcionarios que requiere cualquier organización
ENTREVISTAS / SELECCION DE PERSONAL / ENTREVISTAS PARA EMPLEO / CONTRATACION / ANÁLISIS OCUPACIONAL / PREGUNTAS Y RESPUESTAS
Existencias: G - 050160 Ej.1 G - 064477 Ej.2

GENERAL

658.05
C278a

Carlberg, Conrad George

Análisis de los negocios con Excel / Conrad George, Carlberg; tr. Gabriel, Sánchez García
. --México : Prentice-Hall Hispanoamericana, 1996
xviii, 569 p. : il. + 1 disquete 3½ con datos para pasar archivos al disco duro
Incluye resúmenes, glosario, índice y apéndice con el contenido del disco
En la carátula : Técnicas profesionales para analizar ingresos y utilidades, activos fijos, crecimiento, inversión y demás intereses financieros
NEGOCIOS CON AYUDA DE COMPUTADORES / ESTADOS FINANCIEROS - BASES DE DATOS / EXCEL (PROGRAMA PARA COMPUTADOR) / HOJA ELECTRONICA / ESTADOS FINANCIEROS - PROCESO DE DATOS / ANALISIS DE MERCADEO - PROCESO DE DATOS
Sánchez García, Gabriel, tr.
Existencias: G - 050223 Ej.1 G - 050224 Ej.2

658.409
C873m

Covey, Stephen R.

Meditaciones diarias para la gente altamente efectiva : vivir día a día los 7 hábitos de la gente altamente efectiva / Stephen R., Covey; tr. Jorge, Piatigorsky
. --Barcelona : Ediciones Paidós, 1995
xxii, 372 p.
Colección Paidós Empresa ; no. 33
EXITO / LIDERAZGO / HABITO / CALIDAD DE VIDA - MEDITACIONES
Piatigorsky, Jorge, tr.
ISBN: 84-493-0140-8
Existencias: P - 050470 Ej.1

GENERAL

659.2
B627c

Black, Sam

Casos de relaciones públicas internacionales / Sam, Black; tr. Ernesto, Gómez Cereijo
. --Barcelona : Ediciones Gestión 2000, 1994
253 p. : il
Colección Universitaria ESERP

Incluye índice
RELACIONES PUBLICAS / CASOS EN RELACIONES PUBLICAS / RELACIONES INTERNACIONALES
Gómez Cereijo, Ernesto, tr.
ISBN: 84-8088-052-X
Existencias: G - 050473 Ej.1

GENERAL

658.3152
H553g

Hermel, Philippe

La gestión participativa : (management participativo) / Philippe, Hermel
. --Barcelona : Ediciones Gestión 2000, 1990

254 p. : il

Incluye conclusión y bibliografía

PARTICIPACION EN LA ADMINISTRACION DE EMPRESAS / RELACIONES INDUSTRIALES / ADMINISTRACION
DE PERSONAL

ISBN: 84-86703-14-X

Existencias: G - 050476 Ej.1

GENERAL

658.575
P979c

Puig Pla, Xavier

Comprender los mercados de futuros / Xavier, Puig Pla; Jordi, Viladot Pou
-- 2a ed. --Barcelona : Ediciones Gestión 2000, 1994

146 p. : il

Incluye apéndice y bibliografía

MERCADOS DE FUTUROS / MERCADO FINANCIERO / ESPECULACIONES MERCANTILES / ANALISIS DE
MERCADERO

Viladot Pou, Jordi

ISBN: 84-86703-93-X

Existencias: G - 050482 Ej.1

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658.4092
M152l

McFarland, Lynne Joy

Liderazgo para el siglo XXI : diálogos con 100 líderes destacados / Lynne Joy McFarland, Larry E. Senn y
John R. Childress ; pról. Warren G. Bennis ; trs. Enrique Hoyos Olier y Luis Hernando Ramírez Reyes. --
. --Santafé de Bogotá : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1996.

390 p. : il.

Incluye índice

LIDERAZGO -SIGLO XXI / MUJERES EJECUTIVAS / VISION

Senn, Larry E.; Childress, John R.; Bennis, Warren G., pról.; Hoyos Olier, Enrique, tr.; Ramírez Reyes, Luis
Hernando, tr.

ISBN: 958-600-445-7

Existencias: CT - 050598 Ej.1 CT - 050599 Ej.2 CT - 050600 Ej.3

GENERAL

658.8343
L996s

Lytle, Jhon F.

¿Sabe usted lo que realmente quieren sus clientes? : un método de éxito seguro para descubrirlo /
Jhon F., Lytle; tr. Jesús, Villamizar Herrera; ases. y rev. téc. Humberto, Serna Gómez

. --Santafé de Bogotá : Legis, 1994

xi, 200 p. : il

Serie Empresarial

Incluye índice

SATISFACCION DEL CLIENTE / SERVICIO AL CLIENTE / RELACIONES CON LOS CLIENTES / CALIDAD DE LOS
PRODUCTOS

Villamizar Herrera, Jesús, tr.; Serna Gómez, Humberto, ases. y rev. téc.

ISBN: 958-653-088-4

Existencias: G - 050613 Ej.1 G - 050614 Ej.2 G - 050615 Ej.3

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658
D794s

Drucker, Peter Ferdinand

Su visión sobre : la administración -- La organización basada en la información -- La economía -- La sociedad / Peter Ferdinand Drucke r; tr. Jorge Cárdenas Nannetti. --

. --Santafé de Bogotá : Norma, 1996.

ix, 318 p.

Incluye conclusión

ADMINISTRACION - ASPECTOS SOCIALES / INFORMACION - ORGANIZACION / ECONOMIA - ASPECTOS SOCIALES / POLITICA ECONOMICA / DESARROLLO ECONOMICO Y SOCIAL / SOCIEDAD

Cárdenas Nannetti, Jorge , tr.

ISBN: 958-04-3373-9

Existencias: CT - 050630 Ej.1

GENERAL

658.402
T175c

Tapscott, Don

Cambio de paradigmas empresariales / Don, Tapscott; Art, Caston; tr. Magaly, Bernal Osorio; rev. téc. Roberto, Rosero Hinestroza

. --Santafé de Bogotá : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1995 (impresión de 1996)

xvii, 365 p. : il

Colección Nuevos temas empresariales : management siglo XXI

Incluye notas e índice

CAMBIO ORGANIZACIONAL / REINGENIERIA / INNOVACIONES TECNOLOGICAS

Caston, Art; Bernal Osorio, Magalytr.; Rosero Hinestroza, Robertorev. téc.

ISBN: 958-600-491-0

Existencias: G - 050652 Ej.3

GENERAL

658.409
M875r

Morris, Daniel

Reingeniería : cómo aplicarla con éxito en los negocios / Daniel, Morris; Joel, Brandon; tr. Cecilia, Avila de Barón; rev. téc. Roberto, Rosero Hinestroza

. --Santafé de Bogotá : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1994 (impresión de 1996)

x, 297 p. : il

Colección Nuevos temas empresariales : management siglo XXI

Incluye anexos e índice

REINGENIERIA / CAMBIO ORGANIZACIONAL

Brandon, Joel; Avila de Barón, Ceciliatr.; Rosero Hinestroza, Robertorev. téc.

ISBN: 958-600-492-9

Existencias: G - 050653 Ej.4

GENERAL

658.568
B534c

Berry, Thomas H.

Cómo gerenciar la transformación hacia la calidad total / Thomas H., Berry; tr. Gloria Elizabeth, Rosas Lopeteguí; rev. téc. Ricardo, Matamala Señor

. --Santafé de Bogotá : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1992 (impresión de 1996)

xviii, 205 p. : il

Colección Nuevos temas empresariales : management siglo XXI

Incluye puntos de transformación e índice

CONTROL DE CALIDAD / CALIDAD TOTAL / COMPETITIVIDAD

Rosas Lopeteguí, Gloria Elizabethtr.; Matamala Señor, Ricardorev. téc.

ISBN: 958-600-494-5

Existencias: G - 050654 Ej.4

GENERAL

658.153

K29d

Kelley, Daniel Q.

Dinero para su causa : cómo obtener fondos de empresas y de instituciones filantrópicas / Daniel Q.,

Kelley

. --México : Panorama Editorial, 1994

127 p.

Incluye resumen, anexos e índice

ENTIDADES SIN ANIMO DE LUCRO - ORGANIZACION / MERCADEO - TOMA DE DECISIONES /

RECOLECCION DE FONDOS - PUBLICIDAD / HUMANITARISMO / CARIDAD / PUBLICIDAD

ISBN: 968-38-0461-6

Existencias: G - 050670 Ej.1

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658.4

R813c

Rosen, Robert H.

Cómo lograr una empresa sana : ocho estrategias para el desarrollo del personal, la productividad y los beneficios / Robert H. Rosen ; colab. Lisa Berger. --

. --Barcelona : Granica, 1993.

487 p. --

Colección Management

Incluye reflexión final

PLANEACION ESTRATEGICA / LIDERAZGO / RESPETO / CAMBIO ORGANIZACIONAL / TRABAJO Y FAMILIA

Berger, Lisa , colab.

ISBN: 950-641-188-3

Existencias: CT - 050708 Ej.1

GENERAL

658.4062

B725m

Boot, Richard

El manejo de lo desconocido : creando nuevos futuros / Richard, Boot; Jean, Lawrence; John, Morris; tr.

Ligia, Pertuz Molina; rev. téc. Francisco José, Mojica

. --Santafé de Bogotá : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1996

xxii, 237 p.

Incluye índice

CAMBIO ORGANIZACIONAL / NEGOCIOS - SIGLO XXI / ADMINISTRACION DE EMPRESAS - SIGLO XXI

Lawrence, Jean; Morris, John; Pertuz Molina, Ligiatr.; Mojica, Francisco José rev. téc.

ISBN: 958-600-522-4

Existencias: G - 050710 Ej.1 G - 050711 Ej.2

GENERAL

658.401

A357p

Aldana Valdés, Eduardo

Planeación y estrategia / Eduardo, Aldana Valdés

. --Santafé de Bogotá : Universidad de los Andes. Centro de Publicaciones, 1995

87 p. : il

Colección Nacional Textos MDU ; no. COO2

Incluye notas y bibliografía

PLANEACION ESTRATEGICA / CAMBIO ORGANIZACIONAL

ISBN: 958-9057-53-5

Existencias: G - 050712 Ej.1

GENERAL

658.812

T784d

Treacy, Michael

La disciplina de los líderes del mercado : no trate de ser el mejor en todo -- su empresa podría fracasar

/ Michael, Treacy; Fred, Wiersema; tr. Adriana de, Hassan
. --Santafé de Bogotá : Norma, 1995 (impresión de 1996)
xv, 229 p.
Incluye epílogo, reconocimientos e índice
LIDERAZGO EN MERCADEO / COMPETENCIA - REGLAS / SERVICIO AL CLIENTE
Wiersema, Fred; Hassan, Adriana detr.
ISBN: 958-04-3194-9
Existencias: G - 050713 Ej.1

GENERAL

658.45
F363c

Fernández Collado, Carlos
La comunicación en las organizaciones / Carlos, Fernández Collado
. --México : Editorial Trillas, 1995
368 p. : il
Biblioteca Básica de comunicación social
Incluye bibliografía e índices
COMUNICACION ORGANIZACIONAL / COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL / COMUNICACION
INTERPERSONAL / CULTURA EMPRESARIAL / SISTEMAS DE COMUNICACION EN ORGANIZACIONES / AMBIENTE
ORGANIZACIONAL
ISBN: 968-24-4258-3
Existencias: G - 050812 Ej.1

GENERAL

R
658.8003
S234t
R
658.8003
S234t

Santesmases Mestre, Miguel
Términos de marketing : diccionario-base de datos / Miguel, Santesmases Mestre
. --Madrid : Pirámide, 1996
1069 p. : il. + 2 disquete : disco N§1 y 2 Base de datos
Incluye vocabulario inglés-español y bibliografía
MERCADEO - DICCIONARIOS / ENCICLOPEDIAS Y DICCIONARIOS EN BASE DE DATOS
Existencias: G - 050851 Ej.1

GENERAL

658.562
E43m

Elizondo Decanini, Alfredo
Manual ISO-9000 : uso y aplicación de las normas de aseguramiento de calidad ISO-9000 (NOM-CC) /
Alfredo, Elizondo Decanini
-- 2a ed. --México : Ediciones Castillo, 1995
124 p. : tablas
Incluye apéndices y referencias
CALIDAD TOTAL -NORMAS - MANUALES / CONTROL DE CALIDAD-NORMAS / ISO 9000
ISBN: 968-6635-81-5
Existencias: G - 050900 Ej.1

GENERAL

658.562
M163d

MacLean, Gary E.
Documentación de calidad para ISO-9000 y otras normas de la industria / Gary E., MacLean; tr. Blanca
P., Pando Leyva
. --México : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1996
xix, 231 p. : tablas
Incluye epílogo, apéndice e índices
CALIDAD TOTAL -NORMAS / CONTROL DE CALIDAD -NORMAS / ISO 9000

Pando Leyva, Blanca P., tr.
ISBN: 970-10-0917-7
Existencias: G - 050901 Ej.1

GENERAL

658
M938i

Moynihan, Dan

Intermediate business / Dan, Moynihan; Brian, Titley

. --Oxford : Oxford University Press, 1996

556 p. : il

Incluye índice

NEGOCIOS - ORGANIZACION / EMPLEO - INVESTIGACIONES / CONSUMIDORES / INTERMEDIARIOS

Titley, Brian

ISBN: 0-19-833553-9

Existencias: G - 050905 Ej.1

GENERAL

658
C712p

Collins, Eliza G. C.

The portable MBA / Eliza G. C., Collins; Mary Anne, Devanna

. --New York, N.Y. : John Wiley and Sons, 1990

xii, 386 p. : il

The Portable MBA Series

Incluye referencias bibliográficas e índice

ADMINISTRACION INDUSTRIAL / MERCADEO / CONTABILIDAD / ADMINISTRACION DE PERSONAL

Devanna, Mary Anne

ISBN: 0-471-61997-3

Existencias: G - 050908 Ej.1

GENERAL

R
658.003
R813d

Rosenberg, Jerry M.

Diccionario de administración y finanzas / Jerry M., Rosenberg

. --Barcelona : Océano ; Centrum, 1996

xi, 641 p.

Incluye glosario inglés-español y apéndices

ADMINISTRACION - DICCIONARIOS / FINANZAS - DICCIONARIOS

ISBN: 84-7764-885-9

Existencias: G - 050936 Ej.1

GENERAL

658
D278s

De Bono, Edward

Seis pares de zapatos para la acción : una solución para cada problema y un enfoque para cada solución / Edward, De Bono; tr. Maricel, Ford

. --Barcelona : Ediciones Paidós, 1992

179 p.

Colección Paidós Empresa ; no.13

ADMINISTRACION DE EMPRESAS / SOLUCION DE PROBLEMAS / PENSAMIENTO

Ford, Maricel, tr.

ISBN: 84-7509-817-7

Existencias: G - 050948 Ej.1 G - 061160 Ej.2

GENERAL

658.456
W344o

Watt, Cristina
Organización de reuniones : congresos, jornadas, seminarios, cursos, grupos de trabajo, talleres, charlas
... / Cristina, Watt
. --Madrid : Paraninfo, 1995
126 p. : il
Colección Exito
Incluye índice
REUNIONES - ORGANIZACION / EVENTOS SOCIALES - ORGANIZACION / CONGRESOS Y CONFERENCIAS -
ORGANIZACION / GRUPOS DE TRABAJO - ORGANIZACION / PROFESIONALISMO EN LAS PRESENTACIONES
ISBN: 84-283-2203-1
Existencias: G - 050961 Ej.1

GENERAL

658.15244
G633g

Gómez-Bezares, Fernando
Gestión de carteras : (eficiencia, teoría de cartera, CAPM, APT) / Fernando, Gómez-Bezares
. --Bilbao : Editorial Desclée de Brouwer, 1993
179 p. : il
Biblioteca de Gestión
Incluye bibliografías
CUENTAS POR COBRAR / VALORACION DE ACTIVOS FINANCIEROS / MERCADO FINANCIERO
ISBN: 84-330-0984-2
Existencias: G - 050962 Ej.1

GENERAL

658.42
F578j

Flamholtz, Eric G.
El juego interno del management : cómo acceder a un nivel de dirección / Eric G., Flamholtz; Yvonne,
Randle; tr. Orestes E., Pantelides
. --Barcelona : Ediciones Paidós, 1993
315 p.
Colección Paidós Empresa ; no. 11
Incluye bibliografía e índice
DIRECTORES DE COMPAÑÍAS / ADMINISTRACION DE EMPRESAS / JUEGOS ADMINISTRATIVOS / TOMA DE
DECISIONES
Randle, Yvonne; Pantelides, Orestes E.fr.
ISBN: 84-7509-847-9
Existencias: G - 050963 Ej.1

GENERAL

658.401
G943

Guía de estrategia en los negocios. --México : Ventura Ediciones, 1990
340 p.
Serie "Lo mejor de INC."
Incluye índice
PRONOSTICO DE LOS NEGOCIOS / DIRECTORES DE COMPAÑÍAS - RELATOS PERSONALES / LIDERAZGO /
ADMINISTRACION INDUSTRIAL
ISBN: 968-6346-08-2
Existencias: G - 050964 Ej.1 G - 050965 Ej.2 G - 050966 Ej.3

GENERAL

658.00973
G245n

Garza Mouriño, Rosa María
¿Negociando con americanos? : conózcalos primero y vaya a la segura / Rosa María, Garza Mouriño
. --México : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1995
xxx, 159 p.
Incluye glosario

NEGOCIOS (ESTADOS UNIDOS) / COMUNICACION EN ADMINISTRACION / CULTURA EMPRESARIAL
(ESTADOS UNIDOS)

ISBN: 970-10-0781-6

Existencias: G - 050968 Ej.1

GENERAL

650.1

F532s

1993

Fisher, Roger

Sí...-de acuerdo! : cómo negociar sin ceder / Roger, Fisher; William, Ury; Bruce, Patton; tr. Eloísa, Vasco Montoya; tr. Adriana de, Hassan

-- 2a ed. act. aum. --Santafé de Bogotá : Norma, 1993 (impresión de 1996)

xix, 228 p.

Serie Desarrollo gerencial

Incluye tabla analítica de contenido

PSICOLOGIA INDUSTRIAL / NEGOCIOS / VENDEDORES Y ARTE DE VENDER

Ury, William; Patton, Bruce; Vasco Montoya, Eloísa; Hassan, Adriana detr.

ISBN: 958-04-2507-8

Existencias: G - 050970 Ej.2

GENERAL

658.049

S159t

Salacuse, Jeswald W.

Transacciones internacionales : los negocios en el mercado mundial / Jeswald W., Salacuse; tr. Daniel, Zadunaisky

. --Barcelona : Editorial Gedisa, 1993

189 p.

Colección Hombre y sociedad. Serie CLA.DE.MA. Grupo Ciencias sociales. Economía

Incluye apéndices e índice

EMPRESAS TRANSNACIONALES / ECONOMIA INTERNACIONAL / NEGOCIOS

Zadunaisky, Daniel, tr.

ISBN: 84-7432-487-4

Existencias: G - 050974 Ej.1

GENERAL

658.11

H997c

Hynes, William G.

Cómo iniciar y administrar un negocio de artesanías / William G., Hynes; tr. Adriana de, Hassan

. --Bogotá : Norma, 1993

112 p.

Colección Pequeñas empresas grandes negocios

MICROEMPRESAS (ARTESANIAS) / NEGOCIOS PEQUEÑOS - ADMINISTRACION

Hassan, Adriana de, tr.

ISBN: 958-04-2051-3

Existencias: G - 051617 Ej.1 G - 051618 Ej.2 G - 051619 Ej.3

GENERAL

658.91362

G393

Gestión humana en instituciones de salud : criterios de autoevaluación. --Santafé de Bogotá : Centro de Gestión Hospitalaria, 1995

29 h.p.

ADMINISTRACION HOSPITALARIA (EVALUACION) / RECURSOS HUMANOS (AUTOEVALUACION) /

EVALUACION DE OFICIOS EN INSTITUCIONES DE SALUD

Existencias: G - 051680 Ej.1 G - 051681 Ej.2

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

R

658.562

I59c

Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación

Catálogo 97 de normas técnicas colombianas / Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación. --

. --Santafé de Bogotá : ICONTEC, 1997.

435 p.

NORMALIZACION-CATALOGOS / CONTROL DE CALIDAD-NORMAS - CATALOGOS / CALIDAD DE LOS PRODUCTOS-NORMAS - CATALOGOS

Existencias: CT - 052019 Ej.1

GENERAL

658.85

M887v

Mortell, Art

Ventas de calidad mundial / Art, Mortell; tr. María Teresa, Carter Bartlett

. --México : Ventura Ediciones, 1992

xi, 217 p.

Incluye índice analítico

VENDEDORES Y ARTE DE VENDER / PROFESIONALISMO EN VENTAS

Carter Bartlett, María Teresa, tr.

ISBN: 968-6346-39-2

Existencias: G - 052044 Ej.1 G - 052045 Ej.2 G - 052046 Ej.3

GENERAL

658.9161

P438a

Pérez Sosa, Artemio

Administración de los servicios de salud en enfermería / Artemio, Pérez Sosa

. --México : Editorial Trillas, 1992

211 p. : il

Incluye apéndices, bibliografía e índice

ADMINISTRACION DE SERVICIOS DE SALUD / ENFERMERIA - ADMINISTRACION / ATENCION MEDICA - ADMINISTRACION

ISBN: 968-24-4538-8

Existencias: G - 052049 Ej.1 G - 052050 Ej.2

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658.562

I59i

Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación

Iso 9000 compendio : administración y aseguramiento de la calidad / Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación. --

. --Santafé de Bogotá : ICONTEC, 1996.

p. irr. : gráfs.

Incluye Iso 9000-9004

CALIDAD TOTAL -NORMAS / CONTROL DE CALIDAD-NORMAS / ISO 9000 / NORMALIZACION -COLOMBIA

Existencias: CT - 052132 Ej.1

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658.562

I59it

Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación

ISO 9000 compendio : tecnología para la administración de la calidad / Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación. --

. --Santafé de Bogotá : ICONTEC, 1996.

p. irr. : il.

Incluye 9000-10012

NORMALIZACION -COLOMBIA / CONTROL DE CALIDAD -NORMAS / CALIDAD TOTAL (TECNOLOGIA) - NORMAS / ISO 9000

Existencias: CT - 052133 Ej.1

GENERAL

658.4
P438i

Pérez López, Juan Antonio

Introducción a la dirección de empresas / Juan Antonio, Pérez López

. --Piura : Universidad de Piura, 1993

v.

Colección Biblioteca de temas empresariales

Biblioteca tiene : v.2 : Las decisiones de gobierno

Incluye índice

ADMINISTRACION DE EMPRESAS / TOMA DE DECISIONES / ETICA PROFESIONAL / ADMINISTRADORES -
ETICA PROFESIONAL

ISBN: 84-89311-02-1

Existencias: G - 052190 v.2

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658.81
K18p

Karasik, Paul

Persuada y venta : guía ilustrada para cerrar la venta / Paul Karasik ; tr. José Ignacio Casas. --

. --Bogotá : Norma, 1992.

126 p. : il. --

Colección Desarrollo gerencial

Incluye epílogo

VENDEDORES Y ARTE DE VENDER / PERSUASION (PSICOLOGIA) / PROFESIONALISMO EN VENTAS

Casas, José Ignacio , tr.

ISBN: 958-04-1764-4

Existencias: CT - 052191 Ej.1 CT - 052192 Ej.2 CT - 052193 Ej.3

GENERAL

658.4
K35f

Kennedy, Gavin

Field guide to negotiation : a glossary of essential tools and concepts for today's manager / Gavin,

Kennedy

. --Boston, Mass. : The Economist Books, 1994

x, 246 p.

Harvard Business. The economist reference series

Incluye glosario

NEGOCIOS - TERMINOLOGIA / NEGOCIOS - ADMINISTRACION

ISBN: 0-87584-480-4

Existencias: G - 052194 Ej.1

GENERAL

659.1965
B267r

Barquero Cabrero, José Daniel

Relaciones públicas financieras : factor clave del éxito empresarial / José Daniel, Barquero Cabrero

-- 2a ed. --Barcelona : Ediciones Gestión 2000, 1994

115 p.

Incluye bibliografía

RELACIONES PUBLICAS EN FINANZAS / EXITO EN LOS NEGOCIOS

ISBN: 84-8088-035-X

Existencias: G - 052195 Ej.1 G - 052196 Ej.2

GENERAL

658.11
B516c

Bermejo, Manuel

La creación de la empresa propia : consejos prácticos para su puesta en marcha con éxito / Manuel, Bermejo; Isabel, Rubio; Ignacio de la, Vega; pról. Luciano, Benetton
. --Madrid : Editorial McGraw-Hill, 1994
viii, 209 p. : il
Serie McGraw-Hill de management
Incluye bibliografía
ADMINISTRACION DE EMPRESAS / NEGOCIOS PEQUEÑOS - ADMINISTRACION / FINANCIAMIENTO
COMERCIAL / EMPRESARIOS
Rubio, Isabel; Vega, Ignacio de la; Benetton, Lucianopról.
ISBN: 84-481-1818-9
Existencias: G - 052197 Ej.1

GENERAL

658.542
D285h

Dear, Anthony

Hacia el justo a tiempo (JIT) / Anthony, Dear; tr. Helena, Pareja
. --México : Ventura Ediciones, 1990
124 p.
Incluye observaciones finales e índice
ABASTECIMIENTO DE INSUMOS / ESTUDIOS DE TIEMPO / ADMINISTRACION DEL TIEMPO / MEDICION DEL
TRABAJO / TIEMPOS Y MOVIMIENTOS
Pareja, Helena, tr.
ISBN: 968-6346-13-9
Existencias: G - 052198 Ej.1 G - 052199 Ej.2

GENERAL

658.1
S232ch

Santandreu, Eliseo

El chequeo de la empresa / Eliseo, Santandreu
-- 2a ed. --Barcelona : Ediciones Gestión 2000, 1993
121 p.
Incluye bibliografía
ADMINISTRACION DE EMPRESAS / EMPRESAS - ORGANIZACION Y MANEJO / ANALISIS ECONOMICO
ISBN: 84-86.703-70.0
Existencias: G - 052200 Ej.1

GENERAL

658.4
P438i

Pérez López, Juan Antonio

Introducción a la dirección de empresas / Juan Antonio, Pérez López
. --Piura : Universidad de Piura. Fac. de Ciencias Económicas y Empresariales, 1992
159 p. : il
Colección Biblioteca de temas empresariales
Biblioteca tiene : v.1: La empresa : organización humana
Incluye índice
ADMINISTRACION DE EMPRESAS / ORGANIZACION / MOTIVACION (PSICOLOGIA)
Existencias: G - 052206 v.1

GENERAL

658.4
M848i

Morgan, Gareth

Imágenes de la organización / Gareth, Morgan
. --México : Alfaomega ; Ra-ma Editorial, 1996
x, 408 p. : il
Incluye notas bibliográficas, bibliografía e índice de términos
ORGANIZACION / COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL / ADMINISTRACION DE EMPRESAS / CAMBIO
ORGANIZACIONAL
ISBN: 970-15-0226-4

Existencias: G - 052257 Ej.1 G - 052258 Ej.2

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658.022
M559l

Meredith, Geoffrey G.

Lo que todo pequeño empresario debe saber / Geoffrey G. Meredith, Robert E. Nelson, Philip A. Neck. -

. --México : Alfaomega, 1995.
ix, 208 p.
PEQUEÑA INDUSTRIA-DIRECCION Y ADMINISTRACION / MICROEMPRESAS-DIRECCION Y
ADMINISTRACION / ADMINISTRACION DE EMPRESAS

Nelson, Robert E.; Neck, Philip A.

ISBN: 970-15-0010-5

Existencias: CT - 052259 Ej.1 CT - 052260 Ej.2

GENERAL

658.314
T539m

Thurman, J.E.

Mayor productividad y un mejor lugar de trabajo : ideas prácticas para propietarios y gerentes de
pequeñas y medianas empresas industriales / J.E., Thurman; A.E., Louzine; K., Kogi

. --México : Alfaomega ; Oficina Internacional del Trabajo, 1991

viii, 115 p. : il

Biblioteca fiene: v.1 : guía para la acción

MOTIVACION DEL EMPLEADO / SEGURIDAD INDUSTRIAL / ADMINISTRACION DE PERSONAL / AMBIENTE DE
TRABAJO / PRODUCTIVIDAD DEL TRABAJO

Louzine, A.E.; Kogi, K.

ISBN: 968-6223-33-9

Existencias: G - 052268 Ej.1 v.1 G - 052269 Ej.2 v.1

GENERAL

658.022
O32mc

Dickson, D.E.N., dir. Oficina Internacional del Trabajo

Mejore su negocio : cuaderno de trabajo / dir. D.E.N., Dickson

. --México : Alfaomega, 1995

viii, 83 p. : il

Incluye epílogo

ADMINISTRACION DE EMPRESAS - MANUALES / MICROEMPRESAS - DIRECCION Y ADMINISTRACION

ISBN: 970-15-0009-1

Existencias: G - 052274 Ej.1 G - 052275 Ej.2

GENERAL

658.32
O32s

Oficina Internacional del Trabajo

Los salarios : manual de educación obrera / Oficina Internacional del Trabajo

. --México : Alfaomega, 1992

xii, 196 p.

Incluye notas, anexos

SALARIOS / IGUALDAD DE REMUNERACION / EVALUACION DEL TRABAJO / SALARIOS FEMENINOS

ISBN: 968-6223-58-4

Existencias: G - 052276 Ej.1 G - 052277 Ej.2

GENERAL

658.4034
T128i

Taha, Hamdy A.

Investigación de operaciones / Hamdy A. Taha ; vers. esp. José E. de la Cera Alonso. --

-- 5a ed. -- . --México : Alfaomega, 1995

xxi, 960 p. : gráfs + 1 disquete Simnet II/PC
Incluye resumen, bibliografías y problemas, apéndices, respuestas a problemas seleccionados e índice
INVESTIGACION OPERACIONAL / TOMA DE DECISIONES / PROGRAMACION (MATEMATICAS) / PERT
(ANALISIS DE REDES) / INVENTARIOS / PROGRAMACION LINEAL
Cera Alonso, José E. de la , vers. esp.
Existencias: G - 052282 Ej.1 G - 052283 Ej.2

GENERAL

658.566
J95a

Juran, J. M.
Análisis y planeación de la calidad : J. M., Juran; Frank M., Gryna; tr. Marcia, González Osuna; rev.téc.
José Humberto, Cantú Delgado; rev.téc. Carlos, González González
. --México : Editorial McGraw-Hill, 1995
xxi, 633 p. : il
1a ed español. 3a ed inglés
Incluye apéndices, referencias, e índices
CONTROL DE CALIDAD / PLANIFICACION DE LA PRODUCCION / SATISFACCION DEL CLIENTE /
PRODUCTOS NUEVOS
Gryna, Frank M.; González Osuna, Marcia tr.; Cantú Delgado, José Humberto rev.téc.; González
González, Carlos rev.téc.
ISBN: 970-10-0612-7
Existencias: G - 052585 Ej.1 G - 052586 Ej.2

GENERAL

658.82
T213p

Tassinari, Robert
El producto adecuado : práctica del análisis funcional / Robert, Tassinari; tr. José Ribamar, Rodríguez
Silva
-- 2a ed. --Barcelona : Alfaomega ; Marcombo Boixareu Editores, 1995
x, 133 p. : il
Colección Creación y desarrollo empresarial
Incluye conclusión
PRODUCTOS NUEVOS / ADMINISTRACION DE LA PRODUCCION / ANALISIS FUNCIONAL
Rodríguez Silva, José Ribamar, tr.
ISBN: 970-15-0025-3
Existencias: G - 052680 Ej.1 G - 052681 Ej.2

GENERAL

658.542
C346c

Castanyer Figueras, Francesc
Control de métodos y tiempos / Francesc, Castanyer Figueras
. --Barcelona : Marcombo Boixareu Editores, 1993
166 p. : gráfs
Colección Productiva ; no. 7
Incluye índice
ESTUDIO DE TIEMPOS / MEDICION DEL TRABAJO / INGENIERIA DE METODOS / ANALISIS OCUPACIONAL /
TIEMPOS Y MOVIMIENTOS
ISBN: 84-267-0683-5
Existencias: G - 052682 Ej.1 G - 052683 Ej.2

GENERAL

658.4
P181c

Palom Izquierdo, Francisco Javier
Círculos de calidad : teoría y práctica / Francisco Javier, Palom Izquierdo
. --Barcelona : Marcombo Boixareu Editores, 1991
141 p. : il
Colección Productiva ; no. 5
Incluye índice

CIRCULOS DE CALIDAD / CONTROL DE CALIDAD / GRUPOS DE TRABAJO / LIDERAZGO

ISBN: 84-267-0675-4

Existencias: G - 052684 Ej.1 G - 052685 Ej.2

GENERAL

658.404

F382d

Ferré Masip, Rafael

El departamento de I+D : organización y control / Rafael, Ferré Masip

. --Barcelona : Marcombo Boixareu Editores, 1990

160 p. : il

Colección Productiva ; no. 36

Incluye resúmenes

DESARROLLO CIENTIFICO Y TECNOLOGICO - ESPAÑA / INNOVACIONES TECNOLOGICAS - ESPAÑA /

ADMINISTRACION DE PROYECTOS INDUSTRIALES

ISBN: 84-267-0778-5

Existencias: G - 052690 Ej.1 G - 052691 Ej.2

GENERAL

658.05

M472d

Mayne, Lynette

Dirigir desde la cima / Lynette Mayne ; tr. Cristina Gispert. --

-- 2a ed. -- . --México : Alfaomega ; Marcombo Boixareu Editores, 1995

xii, 176 p. : il. --

Colección Creación y desarrollo empresarial

Incluye glosario

SISTEMA DE INFORMACION EN ADMINISTRACION-DISEÑO / ADMINISTRACION DE RECURSOS DE

INFORMACION / ADMINISTRACION DE EMPRESAS-SIGLO XXI

Gispert, Cristina, tr.

ISBN: 970-15-0024-5

Existencias: G - 052692 Ej.1 G - 052693 Ej.2 G - 067192 Ej.3 G - 067193 Ej.4 G - 067194

Ej.5

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658.85

A283v

Aguilar, Michaël

El vendedor de élite / Michaël Aguilar ; tr. Marcelo Aparicio. --

-- 2a ed. -- . --Barcelona : Alfaomega ; Marcombo Boixareu Editores, 1995.

ix, 191 p. --

Colección Creación y desarrollo empresarial

Incluye respuestas a ejercicios y bibliografía

VENDEDORES Y ARTE DE VENDER / VENTAS-DIRECCION Y ADMINISTRACION / VENTAS-ASPECTOS

PSICOLOGICOS

Aparicio, Marcelo , tr.

ISBN: 970-15-0023-7

Existencias: CT - 052694 Ej.1 CT - 052695 Ej.2

GENERAL

658.4

F288h

Fea Guglielmetti, Ugo

Hacia un nuevo concepto de empresa occidental : la empresa dinámica en calidad total / Ugo, Fea

Guglielmetti

. --México : Alfaomega ; Marcombo Boixareu Editores, 1995

vii, 286 p.

Colección Estrategia y gestión competitiva

Incluye anexo, glosario y bibliografía

CALIDAD TOTAL EN GERENCIA / CONTROL DE CALIDAD / ADMINISTRACION DE EMPRESAS - MODELOS /

CONTROL DE LA PRODUCCION

ISBN: 970-15-0027-X

Existencias: G - 052697 Ej.1 G - 052698 Ej.2

GENERAL

658.812
S486a

Serna Gómez, Humberto

Auditoría del servicio : cómo medir y satisfacer las necesidades del cliente / Humberto, Serna Gómez;
John Jairo, Gómez; colab. Patricia, Serna H.

. --Bogotá : RAM Editores, 1996

224 p. : il

Serie Gerentes

Incluye conclusiones y bibliografía

SERVICIO AL CLIENTE - EVALUACION / SATISFACCION DEL CLIENTE - EVALUACION / RELACION CON LOS
CLIENTES

Gómez, John Jairo; Serna H., Patriciacolab.

ISBN: 958-9063-15-2

Existencias: G - 052703 Ej.1 G - 052704 Ej.2 G - 055889 Ej.3

GENERAL

658.7
G633a

Gómez Saavedra, Eduardo

Aseguramiento de calidad en compras : cómo desarrollar las relaciones comprador-proveedor /
Eduardo Gómez Saavedra. --

. --Bogotá : RAM Editores, 1996

xii, 433 p. : il. + 1 Guía de Sistemas de gestión de calidad QMS Iso 9000-2000 (24 p.). --

Serie Gerentes

Incluye anexos y bibliografía

COMPRAS / ADMINISTRACION DE MERCADEO / PROVEEDORES / COMPRAS-ASUNTOS ECONOMICOS

ISBN: 958-9063-18-7

Existencias: G - 052705 Ej.1 G - 052706 Ej.2 G - 054377 Ej.3 G - 067157 Ej.4 G - 067158
Ej.5

GENERAL

658.568
P762a

Pola Maseda, Angel

Aplicación de la estadística al control de calidad / Angel, Pola Maseda

. --Barcelona : Marcombo Boixareu Editores, 1993

115 p. : il

Colección Productiva ; no. 10

Incluye apéndice e índice

CONTROL DE CALIDAD - ESTADISTICAS / ESTADISTICA INDUSTRIAL / PROBABILIDADES

ISBN: 84-267-0691-6

Existencias: G - 052710 Ej.1 G - 052711 Ej.2

GENERAL

658.812
F413†

Fessard, Jean-Luc

El tiempo del servicio : el reto del tiempo en las actividades de servicio / Jean-Luc, Fessard; tr. Angels,
Farlete i Maré

. --México : Alfaomega ; Marcombo Boixareu Editores, 1996

xii, 197 p. : il

Colección Creación y desarrollo empresarial

Incluye bibliografía

SERVICIO AL CLIENTE / RELACIONES CON LOS CLIENTES / PERCEPCION DEL TIEMPO

Farlete i Maré, Angels, tr.

ISBN: 970-15-0148-9

Existencias: G - 052712 Ej.1 G - 052713 Ej.2

GENERAL

658.4063

P968i

Prouvost, Bernard

Innovar en la empresa : las claves del éxito / Bernard Prouvost ; tr. Antonio Creus Solé. --

. --México : Alfaomega ; Marcombo Boixareu Editores, 1995

x, 125 p.. --

Colección Creación y desarrollo empresarial

Incluye anexo

CAMBIO ORGANIZACIONAL / EXITO EN LOS NEGOCIOS / INNOVACIONES TECNOLOGICAS / EXITO

ADMINISTRATIVO

Creus Solé, Antonio, tr.

ISBN: 970-15-0018-0

Existencias: G - 052714 Ej.1 G - 052715 Ej.2 G - 067189 Ej.3 G - 067190 Ej.4 G - 067191

Ej.5

GENERAL

658.8

O16n

Ochs, Chantal

El nuevo reto del marketing directo : estrategias y aplicaciones para las empresas que ganan /

Chantal, Ochs; Patrick, Ochs; tr. Emilia, Pagés Buisán

. --México : Alfaomega ; Marcombo Boixareu Editores, 1995

vii, 117 p. : il

Colección Creación y desarrollo empresarial

Incluye índice

MERCADEO / ESTRATEGIA DE MERCADEO / PROMOCION DE VENTAS / VENTAS - DIRECCION Y

ADMINISTRACION

Ochs, Patrick; Pagés Buisán, Emiliatr.

ISBN: 970-15-0019-9

Existencias: G - 052718 Ej.1 G - 052719 Ej.2

GENERAL

658.4

C837e

Costa, Ramón

La empresa hacia el año 2010 : guía práctica de supervivencia empresarial / Ramón, Costa

. --México : Alfaomega ; Marcombo Boixareu Editores, 1995

x, 162 p.

Colección Estrategia y gestión competitiva

Incluye bibliografía

ADMINISTRACION DE EMPRESAS - SIGLO XXI / EMPRESARIOS INDUSTRIALES - SIGLO XXI / COMPETITIVIDAD

ISBN: 970-15-0032-6

Existencias: G - 052720 Ej.1 G - 052721 Ej.2

GENERAL

658.15

S479q

Sepúlveda Gutiérrez, Pedro Hernán

¿Qué debo saber de finanzas para crear mi propia empresa? / Pedro Hernán, Sepúlveda Gutiérrez

. --México : Alfaomega ; Marcombo Boixareu Editores, 1995

xiii, 149 p. : cuadros

Colección Creación y desarrollo empresarial

Incluye anexo y bibliografía

FINANZAS / ADMINISTRACION DE EMPRESAS / ADMINISTRACION FINANCIERA

ISBN: 970-15-0017-2

Existencias: G - 052722 Ej.1 G - 052723 Ej.2

GENERAL

658.4

S486p

1996

Serna Gómez, Humberto

Planeación y gestión estratégica : teoría-metodología / Humberto, Serna Gómez

-- 4a ed. act.,corr., y aumet. --Bogotá : RAM Editores, 1996

xii, 343 p. : il

Serie Gerentes

Incluye guía para el diagnóstico estratégico, ejercicios de análisis, anexos y bibliografía

PLANEACION ESTRATEGICA / CULTURA EMPRESARIAL / DOFA / MISION CORPORATIVA / VISION

CORPORATIVA

ISBN: 958-9063-16-0

Existencias: G - 052724 Ej.1

GENERAL

658.503

C737p

Companys Pascual, Ramón

Previsión tecnológica y de la demanda / Ramón, Companys Pascual

. --Barcelona : Marcombo Boixareu Editores, 1990

149 p. : cuadros

Colección Productiva ; no. 43

Incluye índice

OFERTA Y DEMANDA / MERCADEO - TOMA DE DECISIONES / PLANIFICACION DE LA PRODUCCION

ISBN: 84-267-0795-5

Existencias: G - 052726 Ej.1 G - 052727 Ej.2

GENERAL

658.05

G892m

Grupo Descartes

El modo proyecto : cómo tomar decisiones estratégicas mediante la informática / Grupo Descartes

. --México : Alfaomega ; Marcombo Boixareu Editores, 1995

viii, 144 p.

Colección Creación y desarrollo empresarial

Incluye índice y conclusiones

SISTEMAS DE INFORMACION EN ADMINISTRACION / INFORMATICA - TOMA DE DECISIONES /

INNOVACIONES TECNOLOGICAS / PROYECTOS - FUNDAMENTOS

ISBN: 970-15-0020-2

Existencias: G - 052730 Ej.1 G - 052731 Ej.2

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658.8348

T786s

Tréguer, Jean-Paul

El senior marketing : vender y comunicar en el mercado de personas mayores de 50 años / Jean-Paul

Tréguer ; tr. Marilyn Bornier. --

. --Barcelona : Marcombo Boixareu Editores, 1995.

xviii, 123 p. : il. --

Colección Creación y desarrollo empresarial

Incluye anexo

VENDEDORES Y ARTE DE VENDER / MERCADEO / CONSUMIDORES / PUBLICIDAD

Bornier, Marilyn , tr.

ISBN: 84-267-1038-7

Existencias: CT - 052732 Ej.1 CT - 052733 Ej.2

GENERAL

658.15

L788p

Livingstone, John Leslie

The portable MBA in finance and accounting / John Leslie, Livingstone

. --New York : John Wiley & Sons, 1992

xi, 524 p. : il

The portable MBA series

Incluye índices
EMPRESA DE NEGOCIOS - FINANZAS / CONTABILIDAD / ADMINISTRACION FINANCIERA
ISBN: 0-471-53226-6
Existencias: G - 052919 Ej.1

GENERAL

658.28
G861m

Grimaldi, John V.
Manual de seguridad industrial y métodos de trabajo / John V., Grimaldi; Rollin H., Simonds; Benjamin W., Niebel
. --México : Ediciones PC ; Alfaomega, 1991
2 v. : il
Incluye bibliografías e índices
SEGURIDAD INDUSTRIAL - MANUALES / DERECHO LABORAL - LEGISLACION / ESTUDIO DE TIEMPOS / INVESTIGACION OPERACIONAL
Simonds, Rollin H.; Niebel, Benjamin W.
ISBN: 958-95433-0-8 (O.C.)
Existencias: G - 052948 v.1 G - 052949 v.2

GENERAL

658.4012
H212c

Hamel, Gary
Competing for the future / Gary, Hamel; C.K., Prahalad
. --Boston, Mass : Harvard Business School Press, 1994
xv, 327 p. : il
Incluye referencias bibliográficas e índices
COMPETENCIA ECONOMICA / COMPETENCIA ECONOMICA INTERNACIONAL / PLANIFICACION CORPORATIVA
Prahalad, C.K.
ISBN: 0-87584-416-2
Existencias: G - 052950 Ej.1

GENERAL

658.28
M294

Alfonso López, Antonio
Manual de seguridad en el trabajo / Antonio, Alfonso López; Ana, Aranda Trigueros; Alonso, Baraza Peregrin; Antonio, Beneitez Ballesta; J. Ignacio, Busca Plazaola
. --Madrid : Fundación MAPFRE, 1992
xvi, 1261 p. : il
Incluye bibliografías e índice
SEGURIDAD INDUSTRIAL - MANUALES / PREVENION DE ACCIDENTES / RIESGO OCUPACIONAL / PREVENION DE ACCIDENTES - ADMINISTRACION
Aranda Trigueros, Ana; Baraza Peregrin, Alonso; Beneitez Ballesta, Antonio; Busca Plazaola, J. Ignacio
ISBN: 84-7100-987-0
Existencias: G - 052956 Ej.1 G - 052989 Ej.2

GENERAL

658.4
B624c

Bittel, Lester R.
Curso McGraw-Hill de management en 36 horas / Lester R., Bittel; tr. José, Real Gutierrez
. --Madrid : Editorial McGraw-Hill, 1993
xi, 338 p. : il
Serie McGraw-Hill de management
Incluye índice
ADMINISTRACION DE EMPRESAS / CURSOS DE CAPACITACION / CASOS EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS / DIRECTORES DE COMPAÑIAS
Real Gutierrez, José, tr.
ISBN: 84-481-0019-0

Existencias: G - 053141 Ej.1 G - 053142 Ej.2

GENERAL

658.3
E48e

Elorduy Mota, Juan Ignacio

Estrategia de empresa y recursos humanos : una visión dinámica de la empresa / Juan Ignacio, Elorduy Mota

. --Madrid : Editorial McGraw-Hill, 1993

xii, 184 p. : il

Serie McGraw-Hill de management

Incluye bibliografía y contenido

ADMINISTRACION DE PERSONAL / RECURSOS HUMANOS / PLANEACION ESTRATEGICA / SALARIOS

ISBN: 84-481-0090-5

Existencias: G - 053175 Ej.1 G - 053176 Ej.2

GENERAL

658.403
L579a

León, Orfelio G.

Análisis de decisiones : técnicas y situaciones aplicables a directivos y profesionales / Orfelio G., León

. --Madrid : Editorial McGraw-Hill, 1994

xvi, 237 p. : il

Serie McGraw-Hill de management

Incluye apéndices, referencias bibliográficas e índices

TOMA DE DECISIONES / DIRECTORES DE COMPAÑIAS - TOMA DE DECISIONES

ISBN: 84-481-0189-8

Existencias: G - 053179 Ej.1 G - 053180 Ej.2

GENERAL

658.406
P481b

Peters, Glen

Beyond the next wave : imagining the next generation of customers / Glen, Peters

. --Londres : Pitman Publishing, 1996

x, 230 p. : il

Incluye bibliografía, apéndice e índices

CAMBIO ORGANIZACIONAL / NEGOCIOS - SIGLO XXI / ADMINISTRACION DE EMPRESAS - SIGLO XXI / COMPETITIVIDAD

ISBN: 0-273-62417-2

Existencias: G - 053244 Ej.1

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658.4062
O49i

Olleros, Francisco-Javier

Industrias emergentes y "quema" de pioneros / Francisco-Javier, Olleros; tr. Alvaro Turriago Hoyos. --

. --Santafé de Bogotá : Ediciones Universidad de la Sabana, 1996.

49 p. : il. --

Colección Administración. Cuadernos de administración

Incluye referencias bibliográficas

INNOVACIONES TECNOLOGICAS / COMPETITIVIDAD / PROGRESO TECNOLOGICO / EMPRESAS DE AVANZADA

Turriago Hoyos, Alvaro , tr.

Existencias: CT - 053247 Ej.1 CT - 053248 Ej.2 CT - 053249 Ej.3

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658.4062
O49e

Olleros, Francisco-Javier

¿Es gerenciable el proceso de innovación? / Francisco-Javier, Olleros; tr. AlvaroTurriago Hoyos. --
. --Santafé de Bogotá : Ediciones Universidad de la Sabana, 1997.

110 p. : il. --

Colección Administración

Incluye referencias bibliográficas e índice

INNOVACIONES TECNOLOGICAS / CAMBIO ORGANIZACIONAL / GESTION TECNOLOGICA

Turriago Hoyos, Alvaro , tr.

Existencias: CT - 053250 Ej.1 CT - 053251 Ej.2 CT - 053252 Ej.3

GENERAL

658.8

R559e

Ries, Al

Enfoque : el único futuro de su empresa / Al, Ries; tr. Roberto, Haas García

. --México : Editorial McGraw-Hill, 1996

xiv, 347 p.

Incluye índices

MERCADEO / ADMINISTRACION DE LA PRODUCCION / FUTUROLOGIA (ADMINISTRACION)

Haas García, Roberto, tr.

ISBN: 970-10-0992-4

Existencias: G - 053253 Ej.1 G - 053254 Ej.2

GENERAL

658.406

O68

Espejo, Raul

Organizational transformation and learning : a cybernetic approach to management / Raul, Espejo;

Werner, Schuhmann; Markus, Schwaninger; Ubaldo, Bilello

. --New York : John Wiley & Sons, 1996

xiv, 350 p. : il

Incluye referencias bibliográficas e índices

CAMBIO ORGANIZACIONAL / SABER ORGANIZACIONAL / PLANEACION ESTRATEGICA

Schuhmann, Werner; Schwaninger, Markus; Bilello, Ubaldo

ISBN: 0-471-96182-5

Existencias: G - 053289 Ej.1

GENERAL

658.78

B193b

Ballou, Ronald H.

Business logistics management / Ronald H., Ballou

-- 3rd ed. --Englewood Cliffs, N.J. : Prentice-Hall, 1992

xiv, 688 p. : il

Incluye referencias bibliográficas, apéndices e índices

NEGOCIOS LOGISTICOS / ADMINISTRACION DE EMPRESAS / CONTROL DE LA PRODUCCION /

PLANIFICACION DE LA PRODUCCION

ISBN: 0-13-105545-3

Existencias: G - 053292 Ej.1

GENERAL

658.4012

D249s

David, Fred R.

Strategic management / Fred R., David

-- 6th ed. --Upper Saddle River, N.J. : Prentice-Hall, 1997

xxxii, 659 p. : il

Incluye referencias bibliográficas e índices

PLANIFICACION ESTRATEGICA - ESTUDIO DE CASOS / PLANIFICACION ESTRATEGICA / TOMA DE

DECISIONES

ISBN: 0-13-486011-X

Existencias: G - 053293 Ej.1

GENERAL

658.5
G244o

Garvin, David A.

Operations strategy : text and cases / David A., Garvin

. --Englewood Cliffs, N.J. : Prentice-Hall, 1992

xix, 507 p. : il

Incluye referencias bibliográficas e índices

ADMINISTRACION DE LA PRODUCCION / PLANIFICACION ESTRATEGICA / ADMINISTRACION DE LA PRODUCCION - CASOS

ISBN: 0-13-638917-1

Existencias: G - 053294 Ej.1

GENERAL

658.4
B415h

Beer, Stafford

The heart of enterprise / Stafford, Beer

. --New York : John Wiley & Sons, 1994

xiv, 582 p. : il

A la cabeza de la portada : The Managerial Cybernetics of Organization

Compañero del volumen: Brain of the firm

Incluye apéndices e índices

ADMINISTRACION DE EMPRESAS / EMPRESARIOS

ISBN: 0-471-94837-3

Existencias: G - 053295 Ej.1 G - 053296 Ej.2

GENERAL

658.4092
C813d

Cornejo y Rosado, Miguel Angel

Dirección de excelencia : el reto del tercer milenio / Miguel Angel, Cornejo y Rosado

-- 3a ed. --México : Editorial Grad, 1995

vii, 228 p. : il

Colección Liderazgo de excelencia

Incluye índice

LIDERAZGO / ADMINISTRACION DE EMPRESAS / EXITO ADMINISTRATIVO - SIGLO XXI / EXCELENCIA EMPRESARIAL

ISBN: 968-6210-11-3

Existencias: G - 053409 Ej.1

GENERAL

658.409
C813c

Cornejo y Rosado, Miguel Angel

Compromisos para ser líder / Miguel Angel, Cornejo y Rosado

-- 2a ed. --México : Editorial Grad, 1995

225 p. : il

Incluye apéndice e índice

LIDERAZGO / EXITO Y PERSONALIDAD / TOMA DE DECISIONES / EXITO

ISBN: 968-6210-21-0

Existencias: G - 053410 Ej.1

GENERAL

658.4092
C813l

Cornejo y Rosado, Miguel Angel

Liderazgo de excelencia / Miguel Angel, Cornejo y Rosado

-- 8a ed. --México : Editorial Grad, 1995

xix, 206 p. : il

Colección Liderazgo de excelencia

Incluye contenido
LIDERAZGO / EXCELENCIA EMPRESARIAL / ADMINISTRACION DE EMPRESAS / MOTIVACION
ISBN: 968-6210-02-4
Existencias: G - 053411 Ej.1

GENERAL

658.5
C813e

Cornejo y Rosado, Miguel Angel
Excelencia directiva para lograr la productividad / Miguel Angel, Cornejo y Rosado
-- 10 ed. --México : Editorial Grad, 1995
xi, 193 p.
Biblioteca de Alta dirección
En la portada: Colegio de Graduados en Alta Dirección
Incluye nota biográfica y contenido
ADMINISTRACION DE EMPRESAS / ADMINISTRACION DE LA PRODUCCION / EXCELENCIA EMPRESARIAL
ISBN: 968-6210-00-3
Existencias: G - 053412 Ej.1

GENERAL

658.406
H288r

Harmon, Roy L.
Reinventar la fábrica : cómo introducir mejoras sensibles en la producción industrial / Roy L., Harmon;
Leroy D., Peterson
. --México : Editorial Limusa ; Grupo Noriega Editores, 1994
329 p. : il
Colección CND Ciencias de la dirección
Incluye apéndice, bibliografía e índice
REINGENIERIA / REORGANIZACION DE FABRICAS / PRODUCTIVIDAD / PRODUCCION INDUSTRIAL
Peterson, Leroy D.
ISBN: 968-18-4913-2
Existencias: G - 053437 Ej.1 G - 053438 Ej.2 G - 053439 Ej.3

658.2
S785
1994

Rosaler, Robert C., ed.
Standard handbook of plant engineering / ed. Robert C., Rosaler
-- 2nd ed. --New York : Editorial McGraw-Hill, 1994
p. irr. : il
Incluye referencias bibliográficas e índices
INGENIERIA DE INSTALACIONES - MANUALES / INGENIERIA DE INSTALACIONES - ORGANIZACION
ISBN: 0-07-052164-6
Existencias: I - 053496 Ej.1

GENERAL

658.406
B639m

Blanchard, Kenneth H.
Misión posible : la creación de una empresa de clase mundial cuando todavía se puede / Kenneth H.,
Blanchard; Terry, Waghorn; Jim, Ballard; tr. María Rosa, Rosas
. --México : Editorial McGraw-Hill, 1996
xxiii, 238 p. : il
Incluye referencias, bibliografía e índices
CAMBIO ORGANIZACIONAL / BENCHMARKING / PLANEACION ESTRATEGICA / REORGANIZACION DE
EMPRESAS / VISION CORPORATIVA
Waghorn, Terry; Ballard, Jim; Rosas, María Rosatr.
ISBN: 970-10-1257-7
Existencias: G - 053501 Ej.1 G - 053502 Ej.2

GENERAL

658.409

R672e

Rocha Centeno, Rogelio

Estrategia competitiva para empresas : guía práctica / Rogelio, Rocha Centeno

. --México : Editorial Trillas, 1990

74 p. : il

Incluye bibliografía e índices

EXITO EN LOS NEGOCIOS / ETICA DE LOS NEGOCIOS / COMPETITIVIDAD / DOFA / PLANEACION
ESTRATEGICA

ISBN: 968-24-3234-0

Existencias: G - 053503 Ej.1 G - 053504 Ej.2

GENERAL

658.812

G876m

Grönroos, Christian

Marketing y gestión de servicios : la gestión de los momentos de la verdad y la competencia en los servicios / Christian, Grönroos; pról. Philip, Kotler; pról. Jan, Carlzon; tr. Rafael Felipe, Ramírez León

. --Madrid : Díaz de Santos, 1994

xx, 291 p. : il

Incluye bibliografía e índice

SERVICIO AL CLIENTE / MERCADEO DE SERVICIOS / ADMINISTRACION DE MERCADEO / MERCADEO

Kotler, Philippról.; Carlzon, Janpról.; Ramírez León, Rafael Felipetr.

ISBN: 84-7978-146-7

Existencias: G - 053561 Ej.1 G - 053562 Ej.2

GENERAL

658.8

M297m

Maqueda Lafuente, D. Javier

Marketing estratégico para empresas de servicios / D. Javier, Maqueda Lafuente; José Ignacio,

Llaguno Musons

. --Madrid : Díaz de Santos, 1995

xiii, 525 p. : il

MERCADEO DE SERVICIOS / CALIDAD TOTAL - HISTORIA / SERVICIO AL CLIENTE / CALIDAD TOTAL EN
SERVICIOS / ADMINISTRACION DE MERCADEO

Llaguno Musons, José Ignacio

ISBN: 84-7978-190-4

Existencias: G - 053563 Ej.1 G - 053564 Ej.2 G - 056977 Ej.3

GENERAL

658.306

F363a

Fernández-Ríos, Manuel

Análisis y descripción de puestos de trabajo : teoría, métodos y ejercicios / Manuel, Fernández-Ríos

. --Madrid : Díaz de Santos, 1995

xxix, 423 p. : il

Incluye anexos y bibliografías

ANALISIS OCUPACIONAL / DESCRIPCION DEL TRABAJO / ADMINISTRACION DE PERSONAL

ISBN: 84-7978-229-3

Existencias: G - 053565 Ej.1

GENERAL

658.812

L799c

Lobos, Julio

Cautivando al cliente externo e interno / Julio, Lobos; tr. Luis Enrique, Jara

. --Santiago de Chile : Dolmen Ediciones, 1995

327 p. : il

Colección Economía y gestión

Incluye glosario e índice
SERVICIO AL CLIENTE / CALIDAD TOTAL EN SERVICIOS / GERENCIA DEL SERVICIO
Jara, Luis Enrique, tr.
ISBN: 956-201-256-5

Existencias: G - 053570 Ej.1 G - 053571 Ej.2 G - 053572 Ej.3

GENERAL

658.4093

C813f

Cornejo y Rosado, Miguel Angel

Todos los secretos de la excelencia / Miguel Angel, Cornejo y Rosado

. --México : Editorial Grijalbo, 1996

268 p.

Serie Mayor

Incluye índice

EXCELENCIA EMPRESARIAL / LIDERAZGO / EXITO

ISBN: 970-05-0623-1

Existencias: G - 053569 Ej.1

GENERAL

658.4

L125c

Labovitz, George

Cómo hacer realidad la calidad : una guía para el gestor orientado a los resultados / George, Labovitz; Yu Sang, Chang; Victor I., Rosansky; tr. Carmen E., León Pérez

. --Madrid : Díaz de Santos, 1995

xvii, 180 p. : il

Incluye apéndices e índices

GERENCIA DEL SERVICIO / SERVICIO AL CLIENTE / CALIDAD TOTAL / EXCELENCIA EMPRESARIAL

Chang, Yu Sang; Rosansky, Victor I.; León Pérez, Carmen E.tr.

ISBN: 84-7978-208-0

Existencias: G - 053573 Ej.1 G - 053574 Ej.2 G - 053575 Ej.3 G - 053867 Ej.4

GENERAL

658.8

Ch532ma

Chías, Josep

Marketing público : por un gobierno y una administración al servicio del público / Josep, Chías

. --Madrid : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1995

xi, 187 p. : il. + 1 plegable : Modelo de planificación estratégica del marketing público

Serie McGraw-Hill de management

Incluye relación de figuras y bibliografía

MERCADEO DE SERVICIOS / SERVICIO AL CLIENTE / GERENCIA DEL SERVICIO / ADMINISTRACION PUBLICA
/ SERVICIOS PUBLICOS

ISBN: 84-481-1686

Existencias: G - 053576 Ej.1 G - 053577 Ej.2

GENERAL

658.306

R741e

Roig Ibáñez, José

El estudio de los puestos de trabajo : la valoración de tareas y la valoración del personal / José, Roig Ibáñez

. --Madrid : Díaz de Santos, 1996

xviii, 468 p. : il

Incluye bibliografías

ANALISIS OCUPACIONAL / ADMINISTRACION DE PERSONAL / DESCRIPCION DEL TRABAJO

ISBN: 84-7978-253-6

Existencias: G - 053578 Ej.1

GENERAL

658.401
C961

Maqueda Lafuente, D. Javier, coor.

Cuadernos de dirección estratégica y planificación / coor. D. Javier, Maqueda Lafuente

. --Madrid : Díaz de Santos ; Asociación para el Progreso de la Dirección, 1996

264 p. : il

Incluye anexos e índice

PLANIFICACION CORPORATIVA / CAMBIO ORGANIZACIONAL / ADMINISTRACION DE EMPRESAS /

PLANIFICACION FINANCIERA

ISBN: 84-7978-245-3

Existencias: G - 053579 Ej.1

GENERAL

658.4
K19s

Katzenbach, Jon R.

Sabiduría de los equipos : el desarrollo de la organización de alto rendimiento / Jon R., Katzenbach;

Douglas K., Smith

. --Madrid : Díaz de Santos, 1996

xxiv, 279 p. : il

Incluye epílogo, apéndice y bibliografía

ADMINISTRACION DE EMPRESAS / GRUPOS DE TRABAJO / RELACIONES INDUSTRIALES / RENDIMIENTO

INDUSTRIAL

Smith, Douglas K.

ISBN: 84-7978-236-6

Existencias: G - 053580 Ej.1

GENERAL

658.456
R529e

Richero, Alicia

Eventos : guía práctica para su planeación y ejecución / Alicia, Richero

. --México : Editorial Trillas, 1993

70 p. : il

Serie Trillas turismo

Incluye anexos, glosario, bibliografía e índice

CONGRESOS Y CONFERENCIAS - ORGANIZACION / PROMOCION DE EVENTOS ESPECIALES / EVENTOS

SOCIALES - PLANEACION / PROFESIONALISMO EN LAS PRESENTACIONES

ISBN: 968-24-4685-6

Existencias: G - 053634 Ej.1 G - 053635 Ej.2 G - 053636 Ej.3

GENERAL

658.456
B928o

Buendía, Juan Manuel

Organización de reuniones : convenciones, congresos, seminarios / Juan Manuel, Buendía

. --México : Editorial Trillas, 1991 (impresión de 1996)

238 p. : il

Serie Trillas turismo

Incluye bibliografía e índice

CONGRESOS Y CONFERENCIAS - ORGANIZACION / PROMOCION DE EVENTOS ESPECIALES / EVENTOS

SOCIALES - PLANEACION / PROFESIONALISMO EN LAS PRESENTACIONES

ISBN: 968-24-3656-7

Existencias: G - 053637 Ej.1 G - 053638 Ej.2 G - 053639 Ej.3

GENERAL

658.456
C898o

Cravioto Magallón, Tonatiuh

Organización de congresos y convenciones / Tonatiuh, Cravioto Magallón

. --México : Editorial Trillas, 1991

221 p. : il

Serie Trillas turismo
Incluye bibliografía e índices
CONGRESOS Y CONFERENCIAS - ORGANIZACION / PROMOCION DE EVENTOS ESPECIALES / EVENTOS
SOCIALES - PLANEACION / PROFESIONALISMO EN LAS PRESENTACIONES
ISBN: 968-24-3653-2
Existencias: G - 053640 Ej.1 G - 053641 Ej.2 G - 053642 Ej.3

GENERAL

658.4
G161s

Galgano, Alberto
Los siete instrumentos de la calidad total : manual operativo / Alberto, Galgano; ver. esp. Javier,
Eceizabarrena Cárdenas
. --Madrid : Díaz de Santos, 1995
xiv, 302 p. : il
Incluye apéndice e índice
CALIDAD TOTAL / EXCELENCIA EMPRESARIAL / MEJORAMIENTO CONTINUO
Eceizabarrena Cárdenas, Javier, ver. esp.
ISBN: 84-7978-230-7
Existencias: G - 053650 Ej.1

GENERAL

650.1
M179n

Maddux, Robert B.
Negociación exitosa : estrategias y tácticas efectivas para negociar / Robert B. Maddux ; tr. Alejandra
Aguirre Castañares ; rev. téc. Federico Garciadealba Cantú. --
. --México : Editorial Trillas, 1991.
77 p. : il. --
Manuales didácticos de administración
Incluye respuesta a casos
NEGOCIACION -MANUALES / NEGOCIACION COLECTIVA / SOLUCION DE PROBLEMAS
Aguirre Castañares, Alejandra, tr.; Garciadealba Cantú, Federico, rev. téc.
ISBN: 968-24-3318-5
Existencias: G - 053708 Ej.1 G - 053709 Ej.2

GENERAL

658.45
F363c

Fernández Collado, Carlos
La comunicación en las organizaciones / Carlos, Fernández Collado; colab. Horacio, Andrade
Rodríguez de San Miguel; colab. Alberto, Martínez de Velasco Arellano; colab. Salvador R., Sánchez
Gutiérrez
. --México : Editorial Trillas, 1991 (impresión de 1996)
368 p. : il
Biblioteca Básica de comunicación social
Incluye bibliografía e índices
COMUNICACION ORGANIZACIONAL / COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL / COMUNICACION
INTERPERSONAL / CULTURA EMPRESARIAL / SISTEMAS DE COMUNICACION EN ORGANIZACIONES / AMBIENTE
ORGANIZACIONAL
Andrade Rodríguez de San Miguel, Horaciocolab.; Martínez de Velasco Arellano, Albertocolab.;
Sánchez Gutiérrez, Salvador R.colab.
ISBN: 968-24-4258-3
Existencias: G - 053712 Ej.2 G - 053713 Ej.3

GENERAL

659.20148
C837i

Costa, Joan
Identidad corporativa / Joan, Costa
. --México : Trillas ; SIGMA, 1993
125 p. : il

Biblioteca Internacional de comunicación
Incluye glosario, bibliografía e índices
RELACIONES PUBLICAS / COMUNICACION EN ADMINISTRACION / IMAGEN Y DISEÑO CORPORATIVO
ISBN: 968-24-4639-2

Existencias: G - 053714 Ej.1 G - 053715 Ej.2

GENERAL

657.45
R696s
1995

Rodríguez Valencia, Joaquín

Sinopsis de auditoría administrativa / Joaquín, Rodríguez Valencia
-- 7a ed. --México : Editorial Trillas, 1995 (impresión de 1997)

344 p. : il

Incluye bibliografía e índices

AUDITORIA ADMINISTRATIVA

ISBN: 968-24-5327-5

Existencias: G - 053718 Ej.1 G - 053719 Ej.2

GENERAL

658.45
R175c

Ramos Padilla, Carlos G.

La comunicación : un punto de vista organizacional / Carlos G., Ramos Padilla
. --México : Editorial Trillas, 1991

75 p. : il

Incluye índice

COMUNICACION ORGANIZACIONAL / COMUNICACION EN ADMINISTRACION

ISBN: 968-24-4139-0

Existencias: G - 053722 Ej.1 G - 053723 Ej.2

GENERAL

658.406
A134

Audirac Camarena, Carlos Augusto

ABC del desarrollo organizacional / Carlos Augusto, Audirac Camarena; Verónica de, León Estavillo;
Alberto, Domínguez González; María Elena, López García

. --México : Editorial Trillas, 1994 (impresión de 1997)

110 p. : il

Incluye conclusiones, glosario, bibliografía e índice

CAMBIO ORGANIZACIONAL / ORGANIZACION (TEORIAS) / CAMBIO SOCIAL / TEORIA DE SISTEMAS /
ASESORIA DE EMPRESAS

León Estavillo, Verónica de; Domínguez González, Alberto; López García, María Elena

ISBN: 968-24-4636-8

Existencias: G - 053726 Ej.1 G - 053727 Ej.2

GENERAL

658.408
E61

Kolluru, Rao V., ed.

Environmental strategies handbook / ed. Rao V., Kolluru

. --New York : Editorial McGraw-Hill, 1993

xxi, 1030 p. : il

Incluye apéndices, referencias bibliográficas e índices

POLITICA AMBIENTAL - ESTADOS UNIDOS - MANUALES / ADMINISTRACION - ASPECTOS AMBIENTALES -
ESTADOS UNIDOS - MANUALES / ESTADOS UNIDOS - INDUSTRIAS - ASPECTOS AMBIENTALES / PROTECCION DEL
MEDIO AMBIENTE - ESTADOS UNIDOS - MANUALES / CONTROL AMBIENTAL - ESTADOS UNIDOS /
RESPONSABILIDAD POR DAÑOS AMBIENTALES - ESTADOS UNIDOS

ISBN: 0-07-035858-3

Existencias: G - 053688 Ej.1

GENERAL

658.562
L832m

Logothetis, N.

Managing for total quality : from Deming to Taguchi and SPC / N., Logothetis
. --Englewood Cliffs, N.J. : Prentice-Hall, 1992

xv, 447 p. : il

The manufacturing practitioner Series

Incluye referencias bibliográficas, apéndices e índice

CALIDAD TOTAL EN GERENCIA / MANUFACTURAS - ADMINISTRACION / CONTROL DE CALIDAD

ISBN: 0-13-553512-3

Existencias: G - 053701 Ej.1

GENERAL

658.562
W696g

Willborn, Walter

Global management of quality assurance systems / Walter, Willborn; Edwin, Cheng
. --New York, N.Y. : Editorial McGraw-Hill, 1994

xii, 376 p. : il

McGraw-Hill Engineering and Technology Management Series

Incluye apéndices e índice

CALIDAD DE LOS PRODUCTOS - NORMAS / CONTROL DE CALIDAD - NORMAS

Cheng, Edwin

ISBN: 0-07-070292-6

Existencias: G - 053702 Ej.1

GENERAL

658.812
R788b

Rosander, A. C.

La búsqueda de la calidad en los servicios / A. C., Rosander; tr. José Luis, García del Pueyo
. --Madrid : Díaz de Santos, 1992

652 p. : il

Incluye referencias e índice

CALIDAD TOTAL EN SERVICIOS / SERVICIO AL CLIENTE / GERENCIA DEL SERVICIO

García del Pueyo, José Luis, tr.

ISBN: 84-7978-032-0

Existencias: G - 053730 Ej.1 G - 053731 Ej.2 G - 056565 Ej.3

GENERAL

658.812
W594i
658.812
W594i

Whiteley, Richard C.

La integración cliente-empresa : las 5 mejores estrategias para lograr el éxito en los negocios a través
de sus clientes / Richard C., Whiteley; Diane, Hessian; tr. Patricia, Ibarra Colado

. --México : Prentice-Hall Hispanoamericana, 1996

viii, 320 p. : il. + 1 disquete 3¼

En la contraportada : instrucciones para la instalación de su disco

Incluye notas, apéndice e índices

SERVICIO AL CLIENTE / RELACIONES CON LOS CLIENTES / ESTRATEGIAS DE SERVICIO / SATISFACCION DEL

CLIENTE

Hessian, Diane; Ibarra Colado, Patricia tr.

Existencias: G - 053732 Ej.1

GENERAL

658.812
W733e
658.812
W733e

Willingham, Ron

-Escúchame! soy tu cliente / Ron, Willingham; tr. Pilar, Mascaró Sacristán

. --México : Prentice-Hall Hispanoamericana, 1996

xv, 142 p. : + 1 disquete 3½

En la contraportada : Instrucciones para instalación de su disco

Incluye índice

SERVICIO AL CLIENTE / RELACIONES CON LOS CLIENTES / SATISFACCION DEL CLIENTE

Mascaró Sacristán, Pilar, tr.

Existencias: G - 053733 Ej.1

GENERAL

658.8

P346e

Payne, Adrian

La esencia de la mercadotecnia de servicios / Adrian Payne ; tr. Luis J. Díaz Mena ; rev. téc. Marcela Benassini Félix. --

. --México : Prentice-Hall Hispanoamericana, 1996

x, 252 p. : il. + 1 disquete 3½

Serie La esencia de ...

En la contraportada : Instrucciones para instalación de su disco

Incluye referencias bibliográficas e índice

MERCADEO DE SERVICIOS / SERVICIO AL CLIENTE / CALIDAD TOTAL EN SERVICIOS

Díaz Mena, Luis J., tr.; Benassini Félix, Marcela, rev. téc.

Existencias: G - 053734 Ej.1 G - 053735 Ej.2

GENERAL

658.812

G151d

Gale, Bradley T.

Descubra el valor de su cliente : produzca la calidad y el servicio que el cliente pueda ver / Bradley T., Gale; Robert, Champman Wood; tr. Pilar, Mascaró Sacristán; rev. téc. Miguel A., García R.

. --México : Prentice-Hall Hispanoamericana, 1996

xiv, 424 p. : il. + 1 disquete 3½

En la contraportada : Instrucciones para instalación de su disco

Incluye epílogo, apéndices, notas e índice

SREVICIO AL CLIENTE / CALIDAD TOTAL EN SERVICIOS / GERENCIA DEL SERVICIO / SATISFACCION DEL CLIENTE

Champman Wood, Robert; Mascaró Sacristán, Pilar; tr.; García R., Miguel A. rev. téc.

Existencias: G - 053736 Ej.1

GENERAL

658.812

S534c

658.812

S534c

Shaw, James G.

El cliente quiere-- calidad / James G., Shaw; tr. Margarita, Gómez Escudero

. --México : Prentice-Hall Hispanoamericana, 1997

xiii, 126 p. : il. + 1 disquete 3¼

Incluye notas e índices

SERVICIO AL CLIENTE / CALIDAD TOTAL EN SERVICIOS / SATISFACCION DEL CLIENTE

Gómez Escudero, Margarita, tr.

Existencias: G - 053737 Ej.1 G - 058445 Ej.2 G - 062841 Ej.3 G - 062842 Ej.4 G - 062843 Ej.5 G - 062844 Ej.6

GENERAL

658.4

K47o

658.4

K47o

Kiernan, Matthew J.

Los once mandamientos de la gerencia del siglo XXI : [lo que las empresas de avanzada hacen para

sobrevivir y florecer en el caótico mundo actual de los negocios] / Matthew J., Kiernan; tr. Ninetta, Guzmán B.; rev.téc. Miguel A., García R.; pról. Peter Ferdinand, Drucker
. --México : Prentice-Hall Hispanoamericana, 1996
xi, 257 p. : + 1 disquete 3½
Incluye notas e índices
ADMINISTRACION DE EMPRESAS - SIGLO XXI / EMPRESAS DE AVANZADA / COMPETITIVIDAD / INNOVACIONES TECNOLOGICAS / RENDIMIENTO INDUSTRIAL
Guzmán B., Ninettatr.; García R., Miguel A.rev.téc.; Drucker, Peter Ferdinandpról.
Existencias: G - 053738 Ej.1 G - 056116 Ej.2 G - 056996 Ej.3 G - 062811 Ej.4 G - 062812 Ej.5 G - 062813 Ej.6 G - 062814 Ej.7

GENERAL

658.8
L898m

Lovelock, Christopher H.
Mercadotecnia de servicios / Christopher H. Lovelock ; tr. Guadalupe Meza Staines ; rev.téc. Isaac Dorfsman F. --
-- 3a ed. --México : Prentice-Hall Hispanoamericana, 1997
xiv, 661 p. : il
Incluye referencias, apéndice, bibliografía e índices
MERCADEO DE SERVICIOS / ESTRATEGIA DE MERCADEO EN SERVICIOS / GERENCIA DEL SERVICIO / SERVICIO AL CLIENTE
Meza Staines, Guadalupe, tr.; Dorfsman F., Isaac, rev.téc.
ISBN: 968-880-858-X
Existencias: G - 053739 Ej.1 G - 054236 Ej.2 G - 054237 Ej.3 G - 054238 Ej.4

GENERAL

658.4
M875p
658.4
M875p

Morrisey, George L.
Pensamiento estratégico : construya los cimientos de su planeación / George L., Morrisey; tr. Carlos Alberto, Arenas Monreal; rev.tec. Jorge, Rodríguez Rodríguez
. --México : Prentice-Hall Hispanoamericana, 1996
xx, 119 p. : + 1 disquete
Serie Jossey-Bass sobre administración
En la contraportada : instrucciones para la instalación de su disco
Incluye índices
PLANEACION ESTRATEGICA / MISION CORPORATIVA / VISION CORPORATIVA
Arenas Monreal, Carlos Albertotr.; Rodríguez Rodríguez, Jorgerev.tec.
Existencias: G - 053740 Ej.1 G - 053741 Ej.2 G - 058432 Ej.3 G - 062816 Ej.4 G - 062817 Ej.5

GENERAL

658.3
H551f

Herman, Roger E.
-Turbulencial : retos y oportunidades en el mundo del trabajo. ¿Está usted preparado para el futuro? / Roger E., Herman; tr. Ona, Jurksaitis Lukauskis; rev. téc. Roberto, Rosero Hinestroza
. --Santafé de Bogotá : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1997
xx, 216 p.
Incluye comentario final e índice
TRABAJO Y TRABAJADORES - SIGLO XXI / MERCADO DE TRABAJO - SIGLO XXI
Jurksaitis Lukauskis, Onatr.; Rosero Hinestroza, Robertorev. téc.
ISBN: 958-600-604-2
Existencias: G - 053784 Ej.1

GENERAL

658.8

L616i

Lerma Kirchner, Alejandro E.

Inteligencia comercial : guía práctica / Alejandro E., Lerma Kirchner

. --México : Grupo Editorial Iberoamérica, 1997

xxvi, 119 p. : il

Incluye anexos, apéndices y bibliografía

PLANEACION ESTRATEGICA / ESTRATEGIA DE MERCADEO / MERCADEO / CANALES DE DISTRIBUCION / PUBLICIDAD / SERVICIO AL CLIENTE

ISBN: 970-625-111-1

Existencias: G - 053787 Ej.1

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658.4

M571m

Merrill, Ronald E.

Manual del nuevo empresario : cómo iniciar bien su negocio y administrarlo provechosamente /

Ronald E. Merrill y Henry D. Sedgwick ; tr. Elianne Cazenave-Tapie Isoard ; rev. Francisco Paniagua B. --

. --México : Grupo Editorial Iberoamérica, 1996.

xiii, 304 p.

Incluye apéndice, bibliografía e índice

ADMINISTRACION DE EMPRESAS-MANUALES / ESTUDIOS DE MERCADO / EMPRESARIOS-MANUALES

Sedgwick, Henry D.; Cazenave-Tapie Isoard, Elianne, tr.; Paniagua B., Francisco, rev.

ISBN: 970-625-070-0

Existencias: CT - 053861 Ej.1

GENERAL

658.8

F382m

Ferré Trenzano, José María

Marketing y competitividad : el método tortuga en 40 pasos / José María, Ferré Trenzano

. --Madrid : Díaz de Santos, 1995

xii, 303 p. : il

Incluye conclusiones, recomendaciones, reflexión y bibliografía

MERCADEO / COMPETITIVIDAD - METODOLOGIA / EL METODO TORTUGA / ESTRATEGIA DE MERCADEO

ISBN: 84-7978-171-8

Existencias: G - 053865 Ej.1 G - 053866 Ej.2

GENERAL

658.827

A111g

Aaker, David A.

Gestión del valor de la marca : capitalizar el valor de la marca / David A., Aaker; vers. esp. y pról.

Roberto M., Álvarez del Blanco

. --Madrid : Díaz de Santos, 1994

xv, 332 p. : il

Incluye notas e índice

MARCAS DE FABRICA / MARCAS REGISTRADAS

Álvarez del Blanco, Roberto M., vers. esp. y pról.

ISBN: 84-7978-128-9

Existencias: G - 053868 Ej.1 G - 053869 Ej.2 G - 053870 Ej.3

GENERAL

658.812

B214c

Band, William A.

Creación del valor : la clave de la gestión competitiva, diseño e implantación de una estrategia global / William A., Band; tr. Claudio L., Soriano Soriano

. --Madrid : Díaz de Santos, 1994

xiv, 382 p. : il

Incluye notas e índice

SERVICIO AL CLIENTE / RELACIONES CON LOS CLIENTES / SATISFACCION DEL CLIENTE

Soriano Soriano, Claudio L., tr.

ISBN: 84-7978-174-2

Existencias: G - 053871 Ej.1 G - 053872 Ej.2 G - 053873 Ej.3

GENERAL

658.8

W237m

Walther, George R.

Marketing al revés : cómo convertir a sus anteriores clientes en sus mejores clientes / George R., Walther; tr. Octavio, Posada Salazar; tr. María Victoria, Mejía Duque; rev. téc. Alberto, Narváez Rozo; rev. téc. Hernando, Abdú Salame

. --Santafé de Bogotá : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1995

xxii, 250 p.

Incluye conclusión e índice

SERVICIO AL CLIENTE / MERCADEO / RELACIONES CON LOS CLIENTES / SATISFACCION DEL CLIENTE / VENDEDORES Y ARTE DE VENDER

Posada Salazar, Octavio tr.; Mejía Duque, María Victoriatr.; Narváez Rozo, Albertorev. téc.; Abdú Salame, Hernandorev. téc.

ISBN: 958-600-444-9

Existencias: G - 053875 Ej.1 G - 053876 Ej.2

GENERAL

658.8

M345

Lamata, F.

Marketing sanitario / F., Lamata; J., Conde; B., Martínez; M., Horno; ed. F., Lamata; colab. L., García . --Madrid : Díaz de Santos, 1994

xviii, 383 p. : il.,gráf. y cuadros

Incluye apéndice, anexos e índice

MERCADEO / ANALISIS DE MERCADEO / DISEÑO DE PRODUCTOS / DISTRIBUCION / MERCHANDISING Conde, J.; Martínez, B.; Horno, M.; Lamata, F.ed.; García, L.colab.

ISBN: 84-7978-157-2

Existencias: G - 053904 Ej.1 G - 053905 Ej.2

GENERAL

658.9161

C797g

Corella, José María

La gestión de servicios de salud / José María, Corella

. --Madrid : Díaz de Santos, 1996

xiii, 338 p. : il

Incluye bibliografía e índice

ADMINISTRACION DE SERVICIOS DE SALUD / SERVICIOS DE SALUD PARA LA COMUNIDAD - ASPECTOS ECONOMICOS / CALIDAD TOTAL EN SERVICIOS DE SALUD

ISBN: 84-7978-242-0

Existencias: G - 053906 Ej.1 G - 053907 Ej.2

GENERAL

658.4

B817c

Brandenburger, Adam M.

Co-opetition / Adam M., Brandenburger; Barry J., Nalebuff

. --New York, N.Y. : Currency Doubleday, 1996

xiv, 290 p. : il

Con. : 1. A revolutionary mindset that combines competition and cooperation. -- 2. The game theory strategy that's changing the game of business

Incluye índices

PLANEACION ESTRATEGICA / COMPETENCIA ECONOMICA / COOPERATIVISMO / TEORIA DE LOS JUEGOS

Nalebuff, Barry J.

ISBN: 0-385-47949-2

Existencias: G - 054074 Ej.1

GENERAL

658.4063

G692t

Gouillart, Francis J.

Transforming the organization / Francis J., Gouillart; James Newell, Kelly

. --New York, N.Y. : Editorial McGraw-Hill, 1995

xii, 323 p. : il

Incluye índice

CAMBIO ORGANIZACIONAL / REINGENIERIA / REORGANIZACION

Kelly, James Newell

ISBN: 0-07-034067-6

Existencias: G - 054075 Ej.1

GENERAL

658.562

O54p

Omachonu, Vincent K.

Principios de la calidad total / Vincent K., Omachonu; Joel E., Ross; tr. Carlos, Gonzáles Ruiz

. --México : Editorial Diana, 1995

xiv, 386 p. : il

Incluye índice

CALIDAD TOTAL / CONTROL DE CALIDAD / CONTROL DE LA PRODUCCION / CALIDAD TOTAL - CASOS

Ross, Joel E.; Gonzáles Ruiz, Carlostr.

ISBN: 968-13-2874-4

Existencias: G - 054098 Ej.1 G - 054099 Ej.2

GENERAL

658.4062

E56p

Encuentro de Estudios Prospectivos (1§ : 1997 jun. 3 : Santafé de Bogotá)

Prospectiva y estrategia / 1997 jun. 3 : Encuentro de Estudios Prospectivos (1§ :

. --Santiago : Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social-ILPES.

Dirección de Proyectos y Programación de Inversiones, 1997

v, 69 p. : il

En la carátula : Universidad de la Sabana (Colombia). Instituto Europeo de Prospectiva y Estrategia

(Prospektiker). Instituto Colombiano para el Fomento de la Educación Superior (ICFES). Asociación

Colombiana de Universidades (ASCUN)

Incluye bibliografía

PROSPECTIVA - CONGRESOS, CONFERENCIAS, ETC. / PLANEACION ESTRATEGICA / TOMA DE DECISIONES

/ SIGLO XXI - PREDICCIONES

Existencias: G - 054141 Ej.1 G - 054142 Ej.2

GENERAL

658.0182

M412e

Mason, Robert D.

Estadística para administración y economía / Robert D., Mason; Douglas A., Lind; vers. esp. María de

Lourdes, Fournier G.; rev. téc. Francisco, Paniagua Bocanegra

. --Santafé de Bogotá : Alfaomega, 1997

xxiii, 911 p. : il

Incluye apéndices, respuestas a ejercicios seleccionados e índice

ESTADISTICA PARA ADMINISTRADORES / ESTADISTICA PARA ECONOMISTAS / CONTROL DE CALIDAD - ESTADISTICAS

Lind, Douglas A.; Fournier G., María de Lourdesvers. esp.; Paniagua Bocanegra, Franciscorev. téc.

ISBN: 958-682-054-8

Existencias: G - 054234 Ej.1 G - 054235 Ej.2

GENERAL

658.562

F288c

Fea Guglielmetti, Ugo

Competitividad es calidad total : manual para salir de la crisis y generar empleo / Ugo Fea Guglielmetti. --

-- 2a ed.. -- . --México : Alfaomega ; Marcombo Boixareu Editores, 1995

xiii, 255 p. : tablas. --

Colección Creación y desarrollo empresarial

Incluye conclusión

CALIDAD TOTAL / COMPETITIVIDAD / ESTRATEGIA DE MERCADEO

ISBN: 970-15-0021-0

Existencias: G - 054259 Ej.1 G - 054260 Ej.2 G - 067195 Ej.3 G - 067196 Ej.4 G - 067197

Ej.5

GENERAL

658.812

T784d

Treacy, Michael

La disciplina de los líderes del mercado : no trate de ser el mejor en todo -- su empresa podría fracasar / Michael, Treacy; Fred, Wiersema; tr. Adriana de, Hassan

. --Santafé de Bogotá : Norma, 1995 (impresión de 1997)

xv, 229 p.

Incluye índice

LIDERAZGO EN MERCADEO - CASOS / COMPETENCIA - REGLAS / SERVICIO AL CLIENTE / EXCELENCIA

EMPRESARIAL

Wiersema, Fred; Hassan, Adriana detr.

ISBN: 958-04-3194-9

Existencias: G - 054261 Ej.2 G - 054262 Ej.3

GENERAL

658.9161

O83g

Ospina Lugo, Julio Enrique

Gestión en salud / Julio Enrique, Ospina Lugo; Nelsa Beatriz, Rey Pardo de Astaiza

-- 2a ed. --Santafé de Bogotá : Asociación Colombiana de Facultades de Medicina-ASCOFAME ;

Castillo Editorial Ltda., 1996

311 p.

Colección Línea médica

Incluye conclusiones y bibliografía

ADMINISTRACION DE SERVICIOS DE SALUD / GERENCIA DEL SERVICIO / MOTIVACION DEL EMPLEADO /

PLANEACION ESTRATEGICA

Rey Pardo de Astaiza, Nelsa Beatriz

ISBN: 958-9499-12-0

Existencias: G - 054267 Ej.1 G - 054268 Ej.2 G - 054269 Ej.3

GENERAL

658.4

L874c

Lorino, Philippe

El control de gestión estratégico : la gestión por actividades / Philippe, Lorino; tr. Jaime, Gavaldá Posiello

. --México : Alfaomega ; Marcombo Boixareu Editores, 1995

x, 194 p. : il

Colección Estrategia y gestión competitiva

Incluye conclusión y anexos

COMPETENCIA INDUSTRIAL / GESTION INDUSTRIAL / ANALISIS DE COSTOS / INDICADORES DE CONTROL /

CICLO DE VIDA DE LOS PRODUCTOS

Gavaldá Posiello, Jaime, tr.

ISBN: 970-15-0107-1

Existencias: G - 054271 Ej.1 G - 054272 Ej.2

GENERAL

658.4

P438f

Pérez López, Juan Antonio

Fundamentos de la dirección de empresas / Juan Antonio, Pérez López

-- 3a ed. --Madrid : Ediciones Rialp, 1996

280 p. : il

Colección Manuales universitarios Rialp

ADMINISTRACION DE EMPRESAS / FUNCIONES DEL ADMINISTRADOR / TOMA DE DECISIONES /
PLANIFICACION ESTRATEGICA

ISBN: 84-321-3012-5

Existencias: G - 054274 Ej.1

GENERAL

658.4092

B261c

Barnes, Tony

Cómo lograr un liderazgo exitoso : lo mejor de las estrategias kaizen, gué su organización hacia el
mejor futuro / Tony, Barnes; tr. Leonardo, Cano; rev. téc. Roberto, Hinestroza

. --Santafé de Bogotá : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1997

xix, 151 p. : il., tablas

Colección Estrategias kaizen

Best Seller europeo, Lo mejor de las estrategias kaizen

Incluye resúmenes e índice

METODO KAIZEN / LIDERAZGO - SIGLO XXI / CAMBIO ORGANIZACIONAL / CALIDAD TOTAL /
MEJORAMIENTO CONTINUO

Cano, Leonardotr.; Hinestroza, Robertorev. téc.

ISBN: 958-600-692-1

Existencias: G - 054275 Ej.1 G - 025485 Ej.2 G - 056788 Ej.3

GENERAL

658.406

G882r

Grouard, Benoît

Reingeniería del cambio : diez claves para transformar la empresa / Benoît, Grouard; Francis, Meston;
tr. Angels, Farlete I Maré

. --México : Alfaomega ; Marcombo Boixareu Editores, 1996

viii, 233 p. : il

Colección Estrategia y gestión competitiva

Incluye conclusión y bibliografía

REINGENIERIA / CAMBIO ORGANIZACIONAL / VISION CORPORATIVA

Meston, Francis; Farlete I Maré, Angelstr.

ISBN: 970-15-0147-0

Existencias: G - 054276 Ej.1 G - 054277 Ej.2

GENERAL

658.812

W452c

Wellington, Patricia

Cómo brindar un servicio integral al cliente : lo mejor de las estrategias kaizen, creación de un
poderoso y funcional programa de servicio al cliente / Patricia, Wellington; tr. Angela, García Rocha; rev.
téc. Roberto, Hinestroza

. --Santafé de Bogotá : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1997

xiii, 233 p. : il., tablas

Colección Estrategias kaizen

Best Seller europeo, Lo mejor de las estrategias kaizen

Incluye resúmenes e índice

SERVICIO AL CLIENTE - PROGRAMAS / MEJORAMIENTO CONTINUO / CALIDAD TOTAL EN SERVICIOS /
METODO KAIZEN

García Rocha, Angelatr.; Hinestroza, Robertorev. téc.

ISBN: 958-600-693-X

Existencias: G - 054278 Ej.1

GENERAL

658.2

O65n

Ordóñez Ruiz, José Luis

Nuevo manual para la autoadministración de condominios / José Luis, Ordóñez Ruiz

-- 2a ed. --México : Cámara Nacional de Comercio de la Ciudad de México ; Limusa, 1994

140 p. : il., tablas

Incluye apéndices

PROPIEDAD HORIZONTAL - ADMINISTRACION - MANUALES / CONDOMINIO - ADMINISTRACION -

MANUALES

ISBN: 968-18-4832-2

Existencias: G - 054279 Ej.1

GENERAL

658.562

S125s

Saderra i Jorba, Lluís

El secreto de la calidad japonesa : el diseño de experimentos clásico, Taguchi y Shainin / Lluís, Saderra i

Jorba

. --Barcelona : Marcombo Boixareu Editores, 1993

175 p. : il., tablas

Colección Productiva; no.57

Incluye apéndice y referencias bibliográficas

CONTROL DE CALIDAD - METODOS ESTADISTICOS / METODOS DE TAGUCHI (CONTROL DE CALIDAD) /

METODOS DE SHAININ (CONTROL DE CALIDAD)

ISBN: 84-267-0913-3

Existencias: G - 054298 Ej.1 G - 054299 Ej.2

GENERAL

658.3

C221c

Cane, Sheila

Cómo triunfar a través de las personas : lo mejor de las estrategias kaizen, creación de un programa de recursos humanos para ganar competitividad y rentabilidad / Sheila, Cane; tr. Germán Alberto,

Villamizar

. --Santafé de Bogotá : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1997

xx, 201 p. : il

Colección Estrategias kaizen

Best Seller europeo, Lo mejor de las estrategias kaizen

Incluye comentarios e índice

METODO KAIZEN / RECURSOS HUMANOS - PROGRAMAS / ADMINISTRACION DE PERSONAL

Villamizar, Germán Alberto, tr.

ISBN: 958-600-694-8

Existencias: G - 054303 Ej.1 G - 056532 Ej.2

GENERAL

658.4071245

G633d

Gómez-Llera, Germán

Dirigir es educar : el gobierno de la organización y el desarrollo de sus recursos directivos / Germán,

Gómez-Llera; José Ramón, Pin Arboledas; pról. Claudio, Boada

. --Madrid : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1994

xii, 319 p. : il

Serie McGraw-Hill de management

Incluye bibliografía

EMPLEADOS - MANEJO / ADMINISTRACION DE PERSONAL / RECURSOS HUMANOS / APTITUD DE MANDO

Pin Arboledas, José Ramón; Boada, Claudiopról.

ISBN: 84-481-1952-5

Existencias: G - 054304 Ej.1

GENERAL

657.45

D438f

Derrien, Yann

Técnicas de la auditoría informática / Yann, Derrien; tr. José Ribamar, Rodrigues Silva

. --México : Alfaomega ; Marcombo Boixareu Editores, 1995

ix, 229 p. : il

Colección Estrategia y gestión competitiva

Incluye bibliografía

AUDITORIA DE SISTEMAS / PROCESAMIENTO ELECTRONICO DE DATOS / GESTION TECNOLOGICA

Rodrigues Silva, José Ribamar, tr.

ISBN: 970-15-0030-X

Existencias: G - 054310 Ej.1 G - 054311 Ej.2

GENERAL

658.18

R932n

Rugman, Alan M.

Negocios internacionales : un enfoque de administración estratégica / Alan M., Rugman; Richard M., Hodgetts; tr. Rosa María, Rosas Sánchez; rev. téc. Armando, Sánchez Soto; rev. téc. Juan Bruno, García Sordo

. --México : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1997

xxvi, 707 p. : il., cuadros, mapas

Incluye glosario, índices y lista de mapas

EMPRESAS TRANSNACIONALES - ADMINISTRACION / NEGOCIOS INTERNACIONALES / POLITICA INTERNACIONAL / INTEGRACION ECONOMICA / COMERCIO EXTERIOR / FINANZAS INTERNACIONALES / PLANEACION ESTRATEGICA / ESTRATEGIA DE MERCADEO / COMPETITIVIDAD

Hodgetts, Richard M.; Rosas Sánchez, Rosa Maríatr.; Sánchez Soto, Armandorev. téc.; García Sordo, Juan Brunorev. téc.

ISBN: 970-10-1117-1

Existencias: G - 054354 Ej.1 G - 054355 Ej.2 G - 054356 Ej.3

GENERAL

658.28

G861s

Grimaldi, John V.

La seguridad industrial : su administración / John V., Grimaldi; Rollin H., Simonds; vers. esp. Isidro, Saldaña Durán

-- 2a ed. --México : Alfaomega, 1996

xvi, 743 p. : il., tablas + 1 plegable : Cuadro de ratificaciones de convenios internacionales de trabajo

Incluye apéndices e índice

Traducido de la 5a ed. en inglés

SEGURIDAD INDUSTRIAL - ADMINISTRACION / SALUD OCUPACIONAL / CAPACITACION DE EMPLEADOS / INGENIERIA HUMANA - ASPECTOS PSICOLOGICOS / PREVENCION DE INCENDIOS / DESASTRES

Simonds, Rollin H.; Saldaña Durán, Isidrovers. esp.

ISBN: 970-15-0205-1

Existencias: G - 054357 Ej.1 G - 054358 Ej.2

GENERAL

658.16

K42a

Kester, W. Carl

Las absorciones de empresas : en el contexto japonés de los negocios / W. Carl, Kester; tr. Francisco, Ortiz Chaparro

. --Madrid : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1993

xix, 242 p. : il

Serie McGraw-Hill de Management

Incluye bibliografía, glosario, apéndice e índice

EMPRESAS - JAPON / CORPORACIONES - JAPON / CAMBIO ORGANIZACIONAL / REORGANIZACION DE CORPORACIONES

Ortiz Chaparro, Francisco, tr.

ISBN: 84-481-0029-8

Existencias: G - 054359 Ej.1

658.562

T717

Rao, Ashok

Total quality management : a cross functional perspective / Ashok, Rao; Lawrence P., Carr; Ismael, Dambolena; Robert J., Kopp

. --New York, N.Y. : John Wiley & Sons, 1996

xxvi, 630 p. : il

Incluye bibliografías e índices

CALIDAD TOTAL EN GERENCIA / PLANEACION ESTRATEGICA / CALIDAD DE LOS PRODUCTOS

Carr, Lawrence P.; Dambolena, Ismael; Kopp, Robert J.

ISBN: 0-471-10804-9

Existencias: 1 - 054405 Ej.1

GENERAL

658.16

M657r

Mills, D. Quinn

Rebirth of the corporation / D. Quinn, Mills

. --New York, N.Y. : John Wiley & Sons, 1993

x, 320 p.

Incluye notas e índice

CAMBIO ORGANIZACIONAL / REORGANIZACION DE CORPORACIONES

ISBN: 0-471-52220-1

Existencias: G - 054407 Ej.1

GENERAL

658.001

D794g

Drucker, Peter Ferdinand

La gestión en un tiempo de grandes cambios / Peter Ferdinand, Drucker; tr. María Isabel, Merino

. --Barcelona : Edhasa, 1996

303 p.

Incluye conclusión e índice

ADMINISTRACION DE EMPRESAS / INFORMACION EMPRESARIAL / GESTION - ASPECTOS SOCIALES

Merino, María Isabel, tr.

ISBN: 84-350-1451-7

Existencias: G - 054627 Ej.1

GENERAL

659.2

P963

Friesleben Goff, Christine, comp.

El proceso de las relaciones públicas / comp. Christine, Friesleben Goff

-- 1a ed. esp. 3th. ed. en. --México : Publigráficos, 1995

305 p. : il

Incluye lecturas sugeridas, apéndice e índice

RELACIONES PUBLICAS / PUBLICIDAD / MEDIOS DE COMUNICACION DE MASAS

ISBN: 968-6677-33-X

Existencias: G - 054635 Ej.1

GENERAL

658.5

H236

Walker, Jack M., ed.

Handbook of manufacturing engineering / ed. Jack M., Walker

. --New York, N.Y. : Marcel Dekker, 1996

xvi, 1116 p. : il

Manufacturing engineering and materials processing ; no.48

Incluye referencias bibliográficas e índice

INGENIERIA DE LA PRODUCCION - MANUALES / PROCESOS DE MANUFACTURA

ISBN: 0-8247-8962-8

Existencias: G - 054741 Ej.1

GENERAL

658.9161

L111m

La Monica, Elaine Lynne

Management in nursing : an experiential approach that makes theory work for you / Elaine Lynne, La Monica

. --New York, N.Y. : Springer Publishing Company, 1990

xix, 443 p. : il

Incluye referencias bibliográficas

SERVICIOS EN ENFERMERIA - ADMINISTRACION / LIDERAZGO - INSTRUCTORAS DE ENFERMERIA / SUPERVISORA DE ENFERMERIA - ORGANIZACION Y ADMINISTRACION

ISBN: 0-8261-6580-X

Existencias: G - 054759 Ej.1

GENERAL

658.562

B255q

Barker, Thomas B.

Quality by experimental design / Thomas B., Barker

-- 2nd ed. rev. y aument. --New York, N.Y. : Marcel Dekker, 1994

xxiv, 473 p. : il., tablas

Quality and reliability ; no.43

Incluye referencias bibliográficas, apéndices e índice

CONTROL DE CALIDAD - METODOS ESTADISTICOS / DISEÑO EXPERIMENTAL

ISBN: 0-8247-8910-5

Existencias: G - 054765 Ej.1

GENERAL

658.562

S797

Ghosh, Subir, ed.

Statistics of quality / ed. Subir, Ghosh; ed. William R., Schucany; ed. William B., Smith

. --New York, N.Y. : Marcel Dekker, 1997

xiv, 430 p. : il., tablas

Statistics, textbooks and monographs ; vol.153

Dedicado a la memoria de Donald B. Owen

Incluye índice

CONTROL DE CALIDAD - METODOS ESTADISTICOS / MUESTREO (ESTADISTICA) / CONTROL DE PROCESOS INDUSTRIALES - METODOS ESTADISTICOS

Schucany, William R.ed.; Smith, William B.ed.

ISBN: 0-8247-9763-9

Existencias: G - 054766 Ej.1

GENERAL

658.568

G633c

1996

Gómez Saavedra, Eduardo

El control total de la calidad : como una estrategia de comercialización / Eduardo Gómez Saavedra. --

-- 2a ed.. -- . --Santafé de Bogotá : RAM Editores, 1996

xii, 359 p. : il., cuadros + 1 Guía de Sistemas de gestión de calidad QMS Iso 9000-2000 (24 p.). --

Serie Gerentes

Incluye conclusiones, anexos y bibliografía

CONTROL DE CALIDAD / MERCADEO / ESTRATEGIA DE MERCADEO

ISBN: 958-9063-17-9

Existencias: G - 054823 Ej.1 G - 067159 Ej.2 G - 067160 Ej.3 G - 067161 Ej.4 G - 067162

Ej.5

GENERAL

658.314

D261c

1991

Davis, Keith

El comportamiento humano en el trabajo : comportamiento organizacional / Keith, Davis; John W., Newstrom; tr. Rosa María, Rosas Sánchez; rev. téc. Jaime R., Palavicini Esponda

-- 8a ed. (3a ed. en esp.). --México : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1991

xxv, 734 p. : il

Incluye resúmenes, glosario e índices

COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL / MOTIVACION EN EL TRABAJO / LIDERAZGO / CAMBIO ORGANIZACIONAL / AMBIENTE ORGANIZACIONAL / MEDIO SOCIAL / CASOS EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS

Newstrom, John W.; Rosas Sánchez, Rosa Maríatr.; Palavicini Esponda, Jaime R.rev. téc.

ISBN: 968-422-854-6

Existencias: G - 032308 Ej.2 G - 042566 Ej.1

GENERAL

658.45

A473v

Alvarez, Tomás

Vendedores de imagen : los retos de los nuevos gabinetes de comunicación / Tomás, Alvarez;

Mercedes, Caballero

. --Barcelona : Ediciones Paidós, 1997

251 p. : il

Colección Paidós. Papeles de comunicación ; no.18

Incluye apéndices y referencias bibliográficas

COMUNICACION ORGANIZACIONAL / COMUNICACION POLITICA / CASOS EN COMUNICACION

Caballero, Mercedes

ISBN: 84-493-0370-2

Existencias: G - 054850 Ej.1 G - 060228 Ej.2

GENERAL

657.458

Ch485c

Charry Rodríguez, Jorge Alirio

El control interno en diez módulos : en entidades y organismos del estado / Jorge Alirio, Charry

Rodríguez

. --Medellín : Biblioteca Jurídica Dike ; ACAP, 1996

iv, 166 p. : il., cuadros

Incluye bibliografía

AUDITORIA INTERNA - METODOLOGIA / LEY 87 DE 1993 / DECRETO 2150 DE 1995

ISBN: 958-9421-60-1

Existencias: G - 055094 Ej.1

GENERAL

658.5

M385m

Martínez Bermúdez, Rigoberto

Manual de procedimientos : elaboración, implantación, mejoramiento continuo / Rigoberto, Martínez

Bermúdez

. --Santafé de Bogotá : Corporación Colombiana de Organización y Métodos-"O & M Colombia", 1994 (impresión de 1997)

139 p. : il

Incluye bibliografía

MANUALES ADMINISTRATIVOS / REINGENIERIA - MANUALES / MEJORAMIENTO CONTINUO - MANUALES

Existencias: G - 055158 Ej.1

GENERAL

658.812

P424u

Peppers, Don

Uno por uno : el marketing del siglo XXI / Don, Peppers; Martha, Rogers; tr. Aníbal Carlos, Leal

. --Buenos Aires : Javier Vergara Editor, 1996

340 p. : il

Colección Business class
MERCADERO / RELACIONES CON LOS CLIENTES / SERVICIO AL CLIENTE
Rogers, Martha; Leal, Aníbal Carlostr.
ISBN: 950-15-1582-6
Existencias: G - 055190 Ej.1 G - 055191 Ej.2 G - 055192 Ej.3

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658.315
R349e

Reichheld, Frederick F.

El efecto de la lealtad / Frederick F. Reichheld ; tr. Margarita Cárdenas. --
. --Santafé de Bogotá : Norma, 1996.

xvii, 461 p. : il.

A la cabeza de la carátula : Bestseller de BusinessWeek

ADMINISTRACION INDUSTRIAL / CAMBIO ORGANIZACIONAL / ORGANIZACION INDUSTRIAL / RELACIONES
CON LOS CLIENTES / LEALTAD

Cárdenas, Margarita , tr.

ISBN: 958-04-3518-9

Existencias: CT - 055193 Ej.1 CT - 055194 Ej.2 CT - 055195 Ej.3

GENERAL

658.4
D794g

Drucker, Peter Ferdinand

Gerencia para el futuro : el decenio de los 90 y más allá / Peter Ferdinand Drucker ; tr. Jorge Cárdenas
Nannetti. --

. --Santafé de Bogotá : Grupo Editorial Norma, 1993.

xi, 353 p.

Incluye epílogo e índice

ADMINISTRACION DE EMPRESAS / INDUSTRIA -MANEJO / DIRECTORES DE COMPAÑIAS

Cárdenas Nannetti, Jorge , tr.

ISBN: 958-04-2144-7

Existencias: G - 055215 Ej.4

GENERAL

658.3
B993z

Byham, William C.

Zapp! : la energía inspiradora y vigorizante que aumentará el éxito / William C., Byham; Jeff, Cox; tr.
Alexander, Whitehouse

. --México : Editorial Diana, 1992

193 p. : il., cuadros

ADMINISTRACION DE EMPRESAS / PRODUCTIVIDAD INDUSTRIAL / SATISFACCION EN EL TRABAJO /
MOTIVACION DEL EMPLEADO / EXITO EN LOS NEGOCIOS

Cox, Jeff; Whitehouse, Alexandertr.

ISBN: 968-13-2222-3

Existencias: G - 055251 Ej.1

GENERAL

658.4
P483d

Peters, Tom

Del caos a la excelencia : manual para una revolución en la dirección y administración de empresas /
Tom, Peters

-- 5a ed. --Barcelona : Ediciones Folio, 1994

xii, 687 p.

Incluye índice

ADMINISTRACION DE EMPRESAS - MANUALES / SERVICIO AL CLIENTE / LIDERAZGO / CAMBIO
ORGANIZACIONAL / PARTICIPACION EN LA ADMINISTRACION DE EMPRESAS

ISBN: 84-7583-155-9

Existencias: G - 055256 Ej.1 G - 055257 Ej.2

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658.84
V339e

Vassos, Tom

Estrategias de mercadotecnia en Internet / Tom Vassos ; tr. Jorge Luis Blanco. --

. --México : Prentice-Hall Hispanoamericana, 1996.

xxii, 326 p. : il.

Incluye apéndice e índice

ESTRATEGIA DE MERCADEO EN INTERNET / VENTAS POR INTERNET / ESTUDIOS DE MERCADO EN INTERNET

Blanco, Jorge Luis , tr.

ISBN: 968-880-828-8

Existencias: CT - 055260 Ej.1 CT - 055261 Ej.2

GENERAL

658.848
K26m

Keegan, Warren J.

Márketing global / Warren J., Keegan; tr. Esmé, Frances Prentice; tr. Diego, Cano Soler; rev. téc. Carlo

M., Galluci

-- 5a ed. en inglés. --Madrid : Prentice Hall, 1997

xix, 532 p. : il., cuadros

Incluye apéndices, bibliografía e índice

MERCADEO / PLANIFICACION DE MERCADEO / ESTRATEGIAS DE MERCADEO / CANALES DE

DISTRIBUCION / COMERCIO EXTERIOR

Frances Prentice, Esmétr.; Cano Soler, Diegotr.; Galluci, Carlo M.rev. téc.

ISBN: 84-89660-18-2

Existencias: G - 055299 Ej.1 G - 055300 Ej.2 G - 055301 Ej.3

GENERAL

658
D259t

Dávila Ladrón de Guevara, Carlos

Teorías organizacionales y administracion : enfoque crítico / Carlos, Dávila Ladrón de Guevara

. --Santafé de Bogotá : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1997

246 p.

Incluye referencias bibliográficas

ORGANIZACION (TEORIAS) / ADMINISTRACION DE EMPRESAS / RELACIONES HUMANAS

ISBN: 958-9032-00-1

Existencias: G - 055312 Ej.7 G - 055313 Ej.8 G - 055314 Ej.9

GENERAL

658.562
M843n

Moreno Bernal, Nancy

La normalización en la empresa / Nancy, Moreno Bernal

. --Santafé de Bogotá : ICONTEC. Dirección de Normalización, 1997

112 p. : il

Incluye anexos y bibliografía

NORMALIZACION - COLOMBIA / CONTROL DE CALIDAD / PRODUCTOS - NORMAS - COLOMBIA

Existencias: G - 055316 Ej.1

GENERAL

658.83
D579i

Dillon, William R.

La investigación de mercados en un entorno de marketing / William R., Dillon; Thomas J., Madden; Neil

H., Firtle

-- 3a ed. en inglés. --Madrid : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1997

xxii, 735 p. : il., tablas

Incluye apéndice, glosario e índice

ESTUDIOS DE MERCADO / MERCADEO / PROYECTOS DE INVESTIGACION EN MERCADO / CASOS EN
MERCADEO

Madden, Thomas J.; Firtle, Neil H.

ISBN: 84-481-0845-0

Existencias: G - 055336 Ej.1 G - 055337 Ej.2 G - 055338 Ej.3

GENERAL

658.401

J67d

Johnson, Gerry

Dirección estratégica : análisis de la estrategia de las organizaciones / Gerry, Johnson; Kevan, Scholes;
tr. José E., Alarcón Batlle; rev. téc. Francisco, Tarragó Sabate

-- 3a ed. --Madrid : Prentice Hall, 1997

xxvii, 407 p. : il

Incluye índices

ESTRATEGIAS DE DESARROLLO / PLANIFICACION ESTRATEGICA / ADMINISTRACION DE EMPRESAS /

DIRECTORES DE COMPAÑIAS

Scholes, Kevan; Alarcón Batlle, José E.tr.; Tarragó Sabate, Franciscorev. téc.

ISBN: 84-89660-11-5

Existencias: G - 055374 Ej.1 G - 055375 Ej.2

GENERAL

658.409

S542e

Shefsky, Lloyd E.

Los emprendedores no nacen, se hacen : aprenda los secretos de 200 emprendedores exitosos / Lloyd
E., Shefsky; tr. Carlos Alberto, Arenas Monreal

. --México : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1997

xxviii, 210 p.

Incluye índice

EXITO ADMINISTRATIVO / ADMINISTRACION DE EMPRESAS / LIDERAZGO

Arenas Monreal, Carlos Alberto, tr.

ISBN: 970-10-1392-1

Existencias: G - 055376 Ej.1 G - 055377 Ej.2

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658.4

Y49g

Yip, George S.

Globalización : estrategias para obtener una ventaja competitiva internacional / George S. Yip ; tr.
Jorge Cárdenas Nannetti. --

. --Santafé de Bogotá : Norma, 1993 (impresión de 1997)

xix, 331 p. : il.

Incluye apéndice

COMPETENCIA INTERNACIONAL / COMPETITIVIDAD / EMPRESAS TRANSNACIONALES / DIRECTORES DE
COMPAÑIAS / COMPETENCIA ECONOMICA INTERNACIONAL

Cárdenas Nannetti, Jorge , tr.

ISBN: 958-04-2574-4

Existencias: CT - 055378 Ej.2 CT - 055379 Ej.3

GENERAL

658.86

G633e

Gómez Gras, José María

Estrategias para la competitividad de las PYME : especial referencia al proceso de creación de
empresas / José María, Gómez Gras; pról. Pedro, Nueno

. --Madrid : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1997

xii, 193 p.

Serie McGraw-Hill de Management

Incluye apéndices y bibliografía

COMPETENCIA INDUSTRIAL / COMPETITIVIDAD / ENTORNO EMPRESARIAL / MICROEMPRESAS

Nueno, Pedro, pról.

ISBN: 84-481-0803-5

Existencias: G - 055380 Ej.1

GENERAL

658.15

B946c

Burbano P., Antonio J.

Costos y presupuestos : conceptos fundamentales para la gerencia / Antonio J., Burbano P.

. --Santafé de Bogotá : Universidad de los Andes. Facultad de Administración, 1997

134 p. : il., tablas

Colección Biblioclase

Incluye bibliografía

CONTROL DE COSTOS / PRESUPUESTO / GESTION EMPRESARIAL

ISBN: 958-9057-82-9

Existencias: G - 055382 Ej.1

GENERAL

658.4

H996m

Hyland, Bruce N.

Más reflexiones para los gerentes / Bruce N., Hyland; Merle J., Yost; tr. Enrique, Moguel Patrón

. --México : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1996

161 p.

Colección Sabiduría e inspiración

ADMINISTRACION - CITAS, MAXIMAS, ETC.

Yost, Merle J.; Moguel Patrón, Enrique tr.

ISBN: 970-10-1199-6

Existencias: G - 055440 Ej.1

GENERAL

658.15938

C755

Concesiones en infraestructura. --Santafé de Bogotá : Ministerio de Hacienda ; COINVERTIR ; Corporación Andina de Fomento-CAF, 1996

137 p.

CONTRATOS DE CONCESION - COLOMBIA / FINANCIACION DE PROYECTOS DE INVERSION - COLOMBIA / CONCESION DE SERVICIOS PUBLICOS - COLOMBIA

Existencias: G - 055492 Ej.1 G - 055493 Ej.2

658.05

C278ad

Carlberg, Conrad George

Administración de datos con Excel / Conrad George, Carlberg; tr. Luis J., Díaz Mena; rev. téc.

Alejandro Rafael, Aquino Olivos

. --México : Prentice-Hall Hispanoamericana, 1996

xx, 476 p. : il. + 1 disquete 3 1/2 con ejercicios

Incluye apéndice e índice

EXCEL (PROGRAMA PARA COMPUTADOR) / NEGOCIOS CON AYUDA DE COMPUTADORES /

ADMINISTRACION DE BASES DE DATOS / ESTADOS FINANCIEROS - BASES DE DATOS

Díaz Mena, Luis J. tr.; Aquino Olivos, Alejandro Rafael rev. téc.

Existencias: P - 055521 Ej.1 P - 055522 Ej.2

GENERAL

658.83

G245a

Garza García, Jorge de la

Análisis de la información mercadológica : a través de la estadística multivariante / Jorge de la, Garza García

. --México : Alhambra Mexicana, 1995

235 p. : il
Incluye soluciones a ejercicios y bibliografía
BIBLIOMETRIA - ESTUDIO Y ENSEÑANZA / SISTEMAS DE INFORMACION - MERCADEO / MERCADEO -
ESTADISTICAS
ISBN: 968-444-186-X
Existencias: G - 055537 Ej.1

GENERAL

658.402
K76m

Koch, Richard
Managing without management : a post-management manifesto for business simplicity / Richard, Koch;
Ian, Godden
. --London : Nicholas Brealey Publishing, 1996
viii, 248 p. : il
Incluye referencias bibliográficas e índice
DESCENTRALIZACION ADMINISTRATIVA / CAMBIO ORGANIZACIONAL / REORGANIZACION
CORPORATIVA / EMPRESAS
Godden, Ian
ISBN: 1-85788-165-6
Existencias: G - 055643 Ej.1

GENERAL

658.4
V165p

Valero y Vicente, Antonio
Política de empresa : el gobierno de la empresa de negocios / Antonio, Valero y Vicente; José Luis,
Lucas Tomás
-- 2a ed rev.. --Pamplona : EUNSA, 1991
227 p. : cuadros
Colección Manuales IESE
Incluye anexo e índices
ADMINISTRACION DE EMPRESAS / POLITICA Y GOBIERNO / DIAGNOSTICO DE EMPRESAS
Lucas Tomás, José Luis
ISBN: 84-313-1119-3
Existencias: G - 055654 Ej.1

GENERAL

658.562
S683c

Soin, Sarv Singh
Control de calidad total : claves, metodologías y administración para el éxito / Sarv Singh, Soin; tr.
Guadalupe, Meza Staines
. --México : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1997
xiv, 305 p. : il
Incluye conclusión, apéndices, bibliografía e índice
CONTROL DE CALIDAD / CONTROL DE CALIDAD - METODOLOGIA / CALIDAD TOTAL - METODOLOGIA /
EXITO
Meza Staines, Guadalupe, tr.
ISBN: 970-10-1343-3
Existencias: G - 055720 Ej.1 G - 055721 Ej.2

GENERAL

658.4032
S486g

Serna Gómez, Humberto
Gerencia estratégica : planeación y gestión -- Teoría y metodología / Humberto, Serna Gómez
-- 5a ed. act., corr. y aum. --Santafé de Bogotá : 3R Editores, 1997
xi, 343 p. : il., cuadros, tablas
Colección Temas gerenciales. Serie Gerentes
Incluye Guía para el Diagnóstico Estratégico, anexos y bibliografía
PLANEACION ESTRATEGICA / TOMA DE DECISIONES / GESTION INDUSTRIAL

ISBN: 958-96137-7-2

Existencias: G - 055779 Ej.1 G - 055780 Ej.2

GENERAL

658.8

K26m

658.8

K26m

Keegan, Warren J.

Marketing / Warren J., Keegan; Sandra E., Moriarty; Thomas R., Duncan

-- 2nd ed. --Englewood Cliffs, N.J. : Prentice Hall, 1995

xxviii, 818 p. : il. + 1 suplemento Sampler (il., p. irr.) y 5 video cassettes

Los video cassettes contienen : v.1 : Parte 1 : capítulos 1-3. -- v.2 : Partes 2 y 3 : capítulos 5-10. -- v.3 : Partes 4 y 5 : capítulos 11-17. -- v.4 : Partes 6 y 7 : capítulos 19, 20, 22. -- v.5 : capítulos 4, 18, 21

Incluye apéndices, referencias bibliográficas e índice

MERCADEO / ADMINISTRACION DE MERCADEO / PLANEACION ESTRATEGICA / ESTRATEGIAS DE

MERCADEO / CANALES DE DISTRIBUCION

Moriarty, Sandra E.; Duncan, Thomas R.

Existencias: G - 055860 Ej.1 G - 055861 Ej.2 G - 055862 Supl. G - 055863 v.1 G - 055864 v.2 G - 055865 v.3 G - 055866 v.4 G - 055867 v.5

GENERAL

658.562

H114a

Haberer, JoAnn B.

Administración total de la calidad (TQM) : 50 maneras de inducir calidad total en su organización / JoAnn B., Haberer; MaryLou W., Webb; tr. Jaime, Schlittler

. --México : Grupo Editorial Iberoamérica, 1997

xii, 90 p. : il

Colección 50 minutos

CALIDAD TOTAL EN LA ORGANIZACION / CONTROL DE CALIDAD / SERVICIO AL CLIENTE / CASOS EN CALIDAD TOTAL

Webb, MaryLou W.; Schlittler, Jaime tr.

ISBN: 970-625-147-2

Existencias: G - 055874 Ej.1 G - 055875 Ej.2 G - 058451 Ej.3

GENERAL

651.73

F911c

Friedman, Nancy J.

Contestación telefónica eficaz : el directorio telefónico de la doctora Telephone "Doctor" / Nancy J., Friedman; tr. Jaime, Schlittler

. --México : Grupo Editorial Iberoamérica, 1997

x, 102 p. : il

Serie 50 minutos

ETIQUETA EN EL TELEFONO / TELEFONO EN LOS NEGOCIOS

Schlittler, Jaime, tr.

ISBN: 970-625-148-0

Existencias: G - 055880 Ej.1 G - 055881 Ej.2

GENERAL

658.3

I31c

Imai, Masaaki

Cómo implementar el kaizen en el sitio de trabajo (Gemba) / Masaaki, Imai; tr. Gloria Elizabeth, Rosas Lopetegui; rev. téc. Roberto, Rosero Hinestroza; rev. téc. Luis Emilio, Velásquez Botero

. --Santafé de Bogotá : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1998

xxx, 312 p. : il

Incluye índice

ADMINISTRACION DE PERSONAL / METODO KAIZEN / MEJORAMIENTO CONTINUO / CASOS EN ADMINISTRACION DE PERSONAL

Rosas Lopetegui, Gloria Elizabeth tr.; Rosero Hinestroza, Robertorev. téc.; Velásquez Botero, Luis

Emiliorev. téc.

ISBN: 958-600-798-7

Existencias: G - 056072 Ej.1 G - 056073 Ej.2

GENERAL

658.91
A567m

Andrew, Kenneth R.

Márketing de los servicios bancarios y financieros / Kenneth R., Andrew

. --Bilbao : Deusto, 1993

199 p. : il., tablas

Incluye glosario

MERCADEO DE SERVICIOS FINANCIEROS / MERCADEO / ESTRATEGIAS DE MERCADEO / SERVICIOS

FINANCIEROS

ISBN: 84-234-0762-4

Existencias: G - 056103 Ej.1

GENERAL

658.562
H868i

Hoyle, David

ISO 9000 : manual de sistemas de calidad / David Hoyle ; tr. María José Gómez Caño. --

-- 3a ed. -- . --Madrid : Paraninfo, 1996.

443 p. : il

Incluye apéndices e índice

CONTROL DE CALIDAD-NORMAS - MANUALES / MANUFACTURAS-CONTROL DE CALIDAD - NORMAS /

ISO 9000-MANUALES

Gómez Caño, María José , tr.

ISBN: 84-283-2177-9

Existencias: G - 056107 Ej.1

GENERAL

658.401
M385c

Martínez Martínez, Miguel Angel

Casos prácticos de management estratégico / Miguel Angel, Martínez Martínez

. --Madrid : Díaz de Santos, 1996

xx, 278 p. : il., tablas

Serie Universitaria

Incluye bibliografía

PLANIFICACION ESTRATEGICA / CASOS EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS / LIDERAZGO / DIRECCION

POR OBJETIVOS

ISBN: 84-7978-235-8

Existencias: G - 056108 Ej.1 G - 056109 Ej.2

GENERAL

658.9161
M359a
1996

Marriner-Tomey, Ann

Administración y liderazgo en enfermería / Ann, Marriner-Tomey; rev. Antonia, Almena Rojas; rev. María del Carmen, Huber Alonso

-- 5a ed. --Madrid : Harcourt Brace, 1996 (impresión de 1997)

xxv, 523 p. : il., tablas

Incluye apéndice, bibliografías e índice

ADMINISTRACION DE SERVICIOS DE SALUD / LIDERAZGO EN ENFERMERIA / ENFERMERIA - TOMA DE

DECISIONES

Almena Rojas, Antoniarev.; Huber Alonso, María del Carmenrev.

ISBN: 84-8174-191-4

Existencias: G - 056119 Ej.1

GENERAL

658.8
S792f
1992

Stanton, William J.

Fundamentos de marketing / William J., Stanton; Michael J., Etzel; Bruce J., Walker; tr. Julio, Coro Pando
-- 5a ed. --México : Editorial McGraw-Hill, 1992

733 p. : il.

Incluye glosario e índices

MERCADEO - FUNDAMENTOS / PRODUCTOS NUEVOS / POLITICA DE PRECIOS / ANALISIS DE MERCADEO

Etzel, Michael J.; Walker, Bruce J.; Coro Pando, Julio tr.

ISBN: 970-10-0175-3

Existencias: G - 056480 Ej.1

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

R
658.562
I59c

Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación

Catálogo de normas técnicas colombianas 98 / Instituto Colombiano de Normas Técnicas y
Certificación. --

. --Santafé de Bogotá : ICONTEC, 1998.

395 p.

Incluye índice

NORMALIZACION-CATALOGOS / CONTROL DE CALIDAD-NORMAS - CATALOGOS / CALIDAD DE LOS
PRODUCTOS-NORMAS - CATALOGOS

ISBN: 958-9383-05-X

Existencias: CT - 056493 Ej.1

GENERAL

658.401
W187e

Wall, Stephen J.

Estrategias innovadoras en su negocio : cómo crear líderes para las empresas de hoy / Stephen J. Wall
y Shannon Rye Wall ; trs. Rodrigo Larios Sanz y María del Pilar, Carril. --

. --México : Prentice-Hall Hispanoamericana, 1997

xii, 260 p. : cuadros + 1 disquete 3 1/2 pulg.

Incluye apéndices e índice

LIDERAZGO / PLANIFICACION ESTRATEGICA / ADMINISTRACION DE EMPRESAS

Rye Wall, Shannon; Larios Sanz, Rodrigo, tr.; Carril, María del Pilar, tr.

Existencias: G - 056528 Ej.1 G - 056529 Ej.2

GENERAL

658.40355
D794d

Drucker, Peter Ferdinand

Drucker habla sobre Asia : diálogo entre Peter Drucker e Isao Nakauchi / Peter Ferdinand, Drucker;
Isao, Nakauchi; tr. Jorge, Cárdenas Nannetti

. --Santafé de Bogotá : Norma, 1997

240 p.

Incluye índice

CAMBIO ORGANIZACIONAL / LIDERAZGO / PLANIFICACION DE RECURSOS HUMANOS /
ADMINISTRACION DE SISTEMAS DE INFORMACION / EMPRESARIOS INDUSTRIALES / ADMINISTRACION DE
EMPRESAS / PRONOSTICO DE LOS NEGOCIOS

Nakauchi, Isao; Cárdenas Nannetti, Jorge tr.

ISBN: 958-04-4080-8

Existencias: G - 056745 Ej.1 G - 056755 Ej.2 G - 056756 Ej.3

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658.404
B849a
Briceño L., Pedro

Administración y dirección de proyectos : un enfoque integrado / Pedro Briceño L. ; edit. Arturo González Zavala. --
-- 2a ed. -- . --Santiago : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1996.
247 p. : gráfs.
Incluye índices y referencias
ADMINISTRACION DE PROYECTOS / DIRECCION DE PROYECTOS
González Zavala, Arturo, edit.
ISBN: 956-278-008-2
Existencias: CT - 056770 Ej.1 CT - 056771 Ej.2 CT - 056852 Ej.3

GENERAL

658.409
S465c
658.409
S465c

Smith, Douglas K.
El cambio está en tus manos : los diez principios fundamentales para lograr el éxito de tu empresa /
Douglas K., Smith; tr. Esther, Fernández Alvarado
. --México : Prentice-Hall Hispanoamericana, 1996
ix, 304 p. : il + 1 disquete 3½
Incluye índice
CAMBIO ORGANIZACIONAL / EXITO EMPRESARIAL
Fernández Alvarado, Esther, tr.
Existencias: G - 056786 Ej.1 G - 056787 Ej.2

GENERAL

658.15932
G633gm

Gómez de León, Patricia
Guía para el mejoramiento de una institución de salud / Patricia, Gómez de León
. --Santafé de Bogotá : Fundación Restrepo Barco ; Fundación para la Educación Superior-FES ;
Fundación Coronel Instituto Fes de Liderazgo, 1992
63 p.
Serie Gehos ; no.1
Incluye bibliografía
ADMINISTRACION HOSPITALARIA / ATENCION MEDICA / ADMINISTRACION DE SERVICIOS DE SALUD
Existencias: G - 035629 Ej.1

GENERAL

658.503
V924a

Vollmann, Thomas E.
Administración integral de la producción y de los inventarios / Thomas E. Vollmann, William L. Berry y D.
Clay Whybark ; tr. Fernando Roberto Pérez Vázquez. --
. --México : Editorial Limusa ; Grupo Noriega Editores, 1996.
425 p. : il. --
Colección La microempresa. Serie La calidad total
Incluye bibliografías e índice
ADMINISTRACION DE LA PRODUCCION / INVENTARIOS / CONTROL DE INVENTARIOS / ESTUDIO DE
TIEMPOS
Berry, William L.; Whybark, D. Clay; Pérez Vázquez, Fernando Roberto, tr.
ISBN: 968-18-5378-4
Existencias: G - 056812 Ej.1 G - 056813 Ej.2 G - 065190 Ej.3 G - 065191 Ej.4

GENERAL

658.406
R425

Marcen, María José, tr.
Repensando el futuro : negocios, principios, competencia, control y complejidad, liderazgo, mercados
y el mundo / tr. María José, Marcen
. --Bogotá : Norma, 1997
319 p.

Incluye índice
CAMBIO ORGANIZACIONAL / COMPETENCIA ECONOMICA / LIDERAZGO / MERCADEO
ISBN: 958-04-3936-2
Existencias: G - 056825 Ej.1 G - 056826 Ej.2 G - 059553 Ej.3

GENERAL

658.84
P948m

Pride, William M.
Marketing : conceptos y estrategias / William M., Pride; O. C., Ferrell; tr. Gloria Elizabeth, Rosas Lopetegui; rev. téc. José Nicolás, Jany Castro
-- 9a ed. --Santafé de Bogotá : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1997
xxvii, 877 p. : il
Incluye notas, apéndices, glosario e índices
MERCADEO / ADMINISTRACION DE MERCADEO / ESTRATEGIA DE MERCADEO
Ferrell, O. C.; Rosas Lopetegui, Gloria Elizabethtr.; Jany Castro, José Nicolásrev. téc.
ISBN: 958-600-599-2
Existencias: G - 057029 Ej.1 G - 057030 Ej.2

GENERAL

658.0017
M877s

Morris, Tom
Si Aristóteles dirigiera General Motors / Tom, Morris
. --Barcelona : Editorial Planeta, 1998
266 p.
Colección Manuales prácticos
Incluye índice onomástico
ETICA EN LOS NEGOCIOS / EXCELENCIA EMPRESARIAL / EXITO EN LOS NEGOCIOS
ISBN: 84-08-02236-9
Existencias: G - 057032 Ej.1

GENERAL

658.406
R741d

Roig, Barto
Descubre y corrige tus incompetencias / Barto, Roig
. --Barcelona : EIUNSA, 1995
284 p.
Colección Empresa
Incluye bibliografía y referencias
LIDERAZGO / CAMBIO ORGANIZACIONAL / STRESS LABORAL / DIRECTORES DE COMPAÑIAS
ISBN: 84-87155-47-2
Existencias: G - 056988 Ej.1 G - 057809 Ej.2

GENERAL

VC
650.1
D278s

De Posada, Joachim
Sobrevivir entre pirañas [video] : motivación para el éxito, fórmulas para alcanzar el éxito / Joachim De Posada
. --Santafé de Bogotá : INCOLDA, 1996
s.p. : Video cassette VHS (58 min.)
Colección Video empresarial
MOTIVACION (PSICOLOGIA) / PREDICCIÓN DEL EXITO LABORAL / STRESS LABORAL-TRATAMIENTO
Existencias: G - 057074 Ej.1 G - 064486 Ej.2

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658.4
D794g

Drucker, Peter Ferdinand

Gerencia para el futuro : el decenio de los 90 y más allá / Peter Ferdinand Drucker ; tr. Jorge Cárdenas Nannetti. --

. --Bogotá : Norma, 1993 (impresión de 1994)

xi, 353 p. --

Colección Empresas y empresarios

Incluye índice

ADMINISTRACION DE EMPRESAS / INDUSTRIA-MANEJO / DIRECTORES DE COMPAÑIAS / CAMBIO

ORGANIZACIONAL

Cárdenas Nannetti, Jorge , tr.

ISBN: 958-04-2144-7

Existencias: CT - 056997 Ej.5

GENERAL

658.5

G621n

Goldratt, Eliyahu M.

No fue la suerte / Eliyahu M., Goldratt; tr. Nicholas A., Gibler

. --México : Ediciones Castillo, 1995

250 p.

ADMINISTRACION DE LA PRODUCCION -NOVELA / PLANIFICACION DE LA PRODUCCION -NOVELA / ADMINISTRACION EN LA LITERATURA / COSTOS DE PRODUCCION - NOVELA

Gibler, Nicholas A., tr.

ISBN: 968-7415-07-X

Existencias: G - 056998 Ej.1

GENERAL

658.42

Z85d

Zoghlin, Gilbert G.

De ejecutivo a emprendedor : el libro que lo ayudará a ser su propio jefe / Gilbert G., Zoghlin

. --México : Ediciones Castillo, 1994

xii, 228 p.

DIRECTORES DE COMPAÑIAS / TOMA DE DECISIONES / PRONOSTICO DE LOS NEGOCIOS

ISBN: 968-6635-98-X

Existencias: G - 057001 Ej.1

GENERAL

658.85

J65i

Johansson, Johny K.

Implacable : ahora sí, por fin, la manera japonesa de hacer marketing / Johny K., Johansson; Ikujiro,

Nonaka; tr. Jorge, Cárdenas Nannetti

. --Bogotá : Norma, 1997

xxiii, 269 p. : il

Incluye notas y glosario

MERCADEO / SERVICIO AL CLIENTE / SEGMENTACION DE MERCADOS / MERCADEO - TOMA DE

DECISIONES

Nonaka, Ikujiro; Cárdenas Nannetti, Jorge tr.

ISBN: 958-04-3986-9

Existencias: G - 056892 Ej.1 G - 056893 Ej.2 G - 056894 Ej.3

GENERAL

657.45

A779c

Arruñada, Benito

La calidad de la auditoría : incentivos privados y regulación / Benito, Arruñada

. --Madrid : Marcial Pons, Ediciones Jurídicas y Sociales, 1997

248 p.

Incluye referencias bibliográficas e índices

AUDITORIA - NORMAS / AUDITORES

ISBN: 84-7248-479-3

Existencias: G - 056906 Ej.1

GENERAL

658.4
K29ch

Keller, Maryann

- **Choque !** / Maryann, Keller; tr. Aníbal Carlos, Leal

. --Buenos Aires : Javier Vergara, 1994

274 p.

Colección Business class

Incluye bibliografía e índice

ADMINISTRACION INDUSTRIAL / AUTOMOVILES / GENERAL MOTORS - ADMINISTRACION / TOYOTA -
ADMINISTRACION / VOLKSWAGEN - ADMINISTRACION / MERCADEO / CASOS EN ADMINISTRACION DE
EMPRESAS

Leal, Aníbal Carlos, tr.

ISBN: 950-15-1428-5

Existencias: G - 057168 Ej.1

GENERAL

658.812
Ch456s

Chang, Richard Y.

Satisfacer primero a los clientes internos : guía práctica para una mayor satisfacción de los clientes
externos e internos / Richard Y., Chang; P. Keith, Kelly; tr. Carlos, Gardini

. --Barcelona : Gránica-Tecconsultores, 1996

x, 104 p. : il

Serie para la Mejora de la calidad

Incluye apéndice

SERVICIO AL CLIENTE / SATISFACCION DEL CLIENTE

Kelly, P. Keith; Gardini, Carlostr.

ISBN: 950-641-231-6

Existencias: G - 057183 Ej.1 G - 062335 Ej.2

GENERAL

658.406
M385d

Martínez Chávez, Víctor Manuel

Diagnóstico administrativo : procedimientos, procesos y reingeniería / Víctor Manuel, Martínez Chávez

-- 2a ed. --México : Editorial Trillas, 1998

319 p. : il

Incluye apéndice, glosario, bibliografía e índices

DIAGNOSTICO DE EMPRESAS / REINGENIERIA / CAMBIO ORGANIZACIONAL / ADMINISTRACION DE
SISTEMAS DE INFORMACION

ISBN: 968-24-4342-3

Existencias: G - 057179 Ej.1

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658.31
S715c

Sosa Pulido, Demetrio

Conceptos y herramientas para la mejora continua / Demetrio Sosa Pulido. --

. --México : Editorial Limusa ; Grupo Noriega Editores, 1998.

143 p. : il.

Incluye bibliografía e índice

MEJORAMIENTO CONTINUO / TRABAJO EN EQUIPO / NORMALIZACION / MOTIVACION DEL EMPLEADO /
CAPACITACION DE EMPLEADOS

ISBN: 968-18-5529-9

Existencias: CT - 057175 Ej.1

658.8

R487m

Rica, Enrique de la

Marketing en Internet : marketing en el ciberespacio / Enrique de la, Rica
. --Madrid : Anaya Multimedia ; Escuela de Gestión Comercial y Marketing-ESIC, 1997
226 p. : il.
Colección Vía Internet @
Incluye índices
MERCADEO POR INTERNET / SERVICIOS POR INTERNET / INTERNET
ISBN: 84-415-0186-6
Existencias: P - 057208 Ej.1

GENERAL

658.406

A561o

Andreu Civit, Rafael

La organización en la era de la información : aprendizaje, innovación y cambio / Rafael, Andreu Civit;
Joan Enric, Ricart Costa; Josep, Valor Sabatier
. --Barcelona : Estudios y Ediciones IESE, 1995
378 p. : il., cuadros, tablas
Incluye referencias bibliográficas, índice y anexos
CAMBIO ORGANIZACIONAL / CALIDAD TOTAL / REINGENIERIA / INNOVACIONES TECNOLOGICAS
Ricart Costa, Joan Enric; Valor Sabatier, Josep
ISBN: 84-86851-20-3
Existencias: G - 057458 Ej.1

GENERAL

658.403

K29m

Kelly, Michael R.

Manual de solución de problemas : para el mejoramiento de la calidad / Michael R., Kelly; tr. Héctor
M., Zuccolotto Palacios
. --México : Panorama Editorial, 1992 (impresión de 1994)
174 p. : il
Incluye glosario, bibliografía e índice
SOLUCION DE PROBLEMAS / CONTROL DE CALIDAD
Zuccolotto Palacios, Héctor M., tr.
ISBN: 968-38-0324-5
Existencias: G - 057460 Ej.1

GENERAL

658.11

L933c

Lucas Tomás, José Luis

La creación de riqueza : iniciativa, negocio y personas / José Luis, Lucas Tomás
-- 2a ed. --Barcelona : EIUNSA, 1996
178 p.
Incluye epílogo y apéndice bibliográfico
NEGOCIOS - COSTOS / PARTICIPACION EN LA ADMINISTRACION DE EMPRESAS / PRONOSTICOS DE LOS
NEGOCIOS / NEGOCIOS - ADMINISTRACION / COMPETENCIA ECONOMICA
ISBN: 84-87155-78-2
Existencias: G - 057544 Ej.1 G - 057605 Ej.2

GENERAL

658.5752

B725p

Boothroyd, Geoffrey

Product design for manufacture and assembly / Geoffrey, Boothroyd; Peter, Dewhurst; Winston, Knight
. --New York : Marcel Dekker, 1994
ix, 540 p. : il.
Incluye bibliografía e índices
DISEÑO INDUSTRIAL / INGENIERIA CONCURRENTES / PLANIFICACION DE LA PRODUCCION / DISEÑO DE
PRODUCTOS

Dewhurst, Peter; Knight, Winston
ISBN: 0-8247-9176-2
Existencias: G - 057553 Ej.1

GENERAL

658.5752
C744

Gu, Peihua, ed.

Concurrent engineering : methodology and applications / ed. Peihua, Gu; ed. Andrew, Kusiak
. --Amsterdam : Elsevier Science Publishers, 1993
xii, 329 p. : il.

Advances in Industrial engineering ; v.19

Incluye referencias e índice

DISEÑO INDUSTRIAL / INGENIERIA CONCURRENTE / PLANIFICACION DE LA PRODUCCION / DISEÑO DE PRODUCTOS

Kusiak, Andrew, ed.

ISBN: 0-444-814752

Existencias: G - 057556 Ej.1

GENERAL

658.5752
B814m

Bralla, James G.

Manual de diseño de producto para manufactura : guía práctica para producción a bajo costo / James G., Bralla; tr. Francisco G., Noriega; rev. tec. Leopoldo, Pérez Zúñiga
. --México : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1993
3 v. : il.

Incluye índice

DISEÑO DE PRODUCTOS - MANUALES / PLANIFICACIÓN DE LA PRODUCCION / MANUFACTURAS - COSTOS / ENSAMBLAJES (MONTAJES)

Noriega, Francisco G.tr.; Pérez Zúñiga, Leopoldo rev. tec.

ISBN: 968-422-254-8 (O. C.)

Existencias: G - 057558 v.1 G - 057559 v.2 G - 057560 v.3

GENERAL

658.45
J34c

Janner, Greville

Cómo presentar con éxito nuestras ideas a los demás / Greville, Janner

. --Barcelona : Deusto, 1992

235 p.

Biblioteca Deusto de desarrollo personal

Incluye índice

COMUNICACION / PERSUASION (PSICOLOGIA) / REUNIONES / COMITES / DISCUSION

ISBN: 84-234-0608-3

Existencias: G - 057586 Ej.1

GENERAL

650.1
S399c

Schwartz, David J.

Cómo obtener y mantener el éxito : personal y profesional / David J., Schwartz

. --Barcelona : Deusto, 1992

216 p.

Biblioteca Deusto de desarrollo personal

Incluye índice

EXITO / MOTIVACION (PSICOLOGIA) / INCENTIVO (PSICOLOGIA) / EXITO PERSONAL

ISBN: 84-234-0833-7

Existencias: G - 057592 Ej.1

GENERAL

650.1
C142c

Calano, Jimmy

La carrera profesional : 26 atajos para llegar a la cima / Jimmy, Calano; Jeff, Salzman
. --Barcelona : Deusto, 1992
231 p.
Biblioteca Deusto de desarrollo personal
Incluye índice
EXITO PROFESIONAL / CAMBIO (PSICOLOGIA) / AUTORREALIZACION (PSICOLOGIA)
Salzman, Jeff
ISBN: 84-234-0995-3
Existencias: G - 057594 Ej.1

GENERAL

658.542
T941c

Turla, Peter

Cómo usar el tiempo con eficacia y productividad / Peter, Turla; Kathleen, Hawkins
. --Barcelona : Deusto, 1992
199 p.
Biblioteca Deusto de desarrollo personal
Incluye índice
ADMINISTRACION DEL TIEMPO / TIEMPOS Y MOVIMIENTOS / MEDICION DEL TRABAJO
Hawkins, Kathleen
ISBN: 84-234-0606-7
Existencias: G - 057595 Ej.1

GENERAL

658.575
M913a

Moss, Marvin A.

Applying TQM to product desing and development / Marvin A., Moss
. --New York, N. Y. : Marcel Dekker, 1996
xvi, 412 p. : il.
Quality and reliability ; v.46
Incluye índices
DISEÑO INDUSTRIAL / PRODUCTOS NUEVOS - ADMINISTRACION / CALIDAD TOTAL EN ADMINISTRACION
ISBN: 0-8247-9677-2
Existencias: G - 057565 Ej.1

GENERAL

R
658.560202
J95m

Juran, J. M.

Manual de control de calidad / J. M., Juran; Frank M., Gryna; tr. Josep María, Vallhonrat Bou; pról.
Manuel, Guasch
-- 4a ed. --México : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1993
2 v. : il.
Incluye apéndices e índices
CONTROL DE CALIDAD - MANUALES / CALIDAD DE LOS PRODUCTOS / CONTROL DE LA PRODUCCION /
ADMINISTRACION INDUSTRIAL
Gryna, Frank M.; Vallhonrat Bou, Josep Maríatr.; Guasch, Manuelpról.
ISBN: 84-481-0055-7 (O.C.)
Existencias: G - 057566 v.1 G - 057567 v.2

GENERAL

658.1513
O77a
1998
658.1513
O77a

1998

Ortiz Anaya, Héctor

Análisis financiero aplicado : con ajustes por inflación / Héctor, Ortiz Anaya

-- 10a ed. --Santafé de Bogotá : Universidad Externado de Colombia, 1998

729 p. : cuadros + 1 Disquete 3.5

Incluye apéndice e índice

ANALISIS FINANCIERO / FINANZAS - COLOMBIA / ESTADOS FINANCIEROS - COLOMBIA / INDICADORES FINANCIEROS / FLUJO DE CAPITALES

Existencias: G - 057647 Ej.1 G - 057648 Ej.2 G - 057649 Ej.3

GENERAL

658.45

P893c

Pozo Lite, Marisa del

Cultura empresarial y comunicación interna : su influencia en la gestión estratégica / Marisa del, Pozo

Lite

. --Madrid : Editorial Fragua, 1997

227 p. : il

Incluye fuentes bibliográficas

CULTURA EMPRESARIAL / COMUNICACION EN ADMINISTRACION / COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL / AMBIENTE ORGANIZACIONAL

ISBN: 84-7074-095-4

Existencias: G - 057630 Ej.1

658

L471

Sáenz Rovner, Eduardo, comp.

Lecturas críticas de administración / comp. Eduardo, Sáenz Rovner

. --Santafé de Bogotá : Siglo del Hombre Editores ; Universidad Nacional de Colombia, 1998

312 p. : il., tablas

Biblioteca Universitaria. Ciencias Sociales y Humanidades. Serie Administración

Incluye anexos y bibliografías

ADMINISTRACION - ENSEÑANZA (COLOMBIA) / ADMINISTRACION DE EMPRESAS - ENSAYOS, CONFERENCIAS, ETC. / EMPRESAS - ORGANIZACION (COLOMBIA) - ESTUDIO DE CASOS / GESTION PUBLICA (COLOMBIA)

ISBN: 958-665-010-3

Existencias: P - 057632 Ej.1

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658.9161

M236a

Malagón-Londoño, Gustavo

Auditoría en salud : para una gestión eficiente / Gustavo Malagón-Londoño, Ricardo Galán Morera y

Gabriel Pontón Laverde. --

. --Santafé de Bogotá : Editorial Médica Internacional, 1998.

504 p. : Cuadros.

Incluye bibliografía e índice

AUDITORIA EN SALUD / ADMINISTRACION DE SERVICIOS DE SALUD / PLANIFICACION DE LA SALUD

Galán Morera, Ricardo; Pontón Laverde, Gabriel

ISBN: 958-9181-40-6

Existencias: CT - 057685 Ej.1 CT - 057686 Ej.2

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658.9161

M236ad

Malagón-Londoño, Gustavo

Administración hospitalaria / Gustavo Malagón-Londoño, Ricardo Galán Morera y Gabriel Pontón

Laverde. --

. --Santafé de Bogotá : Editorial Médica Internacional, 1996 (impresión de 1997).

569 p. : il.

Incluye bibliografías e índice

ADMINISTRACION DE SERVICIOS DE SALUD / ADMINISTRACION HOSPITALARIA / HOSPITALES-
ADMINISTRACION

Galán Morera, Ricardo; Pontón Laverde, Gabriel

ISBN: 958-9181-22-8

Existencias: CT - 057687 Ej.1 CT - 057688 Ej.2

GENERAL

658.314

S583l

Siliceo Aguilar, Alfonso

Liderazgo para la productividad en México / Alfonso, Siliceo Aguilar

. --México : Editorial Limusa ; Grupo Noriega Editores, 1997

413 p. : il.

Colección Empresarial punto negro

Incluye apéndices, bibliografía e índice

LIDERAZGO / PRODUCTIVIDAD DEL TRABAJO (MEXICO) / ADMINISTRACION INDUSTRIAL / RELACIONES

INDUSTRIALES / DIRECCION POR OBJETIVOS

ISBN: 968-18-5235-4

Existencias: G - 057693 Ej.1

GENERAL

658.2

M294

Rosaler, Robert C., ed.

Manual del ingeniero de planta / ed. Robert C., Rosaler; tr.,y coord. Francisco A., Lancaster; tr. Maricel, Carreras Montiel; rev. téc. Alberto, Mariscal Gracia

-- 2a ed.. --México : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1998

4 v. : il.

Incluye glosarios, bibliografías e índice

INGENIERIA DE INSTALACIONES - MANUALES / INSTALACION DE EQUIPO INDUSTRIAL - MANUALES /

CONSTRUCCION DE EDIFICIOS / MANEJO DE MATERIALES / CONTROL DE LA CONTAMINACION AMBIENTAL /

CORROSION

Lancaster, Francisco A.tr.,y coord.; Carreras Montiel, Mariceltr.; Mariscal Gracia, Albertorev. téc.

ISBN: 970-10-1727-7 (O.C.)

Existencias: G - 057694 v.1 G - 057695 v.2 G - 057696 v.3 G - 057697 v.4

GENERAL

659

A773g

Arranz, Juan Carlos

Gestión de la identidad empresarial : y su impacto sobre los resultados / Juan Carlos, Arranz

. --Barcelona : Ediciones Gestión 2000, 1997

168 p. : il.

Colección Manual de consultoría

Incluye bibliografía e índice

IMAGEN Y DISEÑO CORPORATIVO / PROPIEDAD INDUSTRIAL / PUBLICIDAD / GESTION DE NEGOCIOS /

MARCOS DE EMPRESAS / MARCOS DE FABRICA

ISBN: 84-8088-169-0

Existencias: G - 057714 Ej.1

GENERAL

658.4

M963f

1990

Münch Galindo, Lourdes

Fundamentos de administración / Lourdes, Münch Galindo; José, García Martínez

-- 5a ed. --México : Editorial Trillas, 1990 (impresión de 1997)

240 p. : il.

Incluye bibliografías, apéndice e índice

ADMINISTRACION - ESTUDIO Y ENSEÑANZA / ADMINISTRACION DE EMPRESAS - FUNDAMENTOS

García Martínez, José

ISBN: 968-24-3941-8

Existencias: G - 057915 Ej.4

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658.15
T143i

Talero Almansa, Andrés

Información asimétrica en mercados financieros / Andrés Talero Almansa. --

. --Santafé de Bogotá : Ediciones Uniandes, 1995.

70 p. --

Documento CEDE ; no. 8

MERCADOS FINANCIEROS

Existencias: CT - 057914 Ej.1

GENERAL

658.401
A637†

Anzola Castillo, Iván Eugenio

Técnicas de evaluación organizacional / Iván Eugenio, Anzola Castillo

. --Santafé de Bogotá : Ediciones Universidad de La Sabana, 1998

191 p.

Colección Investigación-Docencia. Administración ; no.7

Incluye apéndice y bibliografía

CAMBIO ORGANIZACIONAL / EVALUACION / ORGANIZACION / CONTROL ADMINISTRATIVO

ISBN: 958-12-0161-0

Existencias: G - 058023 Ej.1 G - 058024 Ej.2

GENERAL

658.0017
L323e

Laris Casillas, Francisco Javier

Ética en los negocios / Francisco Javier, Laris Casillas

. --México : Editores e Impresores FOC, 1997

212 p.

Incluye conclusiones, glosario filosófico e índice

ETICA EN LOS NEGOCIOS / ETICA PROFESIONAL / COMUNICACIONES CONFIDENCIALES

Existencias: G - 058186 Ej.1

GENERAL

659.13
R696c

Rodríguez del Bosque, Ignacio A.

Comunicación comercial : conceptos y aplicaciones / Ignacio A., Rodríguez del Bosque; Javier de la,

Ballina Ballina; Leticia, Santos Vijande

. --Madrid : Editorial Civitas, 1997

378 p. : il

Biblioteca Civitas economía y empresa. Colección Empresa

Incluye bibliografías e índice

COMUNICACION / PUBLICIDAD / MEDIOS DE COMUNICACION DE MASAS / AGENCIAS PUBLICITARIAS /

PUBLICIDAD - INVESTIGACIONES / RELACIONES PUBLICAS / MERCADEO DIRECTO / IMAGEN Y DISEÑO

CORPORATIVO

Ballina Ballina, Javier de la; Santos Vijande, Leticia

ISBN: 84-470-0869-X

Existencias: G - 058327 Ej.1

652.109
O69

Senner, Wayne M., comp.

Los orígenes de la escritura / comp. Wayne M., Senner; Denise, Schmandt-Besserat; Margaret W.,

Green; Henry George, Fischer; tr. Stella, Mastrángelo

. --México : Siglo XXI, 1992

221 p. : il
Colección historia
Incluye bibliografías adicionales y notas e índice
ESCRITURA - HISTORIA / ESCRITURA CUNEIFORME / JEROGLIFICOS - HISTORIA / ALFABETO - HISTORIA /
RUNAS
Schmandt-Besserat, Denise; Green, Margaret W.; Fischer, Henry George; Mastrángelo, Stellatr.
ISBN: 968-23-1715-0
Existencias: P - 058334 Ej.1

GENERAL

658.5

G621m

Goldratt, Eliyahu M.

La meta : un proceso de mejora continua / Eliyahu M., Goldratt; Jeff, Cox; rev. Nicholas A., Gibler
-- 7a ed. --México : Ediciones Castillo, 1998
408 p.

ADMINISTRACION DE LA PRODUCCION / MEJORAMIENTO CONTINUO / ADMINISTRACION DE EMPRESAS
EN LA LITERATURA / MANUFACTURAS / VISION CORPORATIVA

Cox, Jeff; Gibler, Nicholas A.rev.

ISBN: 968-6635-34-3

Existencias: G - 058416 Ej.1 G - 058417 Ej.2 G - 058418 Ej.3

GENERAL

658.568

J95jc

Juran, J.M.

Juran y la calidad por el diseño : nuevos pasos para planificar la calidad de bienes y de servicios /
J.M., Juran; ver. esp. Jesús, Nicolau Medina; ver.esp. María de las Mercedes, Gozalbes Ballester
. --Madrid : Díaz de Santos, 1996

592 p. : gráfs.

Incluye índice y referencias

CALIDAD TOTAL EN SERVICIOS / CONTROL DE LA CALIDAD / CALIDAD DE LOS PRODUCTOS /
PLANIFICACION ESTRATEGICA (CALIDAD)

Nicolau Medina, Jesúsver. esp.; Gozalbes Ballester, María de las Mercedesver.esp.

ISBN: 84-7978-215-3

Existencias: G - 058419 Ej.1

GENERAL

658.568

M565c

Merli, Giorgio

La calidad total como herramienta de negocio : [una respuesta estratégica al reto europeo] / Giorgio,

Merli; tr. Francisco, Larios Santos

. --Madrid : Díaz de Santos, 1995

xxiv, 218 p. : il.

Incluye apéndices e índice

CALIDAD TOTAL / CONTROL DE CALIDAD / PLANIFICACION ESTRATEGICA

Larios Santos, Francisco, tr.

ISBN: 84-7978-191-2

Existencias: G - 058428 Ej.1

GENERAL

R

658.003

R813dn

Rosenberg, Jerry M.

Diccionario de administración y negocios / Jerry M., Rosenberg; tr. Elia, Olvera de Abreu

. --México : Ventura Ediciones, 1995

xii, 529 p.

Serie de Diccionarios de negocios

Incluye apéndices, glosario e índice
ADMINISTRACION - DICCIONARIOS / NEGOCIOS - DICCIONARIOS
Olvera de Abreu, Elia, tr.
ISBN: 968-6346-75-4
Existencias: G - 058435 Ej.1

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658.022

A666u

Arboleda G., José Ubernel

Una misión posible : políticas y programas de apoyo a la microempresa en Colombia / José Ubernel
Arboleda G. ; ed. Ricardo Alonso C. --
. --Santafé de Bogotá : Departamento Nacional de Planeación. Unidad de Desarrollo Empresarial, 1997
198 p.
Incluye anexos e índice
MICROEMPRESAS-COLOMBIA / MICROEMPRESAS (POLITICA) / MICROEMPRESAS (PROGRAMAS)
Alonso C., Ricardo , ed.
ISBN: 958-96047-1-4
Existencias: CT - 058436 Ej.1

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658.022

Ch512m

Chaves, Jairo Luis

Microempresa y competitividad / Jairo Luis Chaves. --
. --Bogotá : Departamento Nacional de Planeación. Unidad de Desarrollo Empresarial, 1997.
5 v.
Contenido : v.1 : Comercialización. -- v.2 : Metalmecánica. -- v.3 : Confecciones. -- v.4 : Alimentos. -- v.5
: Cuero.
En la portada Ministerio de Desarrollo Económico
Incluye índice, bibliografía y anexos
MICROEMPRESAS / MERCADEO / CORTE Y CONFECCION / COMPETITIVIDAD / INDUSTRIA
METALMECANICA / ALIMENTOS / CUERO CURTIDO-INDUSTRIA Y COMERCIO
ISBN: 958-96047-9-X
Existencias: CT - 058438 v.1 CT - 058439 v.2 CT - 058440 v.3 CT - 060571 v.4 CT - 060572
v.5

GENERAL

658.812

P699s

Plancarte, Rodrigo

El servicio como poder de cambio : la característica distintiva en los negocios / Rodrigo, Plancarte
. --México : Ediciones Castillo, 1996
x, 195 p.
Serie Empresarial
Incluye bibliografía e índice
SERVICIO AL CLIENTE / CALIDAD TOTAL EN SERVICIOS / RELACIONES CON LOS CLIENTES / SATISFACCION
DEL CLIENTE
ISBN: 968-7415-28-2
Existencias: G - 058446 Ej.1 G - 062336 Ej.2

GENERAL

658.022

P425

Las pequeñas y medianas empresas : tecnología y competitividad. --Madrid : Organización de
Cooperación y de Desarrollo Económicos ; Ediciones Mundi-Prensa, 1995
132 p.
Incluye índice, bibliografía y anexos
MICROEMPRESAS / COMPETITIVIDAD / PYMES
ISBN: 84-7114-563-4

Existencias: G - 058443 Ej.1

GENERAL

658.812
F726

La fórmula del servicio excelente : una guía clara, precisa y fácilmente aplicable en una pequeña empresa, que puede dar a su organización la ventaja competitiva que necesita para superar a sus competidores -- -y a la gran empresa!. --Madrid : Díaz de Santos, 1995

xxvi, 236 p. : il

Colección Guías de gestión de la pequeña empresa

Incluye conclusión e índices

SERVICIO AL CLIENTE / CALIDAD TOTAL EN SERVICIOS / MOMENTOS DE VERDAD

ISBN: 84-7978-186-6

Existencias: G - 058450 Ej.1

GENERAL

658.568
G861f

Grima Cintas, Pedro

Técnicas para la gestión de la calidad / Pedro, Grima Cintas; Javier, Tort-Martorell Llabres

. --Madrid : Díaz de Santos, 1995

232 p. : gráfs.

Incluye índice y bibliografía

CONTROL DE CALIDAD / CALIDAD TOTAL

Tort-Martorell Llabres, Javier

ISBN: 84-7978-224-2

Existencias: G - 058452 Ej.1

GENERAL

658.31
E28v
658.31
E28v

Egan, Gerard

El valor agregado de los empleados en las organizaciones : lo que hay detrás de una administración positiva / Gerard, Egan; tr. Roberto Andrés, Haas García

. --México : Prentice-Hall Hispanoamericana, 1996

276 p. : + 1 disquete 3½

Incluye referencias e índice

VALOR AGREGADO / CULTURA CORPORATIVA / ADMINISTRACION DE PERSONAL

Haas García, Roberto Andrés, tr.

Existencias: G - 058457 Ej.1

GENERAL

658.409
Ch466a

Chapman, Elwood N.

Actitud : su posición más valiosa / Elwood N., Chapman; ed. Nicolás, Grepe Philp; tr. Jaime, Schlittler -- 2a ed. --México : Grupo Editorial Iberoamérica, 1997

ix, 86 p. : il.

Serie 50 minutos

Incluye índice

ACTITUD EN PSICOLOGIA / EXITO / PREDICCIÓN DEL EXITO LABORAL

Grepe Philp, Nicolásed.; Schlittler, Jaime tr.

ISBN: 970-625-149-7

Existencias: G - 058458 Ej.3

GENERAL

658.409
C949p

658.409
C949p

Crosby, Philip B.

Los principios absolutos del liderazgo / Philip B., Crosby; tr. Roberto Andrés, Haas García
. --México : Prentice-Hall Hispanoamericana, 1996

128 p. : gráfs. + 1 disquete de 3½

Incluye índice

LIDERAZGO / EJECUTIVOS DE NIVEL SUPERIOR / APTITUD DE MANDO

Haas García, Roberto Andrés, tr.

Existencias: G - 058459 Ej.1 G - 062822 Ej.2 G - 062823 Ej.3 G - 062824 Ej.4

GENERAL

658.3
C875a

Cowling, Alan

La administración de personal y las relaciones industriales / Alan, Cowling; Philip S., James; tr.

Concepción Verania, De Parres C.

. --México : Prentice-Hall Hispanoamericana, 1997

vii, 205 p. : + 1 Disquete de 3½

Serie La esencia de...

Incluye índices

ADMINISTRACION DE PERSONAL / RELACIONES INDUSTRIALES / SELECCION DE PERSONAL / MOTIVACION
DEL EMPLEADO / SEGURIDAD INDUSTRIAL / PARTICIPACION EN LA ADMINISTRACION DE EMPRESAS

James, Philip S.; De Parres C., Concepción Veraniatr.

Existencias: G - 058460 Ej.1 G - 062819 Ej.2 G - 062820 Ej.3 G - 062821 Ej.4

GENERAL

659.2
B599c

Billorou, Oscar Pedro

Las comunicaciones de marketing : publicidad, promoción, merchandising, relaciones públicas,
difusión periodística / Oscar Pedro, Billorou

. --Buenos Aires : El Ateneo, 1992

205 p.

Incluye índice y bibliografía

COMUNICACION EN MERCADEO / PUBLICIDAD / RELACIONES PUBLICAS / PROMOCION DE VENTAS /
EXHIBICION DE MERCANCIAS

ISBN: 950-02-6319-X

Existencias: G - 058463 Ej.1

GENERAL

658.9161
S211g

Sánchez Franco, Clara Inés

Gerencia de los servicios de enfermería / Clara Inés, Sánchez Franco; María Cecilia, Maya Maya;

Perla, Obregón Salazar

. --Santafé de Bogotá : Instituto del Seguro Social ; ACOFAEN, 1998

xvi, 58 p. : il.

Serie Guía de intervención en enfermería basada en la evidencia científica ; N°1

Incluye anexos, bibliografías e índice

ADMINISTRACION DE SERVICIOS DE SALUD / ENFERMERIA COMO PROFESION / ENFERMERIA -
ADMINISTRACION

Maya Maya, María Cecilia; Obregón Salazar, Perla

ISBN: 958-8084-00-8

Existencias: G - 058495 Ej.1

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658.022
C397e

Centro de Estudios sobre Desarrollo Económico-CEDE

Evaluación de los programas de apoyo a la microempresa 1997-1998 / dir. Miguel Cabal. --

. --Santafé de Bogotá : Departamento Nacional de Planeación ; Fundación Corona ; Corporación

para el Desarrollo de las Microempresas, 1998.

106 p. : il.

A la cabeza de la portada : Sistemas de evaluación de impacto de los programas de apoyo a la microempresa

Proyecto financiado por el Departamento Nacional de Planeación, Fundación Corona y Corporación para el Desarrollo de las Microempresas

Incluye índice

MICROEMPRESAS-PROGRAMAS DE EVALUACION / PYMES-PROGRAMAS DE EVALUACION

Cabal, Miguel, dir.

ISBN: 958-96548-0-0

Existencias: CT - 058510 Ej.1

GENERAL

658.044

C172g

Cámara de Comercio de Bogotá

Guía referenciada de entidades de apoyo empresarial en Bogotá / Cámara de Comercio de Bogotá

. --Santafé de Bogotá : Cámara de Comercio de Bogotá, 1996.

190 p. --

Serie Biblioteca Cámara de Comercio de Bogotá ; no 75

A la cabeza de la carátula : Crear Empresa n°2

Incluye índices

MICROEMPRESAS -GUIAS / MICROEMPRESAS -ADMINISTRACION / MICROEMPRESAS -BOGOTA

ISBN: 958-9113-79-6

Existencias: G - 058517 Ej.1 G - 060737 Ej.2

GENERAL

658.4

C749f

Congreso Iberoamericano de Derecho Empresarial (2º: 1997 Oct. 21-23 : Santafé de Bogotá)

Formas de control, colaboración, competencia empresarial y propiedad industrial / 1997 Oct. 21-23 :

Congreso Iberoamericano de Derecho Empresarial (2º:

. --Santafé de Bogotá : Cámara de Comercio de Bogotá, 1998

vp. : il

Biblioteca tiene v.3

Incluye bibliografías e índice

COMPETENCIA ECONOMICA DESLEAL / OUTSOURCING / MARCAS / PUBLICIDAD / EMPRESAS PRIVADAS

/ DERECHOS DE AUTOR

ISBN: 958-688-022-2

Existencias: G - 058523 v.3

GENERAL

658.3128

A355i

Alcover de la Hera, Carlos María

Influencias del tiempo y de la pertenencia sobre la eficacia de los equipos de trabajo / Carlos María,

Alcover de la Hera

. --Madrid : Centro Universitario Ramón Carande ; Dykinson, 1998

xxxv, 471 p. : il., tablas

Incluye referencias bibliográficas

TRABAJO EN EQUIPO / PSICOLOGIA SOCIAL / GRUPOS DE TRABAJO

ISBN: 84-8155-335-2

Existencias: G - 058622 Ej.1

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658.30017

C719e

Coloquio de Etica Empresarial y Económica (3º : 1993 : Barcelona)

Etica, trabajo y empleo / El Coloquio. --

. --Pamplona : EUNSA, 1994.

201 p. --

Empresa y Organizaciones. Libros IESE
Incluye índice
ADMINISTRACION DE PERSONAL / ETICA PROFESIONAL / TRABAJADORES -ETICA PROFESIONAL /
TRABAJO Y TRABAJADORES / SINDICATOS
ISBN: 84-313-1295-5
Existencias: CT - 058650 Ej.1

GENERAL

658.0017
M519e

Melé Carné, Doménec
Empresa y economía al servicio del hombre : mensajes de Juan Pablo II a los empresarios y directivos
económicos / Doménec, Melé Carné
. --Pamplona : EUNSA, 1992
502 p.
Biblioteca NT. Economía y empresa
Incluye documentos seleccionados, fuentes de los documentos e índices
JUAN PABLO II, PAPA / ETICA PROFESIONAL / ECONOMISTAS - ETICA PROFESIONAL / HUMANIZACION DEL
TRABAJO / RELACIONES INDUSTRIALES
ISBN: 84-313-1204-1
Existencias: G - 058668 Ej.1

GENERAL

659.1932
Q1p

Qualter, Terence H.
Publicidad y democracia en la sociedad de masas / Terence H., Qualter; tr. Pilar, Vázquez Mota
. --Barcelona : Ediciones Paidós, 1994
233 p.
Colección Paidós comunicación
Incluye bibliografía e índice
PUBLICIDAD / PUBLICIDAD POLITICA / SOCIEDAD DE CONSUMO / PUBLICIDAD - ASPECTOS SOCIALES
Vázquez Mota, Pilar, tr.
ISBN: 84-493-0040-1
Existencias: G - 058736 Ej.1

GENERAL

658.4
Z36c

Zaratiegui, Jesús María
Caballeros y empresarios : el hombre de negocios victoriano / Jesús María, Zaratiegui
. --Madrid : Ediciones Rialp, 1996
176 p.
Colección Empresa y humanismo: no.12
Incluye bibliografía
ADMINISTRACION DE EMPRESAS - SIGLO XIX / HUMANIZACION DEL TRABAJO / DESARROLLO
ECONOMICO - SIGLO XIX / EMPRESARIOS INDUSTRIALES - SIGLO XIX
ISBN: 84-321-3105-9
Existencias: G - 058906 Ej.1

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658.0017
G633e
1999

Gómez Pérez, Rafael
Etica empresarial : teoría y casos / Rafael Gómez Pérez ; pról. Tomás Calleja. --
-- 3a ed. -- . --Madrid : Ediciones Rialp, 1999.
166 p.
Incluye nota bibliográfica
ETICA PROFESIONAL / ETICA DE LOS NEGOCIOS / EMPRESARIOS-ETICA PROFESIONAL
Calleja, Tomás , pról.
ISBN: 84-321-3229-2

Existencias: CT - 058908 Ej.1

GENERAL

658.3152
L418u

Lawler III, Edward E.

The ultimate advantage : creating the high-involvement organization / Edward E., Lawler III
. --San Francisco : Jossey-Bass Publishers, 1992

xvii,371 p.

A Joint Publication in the Jossey-Bass management series

Incluye referencias e índice

PARTICIPACION EN LA ADMINISTRACION DE EMPRESAS / CALIDAD DE VIDA / EFECTIVIDAD

ORGANIZACIONAL

ISBN: 1-55542-414-7

Existencias: G - 059002 Ej.1

GENERAL

658.4
S168g

Sallenave, Jean-Paul

Gerencia y planeación estratégica / Jean-Paul, Sallenave

. --Barcelona : Norma, 1990

xi, 283 p. : il

Incluye referencias e índice

GERENCIA / PLANEACION ESTRATEGICA / DIRECTORES DE COMPAÑIAS

ISBN: 958-04-3843-9

Existencias: G - 059086 Ej.3

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658.8
D614

Distribución y logística / Juan Farrán ... [et.al.] . -- . --Barcelona : EUNSA, 1996

281 p. : il.

Colección Manuales IESE

Incluye anexos

MERCADEO / DISTRIBUCION / DISEÑO DE PRODUCTOS / LOGISTICA

Agustín Justribo, Antonio; Yábar, J.C.; Rizo, J.M.; Lacasta, Rafael; Ireland, John; Farrán, Juan

ISBN: 84-313-1413-3

Existencias: CT - 059289 Ej.1 CT - 059766 Ej.2

GENERAL

658.5
V297m

Vargas Morales, Germán

Métodos cuantitativos en producción / Germán, Vargas Morales

. --Santafé de Bogotá : Universidad Francisco José de Caldas, 1996

147 p. : cuadros

Incluye bibliografía

PRODUCCION / INGENIERIA DE LA PRODUCCION / INDUSTRIA - DIRECCION - ADMINISTRACION

ISBN: 958-9160-38-7

Existencias: G - 059293 Ej.1

658.302
R636t

Robbins, Stephen P.

Training in inter-personal skill : TIPS for managing people at work / Stephen P., Robbins; Phillip L.,

Hunsaker

-- 2nd ed. --New Jersey : Prentice-Hall, 1996

vi, 305 p.

Incluye referencias bibliográficas
SUPERVISION DE PERSONAL / COMUNICACION INTERPERSONAL
Hunsaker, Phillip L.
ISBN: 0-13-435827-9
Existencias: P - 059683 Ej.1

658
R636m

Robbins, Stephen P.
Managing today / Stephen P., Robbins
. --Upper Saddle River, N.J. : Prentice-Hall, 1997
xix, 584 p. : il
Incluye referencias bibliográficas e índice
ADMINISTRACION DE EMPRESAS / EFECTIVIDAD ORGANIZACIONAL / ADMINISTRACION DE PERSONAL /
ADMINISTRACION - PROBLEMAS, EJERCICIOS, ETC.
ISBN: 0-13-233313-9
Existencias: P - 059684 Ej.1

658
C418m

Certo, Samuel C.
Modern management : diversity, quality, ethics and the global environment / Samuel C., Certo
-- 7th ed. --Upper Saddle River, N.J. : Prentice-Hall, 1997
xvi, 640 p. : il
Incluye referencias bibliográficas e índice
ADMINISTRACION DE EMPRESAS / ADMINISTRACION INDUSTRIAL / ETICA EN LOS NEGOCIOS
ISBN: 0-13-210634-5
Existencias: P - 059685 Ej.1

658.3
G663o

Gordon, Judith R.
Organizational behavior : a diagnostic approach / Judith R., Gordon
-- 6th ed. --Upper Saddle River, N.J. : Prentice-Hall, 1998
xvii, 569 p. : il
Incluye referencias bibliográficas e índices
COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL / TOMA DE DECISIONES / GRUPOS DE TRABAJO / LIDERAZGO /
CULTURA EMPRESARIAL
ISBN: 0-13-922824-1
Existencias: P - 059686 Ej.1

GENERAL

658.401
R636o

Robbins, Stephen P.
Organizational behavior : concepts, controversies, applications / Stephen P., Robbins
-- 8th ed. --Upper Saddle River, N.J. : Prentice-Hall, 1997
xx, 789 p. : + 1 CD-ROM con Internet y Access
Incluye referencias bibliográficas e índices
CULTURA EMPRESARIAL / CAMBIO ORGANIZACIONAL / LIDERAZGO / GRUPOS DE TRABAJO /
COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL / MOTIVACION
ISBN: 0-13-857459-6
Existencias: G - 059687 Ej.1 G - 062948 Ej.2

658.4
N153a

Nahavandi, Afsaneh

The art and science of leadership / Afsaneh, Nahavandi

. --Upper Saddle River, N.J. : Prentice-Hall, 1997

xiii, 274 p.

Incluye referencias bibliográficas e índices

LIDERAZGO / CAMBIO ORGANIZACIONAL / PARTICIPACION EN LA ADMINISTRACION DE EMPRESAS

ISBN: 0-13-381534-X

Existencias: P - 059680 Ej.1

658.402

A662t

Aranda, Eileen K.

Teams : structure, process, culture and politics / Eileen K., Aranda; Luis, Aranda; Kristi, Conlon

. --Upper Saddle River, N.J. : Prentice-Hall, 1998

xi, 176 p.

Incluye referencias bibliográficas e índices

LIDERAZGO / GRUPOS DE TRABAJO / CULTURA ORGANIZACIONAL

Aranda, Luis; Conlon, Kristi

ISBN: 0-13-494584-0

Existencias: P - 059679 Ej.1

658.314

P648w

Pinder, Craig C.

Work motivation in organizational behavior / Craig C., Pinder

. --Upper Saddle River, N.J. : Prentice-Hall, 1997

xvi, 544 p.

Incluye referencias bibliográficas e índice

MOTIVACION DEL EMPLEADO / ADMINISTRACION DE PERSONAL / COMPORTAMENRO ORGANIZACIONAL / CULTURA ORGANIZACIONAL

ISBN: 0-02-395622-4

Existencias: P - 059678 Ej.1

GENERAL

658.11

T172d

Tapias Ospina, Jairo

Desarrollo empresarial : fomento al espíritu empresarial. Guía para la creación de empresas / Jairo,

Tapias Ospina

. --Santafé de Bogotá : Corporación Universitaria de Colombia IDEAS, 1998

213 p. : Gráfs.

Incluye índice

DESARROLLO INDUSTRIAL / EMPRESAS (CREACION) - PLANEACION / PLANEACION / LIDERAZGO / TOMA DE DECISIONES

Existencias: G - 059427 Ej.1

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658.0017

C719em

Coloquio de Etica Empresarial y Económica (4a : 1994 : Barcelona)

Empresa y vida familiar / pról. Alfonso López Trujillo. --

. --Barcelona : Estudios y Ediciones IESE ; Universidad de Navarra, 1995.

311 p.

Incluye biografía de los participantes

DESARROLLO HUMANO / FAMILIA / ETICA PROFESIONAL / TRABAJO Y VIDA FAMILIAR / TRABAJO DE LA MUJER

López Trujillo, Alfonso , pról.

ISBN: 84-86851-21-1

Existencias: CT - 059550 Ej.1

GENERAL

658.0017

F685e

Fontrodona Felip, Joan

La ética que necesita la empresa / Joan, Fontrodona Felip; Manuel, Gullén Parra; Alfredo, Rodríguez Sedano; pról. Carlos, Cavallé

. --Madrid : Unión Editorial, 1998

158 p.

Colección Ensayos DSI

Incluye índice

ETICA / ETICA EN LOS NEGOCIOS / ETICA PROFESIONAL

Gullén Parra, Manuel; Rodríguez Sedano, Alfredo; Cavallé, Carlos pról.

ISBN: 84-7209-332-8

Existencias: G - 060253 Ej.1

GENERAL

658.4

B453i

Beltrán Jaramillo, Jesús Mauricio

Indicadores de gestión : guía práctica para estructurar acertadamente esta herramienta clave para el logro de la competitividad / Jesús Mauricio, Beltrán Jaramillo

. --Santafé de Bogotá : 3R Editores, 1998

xiv, 151 p. : gráfs.

Colección Temas gerenciales

Incluye índice y bibliografía

GESTION DE NEGOCIOS / ADMINISTRACION DE EMPRESAS / COMPETITIVIDAD / INDICADORES DE GESTION

ISBN: 958-8017-00-9

Existencias: G - 059750 Ej.1 G - 059751 Ej.2 G - 059752 Ej.3

GENERAL

658.4092

L563c

Lencioni, Patrick

Las cinco tentaciones de un gerente : una fábula sobre el liderazgo / Patrick Lencioni ; tr. Adriana de Hassan. --

. --Santafé de Bogotá : Grupo Editorial Norma, 1998

150 p.

Incluye autoevaluación e índice

LIDERAZGO / DIRECTORES DE COMPAÑIAS

Hassan, Adriana de, tr.

ISBN: 958-04-4814-0

Existencias: G - 059759 Ej.1 G - 061153 Ej.2 G - 061154 Ej.3 G - 067490 Ej.4 G - 067491 Ej.5 G - 067492 Ej.6 G - 067493 Ej.7 G - 067494 Ej.8

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658.4062

M636p

Miklos, Tomás

Planeación prospectiva : una estrategia para el diseño del futuro / Tomás Miklos ; María Elena Tello. -- . --México : Editorial Limusa ; Grupo Noriega Editores, 1991 (impresión de 1997).

204 p.

Incluye índice y bibliografía

PROSPECTIVA / PLANIFICACION ESTRATEGICA / SIGLO XXI-PREDICCIONES

Tello, María Elena

ISBN: 968-18-3848-3

Existencias: CT - 059796 Ej.5

658.3124

U74d

Urdaneta Ballén, Orlando

El desarrollo de los recursos humanos en los procesos de apertura económica / Orlando, Urdaneta
Ballén
. --Santafé de Bogotá : 3R Editores, 1997
202 p.
Colección Temas generales
Incluye bibliografía
EMPLEADOS - ADIESTRAMIENTO / ADMINISTRACION DE PERSONAL / APERTURA ECONOMICA -
COLOMBIA
ISBN: 958-96137-2-1
Existencias: P - 059798 Ej.1 P - 059799 Ej.2 P - 059800 Ej.3

GENERAL

658.31
N964
Ordóñez Ordóñez, Miguel, coor.
La nueva gestión de los recursos humanos / coor. Miguel, Ordóñez Ordóñez
. --Barcelona : Gestión 2000 ; Aedipe, 1995
416 p. : gráfs.
Incluye índice y bibliografía
ADMINISTRACION DE PERSONAL / RECURSOS HUMANOS / ETICA EN LOS NEGOCIOS / COMUNICACION
ORGANIZACIONAL
ISBN: 84-8088-081-3
Existencias: G - 060251 Ej.1

GENERAL

658.3125
L668g
Lévy-Leboyer, Claude
Gestión de las competencias : cómo analizarlas, cómo evaluarlas, cómo desarrollarlas / Claude, Lévy-
Leboyer; pról. José M., Prieto
. --Barcelona : Gestión 2000, 1997
161 p.
Incluye índice
ADMINISTRACION DE PERSONAL / COMPETENCIA (PSICOLOGIA) / AUTOESTIMA / EVALUACION DEL
TRABAJO
Prietto, José M., pról.
ISBN: 84-8088-178-X
Existencias: G - 060250 Ej.1

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658.4092
P438l
Pérez López, Juan Antonio
Liderazgo y ética en la dirección de empresas: la nueva empresa del siglo XXI / Juan Antonio Pérez
López ; eds. María Nuria Chinchilla Albiol, Josep M. Rosanas y Pedro Navarro. --
. --Bilbao : Deusto, 1998.
240 p.
Incluye índice
LIDERAZGO / ETICA EN LOS NEGOCIOS / DIRECTORES DE COMPAÑIAS-ETICA PROFESIONAL / ETICA
PROFESIONAL
Chinchilla Albiol, María Nuria, ed.; Rosanas, Josep M., ed.; Navarro, Pedro, ed.
ISBN: 84-234-1625-9
Existencias: CT - 060248 Ej.1

GENERAL

658.4
P524e
Pfeffer, Jeffrey
La ecuación humana : cómo diseñar y dirigir empresas de alto rendimiento / Jeffrey, Pfeffer
. --Barcelona : Gestión 2000 ; Aedipe, 1998
315 p.
Incluye índice

DIRECTORES DE COMPAÑÍAS / ADMINISTRACION DE PERSONAL / EXITO EMPRESARIAL / RENDIMIENTO / RENDIMIENTO INDUSTRIAL

ISBN: 84-8088-285-9

Existencias: G - 060247 Ej.1

GENERAL

658.31

H361u

Hateley, Barbara

Un pavo real en el reino de los pingüinos : fábula sobre los riesgos y posibilidades de ser diferente en el mundo empresarial / Barbara, Hateley; Warren H., Schmitdt; il. Sam, Weiss; tr. Beatriz, Caballero; tr. María del Mar, Ravassa

. --Barcelona : Norma, 1995 (impresión de 1996)

132 p. : il.

ADMINISTRACION DE PERSONAL / CULTURA CORPORATIVA / CAMBIO ORGANIZACIONAL / CLIMA ORGANIZACIONAL

Schmitdt, Warren H.; Weiss, Samil.; Caballero, Beatrizr.; Ravassa, María del Martr.

ISBN: 958-04-2945-6

Existencias: G - 060245 Ej.1 G - 060246 Ej.2

GENERAL

658.4

S472c

Semler, Ricardo

Contra la corriente / Ricardo, Semler

. --México : Javier Vergara Editor, 1994 (impresión de 1997)

347 p.

Incluye índice

ADMINISTRACION DE EMPRESAS / EXITO EMPRESARIAL / SEMCO S.A. - HISTORIA / CAMBIO ORGANIZACIONAL

ISBN: 950-15-1406-4

Existencias: G - 060242 Ej.1 G - 060243 Ej.2 G - 062199 Ej.3

GENERAL

658.4092

G225m

Gardner, Howard

Mentes líderes : una anatomía del liderazgo / Howard, Gardner; Emma, Laskin

. --Barcelona : Ediciones Paidós, 1998

463 p.

Colección Paidós transiciones ; no.11

Incluye índices

LIDERAZGO / LIDERAZGO - RELATOS PERSONALES

Laskin, Emma

ISBN: 84-493-0542-X

Existencias: G - 060357 Ej.1

GENERAL

658.406

M337o

Marin M., Henry

Organización de aprendizaje cultura organizacional gerencia del cambio / Henry, Marin M.

. --Medellín : Universidad Nacional de Colombia. Facultad de Minas, 1998

205 p.

Incluye bibliografía

CULTURA ORGANIZACIONAL / CAMBIO ORGANIZACIONAL / PARADIGMAS (ADMINISTRACION DE EMPRESAS) / COMUNICACION ORGANIZACIONAL

Existencias: G - 060361 Ej.1

SALA DE ARTES Y HUMANIDADES

658.0542

G259n

Gates, Bill

Los negocios en la era digital / Bill Gates ; dir J. A. Bravo. --

. --Barcelona : Plaza y Janés, 1999.

527 p.

Incluye índices y glosario

INFORMATICA / DESARROLLO CIENTIFICO Y TECNOLOGICO / INTERNET (RED DE COMPUTADORES) /
NEGOCIOS / COMERCIO / COMPUTADORES Y ADMINISTRACION / ADMINISTRACION Y COMPUTADORES

Bravo, J. A. , dir.

ISBN: 84-01-01221-X

Existencias: AH - 060425 Ej.1 AH - 063965 Ej.2

GENERAL

658.4

M268a

Mancebo del Castillo Trejo, J. Manuel

El administrador y su entorno dentro de la administración / J. Manuel, Mancebo del Castillo Trejo

. --México : Editorial Limusa ; Grupo Noriega Editores, 1992

372 p.

Incluye bibliografía

ADMINISTRACION DE EMPRESAS / ESCUELAS DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS / PENSAMIENTO
CREATIVO (ADMINISTRACION DE EMPRESAS)

ISBN: 968-18-4129-8

Existencias: G - 060363 Ej.1

GENERAL

658.0017

A263f

Agatiello, Osvaldo R.

El fin de la empresa : ética y valor económico / Osvaldo R., Agatiello

. --Buenos Aires : Manantial, 1996

126 p.

Incluye índice y bibliografía

ETICA EN LOS NEGOCIOS / ECONOMIA - MORAL Y ASPECTOS ETICOS / ETICA PROFESIONAL

ISBN: 987-500-001-9

Existencias: G - 060364 Ej.1

GENERAL

658.57

C355a

Castrillón Aldana, Luz Elena

La aventura de innovar : once testimonios de innovadores que habitan en Medellín / Luz Elena,

Castrillón Aldana

. --Medellín : Cámara de Comercio de Medellín, 1998

207 p.

Incluye biografía del autor

INNOVACIONES TECNOLOGICAS / INDUSTRIA - INNOVACIONES TECNOLOGICAS / PRODUCTIVIDAD
INDUSTRIAL / GESTION INDUSTRIAL / EMPRESARIOS ANTIOQUEÑOS

ISBN: 958-9221-22-X

Existencias: G - 060520 Ej.1

GENERAL

658

A182d

Ackoff, Russell Lincoln

The democratic corporation : a radical prescription for recreating corporate america and rediscovering
success / Russell Lincoln, Ackoff

. --New York, N.Y. : Oxford University Press, 1994

247 p.

Incluye índice

ADMINISTRACION INDUSTRIAL / ADMINISTRACION DE LA PRODUCCION

ISBN: 0-19-508727-5

Existencias: G - 060582 Ej.1

GENERAL

658.402
B415b

Beer, Stafford

Beyond dispute : the invention of team synteegrity / Stafford, Beer

. --Chichester : John Wiley & Sons, 1994

367 p.

The managerial cybernetics of organization

Incluye índice

ORGANIZACION / EVOLUCION ORGANIZACIONAL / CIBERNETICA / GRUPOS DE TRABAJO

ISBN: 0-471-94451-3

Existencias: G - 060581 Ej.1

GENERAL

658.3
R561p

Riesgo Ménguez, Luis

Por una empresa más humana / Luis, Riesgo Ménguez

. --Navarra : EUNSA, 1998

188 p.

Colección Astrolabio. Serie: Economía y Empresa ; No.248

Incluye bibliografía e índice

ADMINISTRACION DE PERSONAL / APTITUD DE MANDO / CAMBIO ORGANIZACIONAL

ISBN: 84-313-1642-X

Existencias: G - 060817 Ej.1

GENERAL

658.1553
P211a

Paoletta, Michael A.

Auditing health care benefits : how to manage costs and minimize risk / Michael A., Paoletta

. --New York, N.Y. : John Wiley & Sons, 1995

261 p. : + 1 Suplemento 1996 (125 p. : il.)

Incluye índice

SEGUROS DE SALUD - ESTADOS UNIDOS - CONTROL DE COSTOS / SEGUROS DE SALUD - ESTADOS UNIDOS

- AUDITORIA / EMPLEADOS BENEFICIARIOS - ESTADOS UNIDOS

ISBN: 0-471-11918-0

Existencias: G - 060650 Ej.1 G - 060651 Supl.

GENERAL

658.403
R397q

Render, Barry

Quantitative analysis for management / Barry, Render; Ralph M., Stair

-- 6th ed.. --New Jersey : Prentice-Hall, 1997

840 p. : gráfs.

Incluye bibliografías e índice

CIENCIA DE LA ADMINISTRACION / INVESTIGACION OPERACIONAL

Stair, Ralph M.

ISBN: 0-13-257339-3

Existencias: G - 060782 Ej.1

GENERAL

R
658.049
C172g

Cámara de Comercio de Bogotá. Departamento de Desarrollo Empresarial

Guía para constituir y formalizar una empresa / Cámara de Comercio de Bogotá. Departamento de Desarrollo Empresarial

-- 4a ed.. --Santafé de Bogotá : Fondo de Desarrollo Empresarial, 1997
89 p.
Colección Crear Empresa ; No.1
En portada : Fundación Corona 30 años
ADMINISTRACION DE EMPRESAS / DISCIPLINA LABORAL / EMPRESARIOS INDUSTRIALES / MICROEMPRESAS
/ PRODUCCION / RAZON SOCIAL / PATENTES DE INVENCION / MARCAS DE EMPRESA / CAMARA DE
COMERCIO DE BOGOTA (COLOMBIA)
ISBN: 958-688-017-6
Existencias: G - 061084 Ej.1

GENERAL

658.4
J12I

Jackson, Harry K.
Logrando la ventaja competitiva : una guía hacia la calidad de clase mundial / Harry K., Jackson;
Norman L., Frigon; tr. Guadalupe, Mesa Staines de Gárate
. --México : Prentice-Hall, 1998
462 p. : il.
Incluye apéndices, bibliografía e índice
COMPETENCIA INTERNACIONAL / CULTURA CORPORATIVA / LIDERAZGO / NEGOCIOS /
ADMINISTRACION / CALIDAD TOTAL / CONTROL DE CALIDAD
Frigon, Norman L.; Mesa Staines de Gárate, Guadalupe.
ISBN: 970-17-0113-5
Existencias: G - 061184 Ej.1 G - 063330 Ej.2

GENERAL

658.4
M516g

Mejía Osorio, Francisco Javier
Gestión tecnológica : dimensiones y perspectivas / Francisco Javier, Mejía Osorio
. --Santafé de Bogotá : ICFES, 1998
107 p. : il.
Incluye notas a pie de página e índice
GESTION TECNOLOGICA / CULTURA EMPRESARIAL / CAMBIO TECNOLOGICO / RECURSO HUMANO /
TECNOLOGIA / COMPETITIVIDAD
ISBN: 958-96318-2-7
Existencias: G - 061207 Ej.1

GENERAL

658.18
S471m

Seminario Nacional sobre Productividad (1º : 1997 Nov. : Santafé de Bogotá)
Memorias / 1997 Nov. : Seminario Nacional sobre Productividad (1º :
. --Santafé de Bogotá : Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, 1997
157 p. : il.
Incluye bibliografías y notas a pie de página
DESARROLLO INDUSTRIAL - COLOMBIA / POLITICA INDUSTRIAL- COLOMBIA / PRODUCTIVIDAD - COLOMBIA
/ SECTOR PRIVADO / RECURSO HUMANO / EMPLEO - COLOMBIA
Existencias: G - 061263 Ej.1

GENERAL

658.848
M882d

Morrison, Terri
Dun & broadstreet's guide to doing business around the world / Terri, Morrison; Wayne A., Conaway;
Joseph, Douress
. --New Jersey : Prentice Hall, 1997
479 p. : Gráfs.
Incluye índice
MERCADO DE EXPORTACION - MANUALES / COMERCIO INTERNACIONAL - MANUALES / EMPRESAS
INTERNACIONALES - MANUALES / COMUNICACION INTERCULTURAL - MANUALES
Conaway, Wayne A.; Douress, Joseph

ISBN: 0-13-531484-4

Existencias: G - 061143 Ej.1

GENERAL

658.15

C782v

Copeland, Tom

Valuation : measuring and managing the value of companies / Tom, Copeland; Time, Koller; Jack, Murrin

-- 2a ed., --New York, N.Y. : John Wiley & Sons ; Mckinsey & Company, 1996

550 p. : gráfs.

Wiley frontiers in finance

Incluye índice

COMPAÑÍAS - VALORACION - MANUALES

Koller, Time; Murrin, Jack

ISBN: 0-471-08627-4

Existencias: G - 061144 Ej.1

GENERAL

658.001

B872c

Brooking, Annie

El capital intelectual : el principal activo de las empresas del tercer milenio / Annie, Brooking

. --Buenos Aires : Ediciones Paidós, 1997

250 p. : il.

Colección Paidós Empresa : No. 53

Incluye bibliografía, notas a pie de página e índice

CAPITAL HUMANO / ADMINISTRACION DE EMPRESAS / APTITUDES / INTELLECTUALES / INTELIGENCIA

ARTIFICIAL / TECNOLOGIA / CAPITAL INTELECTUAL

ISBN: 84-493-0469-5

Existencias: G - 061575 Ej.1 G - 061437 Ej.2

GENERAL

658.8

M432c

Mathur, Shiv S.

Creating value : shaping tomorrow's business / Shiv S., Mathur; Alfred, Kenyon

. --Oxford : Butterworth Heinemann, 1998

451 p. : il.

Incluye bibliografía, glosario e índice

NEGOCIOS / COMPETITIVIDAD / MERCADO

Kenyon, Alfred

ISBN: 0-7506-3954-7

Existencias: G - 061439 Ej.1

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

R

658.1

H236

Handbook of organization studies / eds. Stewart R. Clegg, Cynthia Hardy y Walter R. Nord. -- . --Londres : Sage, 1996.

730 p.

Incluye bibliografías e índice

ORGANIZACION MATRIZ / PLANIFICACION / CULTURA CORPORATIVA / ADMINISTRACION DE EMPRESAS / INVESTIGACION ORGANIZACIONAL / ORGANIZACION INDUSTRIAL

Hardy, Cynthia, ed.; Nord, Walter R., ed.; Clegg, Stewart R., ed.

ISBN: 0-7619-5132-6

Existencias: CT - 061453 Ej.1

GENERAL

658.54
G976a
658.54
G976a

Guns, Bob

Aprendizaje organizacional : cómo ganar y mantener la competitividad / Bob, Guns; Kristin, Anundsen; tr. Guadalupe, Meza S.

. --México : Prentice Hall, 1996

130 p. : il. + 1 disquete 3¼

Series Warren Bennis, executive briefing

Incluye notas e índice

ADMINISTRACION DE EMPRESAS / COMPETITIVIDAD / CAMBIO ORGANIZACIONAL

Anundsen, Kristin; Meza S., Guadalupe.

Existencias: G - 061465 Ej.1 G - 061466 Ej.2

SALA DE ARTES Y HUMANIDADES

658.54
E57i

Encuentro Nacional de Facilitadores (2º : 1997 : Santafé de Bogotá)

Implementación de la gestión integral : casos reales /

. --Santafé de Bogotá : Corporación Calidad, 1998.

101 p. : il.

Incluye conclusiones y notas a pie de página

CALIDAD / CAMBIO ORGANIZACIONAL / PRODUCTIVIDAD / COMPETITIVIDAD / ADMINISTRACION DE EMPRESAS

Existencias: AH - 061467 Ej.1 AH - 061468 Ej.2

GENERAL

658.402
J17c

Jacobs, David

Cómo hacer que su empresa sea competitiva / David, Jacobs; Alfred, Homburger

. --Madrid : Diaz de Santos, 1992

176 p. : il.

Incluye notas a pie de página e índice

PRODUCTIVIDAD / COMPETITIVIDAD / COMPETENCIA ECONOMICA / ADMINISTRACION DE EMPRESAS / ADMINISTRACION POR OBJETIVOS

Homburger, Alfred

ISBN: 84-7978-051-7

Existencias: G - 061469 Ej.1 G - 061470 Ej.2

GENERAL

658.3
Z35f

Zapata, Claudio

Forja de ejecutivos innovadores / Claudio, Zapata

. --México : Edamex, 1994

138 p.

Incluye bibliografía y biografía del autor

ADMINISTRACION DE PERSONAL / CAPACITACION DE PERSONAL DIRECTIVO / COMPETITIVIDAD / MERCADOTECNIA / CAPACITACION DE EJECUTIVOS

ISBN: 968-409-764-6

Existencias: G - 061471 Ej.1 G - 061472 Ej.2

GENERAL

658.54
H633m

Hiebeler, Robert

Las mejores prácticas : Arthur Andersen identifica soluciones enfocadas en el cliente para disparar los resultados de la empresa / Robert Hiebeler, Thomas B. Kelly y Charles Kettman ; tr. Adriana de Hassan. --

. --Santafé de Bogotá : Grupo Editorial Norma, 1998.

xvi, 262 p. : il.

Incluye índice
NEGOCIOS / CAMBIO ORGANIZACIONAL / MERCADEO / CLIENTES
Kelly, Thomas B.; Kettelman, Charles; Hassan, Adriana de, tr.
ISBN: 958-04-4816-7

Existencias: G - 061482 Ej.1 G - 061483 Ej.2 G - 067777 Ej.3 G - 067778 Ej.4 G - 067779
Ej.5

GENERAL

658.4092
C873l

Covey, Stephen R.

El liderazgo centrado en principios / Stephen R., Covey
. --Barcelona : Ediciones Paidós, 1993 (impresión de 1997)
459 p.

Colección Paidós empresa ; no.22

Incluye índices

LIDERAZGO / RENDIMIENTO / CAMBIO ORGANIZACIONAL / DESARROLLO INDUSTRIAL

ISBN: 84-7509-922-X

Existencias: G - 061165 Ej.2 G - 061166 Ej.3

GENERAL

658.3
P495c

Petrick, Joseph A.

Calidad total en la dirección de recursos humanos / Joseph A. Petrick y Diana S. Furr. --

. --Barcelona : Aedipe ; Gestión 2000, 1997.

369 p.

Incluye índice

ADMINISTRACION DE PERSONAL / RECURSOS HUMANOS / CALIDAD TOTAL EN ADMINISTRACION DE
PERSONAL / MEJORAMIENTO CONTINUO / RESPETO POR LAS PERSONAS

Furr, Diana S.

ISBN: 84-8088-202-6

Existencias: G - 061163 Ej.1 G - 061164 Ej.2 G - 066715 Ej.3 G - 066716 Ej.4

GENERAL

658.4092
L712

Díaz Sossa, Germán, ed.

Líderes que enseñan / ed. Germán, Díaz Sossa; inves. Omar W., Riveros Riveros

. --[Santafé de Bogotá?] : Impreandes Presencia, 1997

316 p. : il.

LIDERAZGO / PRESIDENTES - ENTREVISTA / DIRECTORES DE COMPAÑIAS - ENTREVISTAS

Riveros Riveros, Omar W., inves.

ISBN: 958-96278-0-3

Existencias: G - 061158 Ej.1 G - 061159 Ej.2

GENERAL

658.4092
N193l

Nanus, Burt

Liderazgo visionario : forjando nuevas realidades con grandes ideas / Burt, Nanus

. --Barcelona : Granica, 1992

303 p.

Colección Management

Incluye índice

LIDERAZGO / VISION CORPORATIVA / ORGANIZACION - SIGLO XXI

ISBN: 84-7577-386-9

Existencias: G - 061151 Ej.1 G - 061152 Ej.2

GENERAL

658.31

D475a
1996

Dessler, Gary

Administración de personal / Gary, Dessler; tr. Esther, Fernández Alvarado; rev. téc. J. Othon, Juárez Hernández

-- 6a ed. --México : Prentice-Hall Hispanoamericana, 1996

xxvii, 715 p. : il

Incluye notas, glosario e índices

ADMINISTRACION DE PERSONAL / SELECCION DE PERSONAL / CAPACITACION DE EMPLEADOS / MOTIVACION EN EL TRABAJO / ADMINISTRACION DE EMPRESAS COMO PROFESION

Fernández Alvarado, Esthertr.; Juárez Hernández, J. Othonrev. téc.

ISBN: 968-880-585-8

Existencias: G - 061651 Ej.1 G - 062180 Ej.2 G - 062181 Ej.3

GENERAL

658.31
W499a
1995

Werther, William B.

Administración de personal y recursos humanos / William B., Werther; Keith, Davis; tr. Joaquín, Méjía Gómez; rev. téc. María Cristina, Huerta Sobrino

-- 4a ed. --México : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1995

xxix, 486 p. : il

Incluye apéndice, glosario e índice

ADMINISTRACION DE PERSONAL / RECURSOS HUMANOS / SELECCION DE PERSONAL / INCENTIVOS EN LA INDUSTRIA / RELACIONES INDUSTRIALES

Davis, Keith; Méjía Gómez, Joaquíntr.; Huerta Sobrino, María Cristinarev. téc.

ISBN: 970-10-0671-2

Existencias: G - 061675 Ej.1

GENERAL

658.31244
M539c

Mendoza Núñez, Alejandro

Curso de relaciones humanas / Alejandro, Mendoza Núñez; Manuel, Alvarez Herrera

. --México : Editorial El Manual Moderno, 1994

3 v.

Contenido : v.1 : Guía para el supervisor. -- v.2 : Manual del instructor. -- v.3 : Manual de ejercicios

Incluye bibliografía

RELACIONES HUMANAS - MANUALES / SUPERVISORES - GUIAS / ADMINISTRACION DE PERSONAL

Alvarez Herrera, Manuel

ISBN: 968-426-653-7 (O.C.)

Existencias: G - 061654 v.1 G - 061655 v.2 G - 061656 v.3

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658.3142
N424m

Nelson, Bob

1101 formas de recompensar a los empleados / Bob Nelson ; tr. Affan Buitrago Valencia. --

. --Bogotá : Grupo Editorial Norma, 1996.

141 p. : il.

INCENTIVOS EN LA INDUSTRIA / SOBRESUELDOS POR RENDIMIENTO / ADMINISTRACION DE PERSONAL / SALARIOS / ASCENSOS

Buitrago Valencia, Affan , tr.

ISBN: 958-04-3270-8

Existencias: CT - 061688 Ej.1

GENERAL

658.022
H848i

Howald, Félix Adrian

Los impactos financieros de instrumentos económicos sobre la PYME de Colombia / Félix Adrian,

Howald; Carlos Humberto, Barragán CAstaño
. --Santafé de Bogotá : Propel, 1997
147 p. : il
Incluye anexos, bibliografía, índices
POLITICA AMBIENTAL / ECONOMIA AMBIENTAL / MEDIO AMBIENTE / CUERO CURTIDO - INDUSTRIA Y
COMERCIO / PYMES / MICROEMPRESAS
Barragán CAstaño, Carlos Humberto
ISBN: 958-95981-1-0
Existencias: G - 061720 Ej.1

GENERAL

658.403

G463s

Gil Pechuán, Ignacio

Sistemas y tecnologías de la información para la gestión / Ignacio, Gil Pechuán
. --Madrid : Editorial McGraw-Hill, 1997
280 p. : il.
Incluye bibliografía e índice
SISTEMAS DE INFORMACION / TOMA DE DECISIONES / ADMINISTRACION DE SISTEMAS DE INFORMACION
/ ADMINISTRACION DE RECURSOS DE INFORMACION
ISBN: 84-481-0809-4
Existencias: G - 061781 Ej.1

GENERAL

659.1

B453p

1997

Beltrán y Cruces, Raúl Ernesto

Publicidad en medios impresos / Raúl Ernesto, Beltrán y Cruces
-- 3a ed.. --México : Editorial Trillas, 1997
181 p. : il.
Incluye índices
PUBLICIDAD / PUBLICIDAD COMERCIAL ARTISTICA IMPRESA / PUBLICIDAD Y MEDIOS DE COMUNICACION
DE MASAS
ISBN: 968-24-4377-6
Existencias: G - 013350 Ej.1

GENERAL

658.45

R555c

Riel, Crees B.M. van

Comunicación corporativa / Crees B.M. van, Riel; tr. Esperanza, Cerdá; rev. Guillermo, Cisneros; rev.
Oscar, Barrio
. --Madrid : Prentice Hall, 1997
244 p. : gráfs.
Incluye bibliografía e índice
COMUNICACION ORGANIZACIONAL / IDENTIDAD CORPORATIVA / AUTOIMAGEN CORPORAL
Cerdá, Esperanzatr.; Cisneros, Guillermorev.; Barrio, Oscarrev.
ISBN: 84-89660-07-7
Existencias: G - 061835 Ej.1

GENERAL

658.1

C352d

Castillo Aponte, José

El desarrollo organizacional en Colombia / José, Castillo Aponte
. --Santafé de Bogotá : Universidad Distrital Francisco José de Caldas, 1997
x,152 p. : il.
Incluye bibliografía y conclusiones
CAMBIO ORGANIZACIONAL (COLOMBIA) - HISTORIA / GESTION DE CALIDAD - COLOMBIA /
DIAGNOSTICO DE EMPRESAS / ENTREVISTAS / EMPRESAS - COLOMBIA
ISBN: 958-9160-48-4

Existencias: G - 062072 Ej.1

GENERAL

658.009
L471

Cabrera, Mercedes

Lecturas de historia empresarial / Mercedes, Cabrera; Albert, Carreras; Francisco, Comín; Alvaro, Cuervo; Comp. Juan, Hernández Andreu; comp. José Luis, García Ruiz

. --Madrid : Editorial Civitas, 1994

498 p. : gráfs.

Biblioteca Civitas economía y empresa. Colección Economía ; no.8

Incluye índice

EMPRESAS - HISTORIA / EMPRESARIOS INDUSTRIALES / EMPRESAS PRIVADAS DE ESPAÑA - HISTORIA / EMPRESAS PUBLICAS DE ESPAÑA - HISTORIA

Carreras, Albert; Comín, Francisco; Cuervo, Alvaro; Hernández Andreu, JuanComp.; García Ruiz, José Luiscomp.

ISBN: 84-470-0471-1

Existencias: G - 062197 Ej.1

GENERAL

658.009
G216h

García Ruiz, José Luis

Historia económica de la empresa moderna / José Luis, García Ruiz

. --Madrid : Istmo, 1994

320 p.

Colección La historia en sus textos

Incluye índices y bibliografía

EMPRESAS - HISTORIA / EMPRESARIOS INDUSTRIALES / ADMINISTRACION DE EMPRESAS - ESTADOS UNIDOS / ADMINISTRACION DE EMPRESAS - GRAN BRETAÑA / ADMINISTRACION DE EMPRESAS - ALEMANIA / ADMINISTRACION DE EMPRESAS - FRANCIA / ADMINISTRACION DE EMPRESAS - JAPON / ADMINISTRACION DE EMPRESAS - ITALIA / ADMINISTRACION DE EMPRESAS - ESPAÑA

ISBN: 84-7090-294-6

Existencias: G - 062198 Ej.1

GENERAL

658.401
H572a

Hersey, Paul

Administración del comportamiento organizacional : liderazgo situacional / Paul, Hersey; Kenneth H., Blanchard; Dewey E., Johnson; tr. José Francisco Javier, Dávila Martínez; rev. Gustavo, Palafox de Anda -- 7a ed.. --México : Prentice-Hall, 1996

627 p. : gráfs.

Incluye apéndice e índice

COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL / LIDERAZGO / MOTIVACION (PSICOLOGIA) / RELACIONES HUMANAS

Blanchard, Kenneth H.; Johnson, Dewey E.; Dávila Martínez, José Francisco Javiertr.; Palafox de Anda, Gustavorev.

ISBN: 970-17-0136-4

Existencias: G - 062213 Ej.1 G - 062214 Ej.2

GENERAL

658.85
R696c

Rodríguez, Santiago

Creatividad en marketing directo : "Si he aprendido yo, cómo no vas a aprender tú" / Santiago, Rodríguez

. --Bilbao : Deusto, 1997

367 p. : il.

APTITUD CREADORA EN LOS NEGOCIOS / MERCADEO DIRECTO / VENEDORES Y ARTE DE VENDER / VENTA DIRECTA

ISBN: 84-234-1495-7

Existencias: G - 062170 Ej.1

GENERAL

658.8
P957
658.8
P957

Esteban Talaya, Agueda
Principios de marketing / Agueda, Esteban Talaya; Jesús, García de Madariaga Miranda; María José, Narros González; Cristina, Olarte Pascual
. --Madrid : ESIC, 1997
731 p. : + 1 CD-ROM
Incluye índice
MERCADEO / COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR / SEGMENTACION DEL MERCADO / PRODUCTOS NUEVOS / DISTRIBUCION FISICA DE MERCANCIAS / PUBLICIDAD / MERCADEO DE SERVICIOS
García de Madariaga Miranda, Jesús; Narros González, María José; Olarte Pascual, Cristina
Existencias: G - 062171 Ej.1

GENERAL

658.3
G633g

Gómez-Mejía, Luis R.
Gestión de recursos humanos / Luis R., Gómez-Mejía; David B., Balkin; Robert L., Cardy; tr. Isabel, Ozores Santos; tr. Eduardo, Miño Muñoz
. --Madrid : Prentice-Hall, 1997 (impresión de 1999)
xxi, 623 p. : gráfs.
Incluye índice
ADMINISTRACION DE PERSONAL / RECURSOS HUMANOS / FLUJO DE TRABAJO - ADMINISTRACION / SELECCION DE PERSONAL / RENDIMIENTO INDUSTRIAL / COMUNICACION A EMPLEADOS / SINDICATOS (ESTADOS UNIDOS)
Balkin, David B.; Cardy, Robert L.; Ozores Santos, Isabeltr.; Miño Muñoz, Eduardotr.
ISBN: 84-89660-10-7
Existencias: G - 062182 Ej.1 G - 062207 Ej.2

GENERAL

658.3112
S972c

Swan, William
Cómo escoger el personal adecuado / William, Swan; tr. Jorge Enrique, Wahanik
. --Barcelona : Norma, 1991
xvii, 244 p.
Incluye índice
SELECCION DE PERSONAL / ENTREVISTAS PARA EMPLEO / ENTREVISTAS / TOMA DE DECISIONES
Wahanik, Jorge Enrique, tr.
ISBN: 958-04-1402-5
Existencias: G - 062190 Ej.1

GENERAL

658.4
R636f

Robbins, Stephen P.
Fundamentos de administración : conceptos esenciales y aplicaciones / Stephen P., Robbins; David A., De Cenzo; tr. Esther, Fernández Alvarado
. --México : Prentice-Hall Hispanoamericana, 1996
483 p. : il.
Incluye índice
ADMINISTRACION DE EMPRESAS - FUNDAMENTOS / PLANIFICACION / ORGANIZACION / LIDERAZGO
De Cenzo, David A.; Fernández Alvarado, Esthertr.
ISBN: 968-880-695-1
Existencias: G - 062188 Ej.1 G - 062189 Ej.2

GENERAL

658.406

S949e

Sullivan, Gordon

La esperanza no es un método : lo que la gerencia de hoy puede aprender del proceso de reingeniería del ejército de los Estados Unidos / Gordon Sullivan y Michael Harper ; tr. Gonzalo Mallarino. -- . --Santafé de Bogotá : Grupo Editorial Norma, 1998
266 p.

Incluye epílogo, reconocimientos e índice

REINGENIERIA / CAMBIO ORGANIZACIONAL / LIDERAZGO / TRABAJO EN EQUIPO

Harper, Michael; Mallarino, Gonzalo tr.

ISBN: 958-04-4268-1

Existencias: G - 062249 Ej.1 G - 063180 Ej.2 G - 063181 Ej.3 G - 063182 Ej.4 G - 063183
Ej.5 G - 067495 Ej.6 G - 067496 Ej.7 G - 067497 Ej.8

GENERAL

658.3145

S592j

Simmons, Annette

Juegos territoriales : para comprender y poner fin a las guerras territoriales en el trabajo / Annette, Simmons; tr. Mario, Zamora Mercado
. --México : Editorial McGraw-Hill, 1998
xi, 224 p.

Incluye bibliografía e índice

ADMINISTRACION DE PERSONAL / JUEGOS ADMINISTRATIVOS / CONDUCTA EN PSICOLOGIA /
RELACIONES INDUSTRIALES / TRABAJO Y TRABAJADORES

Zamora Mercado, Mario, tr.

ISBN: 970-10-2108-8

Existencias: G - 062250 Ej.1 G - 062251 Ej.2

GENERAL

658.314

G835a

Gretz, Karl F.

Aproveche la creatividad de sus empleados / Karl F., Gretz; tr. Rosa María, Rosas Sánchez
. --México : Editorial McGraw-Hill, 1994
318 p.

Incluye bibliografía e índice

ADMINISTRACION DE PERSONAL / APTITUD CREADORA / APTITUD CREADORA EN LOS NEGOCIOS /
MOTIVACION DEL EMPLEADO

Rosas Sánchez, Rosa María, tr.

ISBN: 970-10-0277-6

Existencias: G - 062262 Ej.1

GENERAL

658.05

C278b

Carlberg, Conrad George

Business analysis with excel / Conrad George, Carlberg
. --[s.L.] : Que, 1995

xviii, 567 p. : gráfs. + 1 disquete

Incluye glosario e índice

NEGOCIOS CON AYUDA DE COMPUTADORES / ESTADOS FINANCIEROS - BASES DE DATOS / EXCEL
(PROGRAMA PARA COMPUTADOR) / HOJA ELECTRONICA / ESTADOS FINANCIEROS - PROCESO DE DATOS /
ANALISIS DE MERCADEO - PROCESO DE DATOS

Existencias: G - 062263 Ej.1

GENERAL

658.409

J27h

James, Jennifer

Habilidades de liderazgo para una nueva era / Jennifer, James; tr. Víctor, Viano
. --Barcelona : Ediciones Paidós, 1998

230 p.
Colección Paidós Empresa ; no.55
Incluye índices, bibliografía y epílogo
DIRECTORES DE COMPAÑÍAS / LIDERAZGO
Viano, Víctor, tr.
ISBN: 84-493-0481-4
Existencias: G - 062325 Ej.1

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658.4
R467e

Reza Trosino, Jesús Carlos
El empresario habil : habilidades gerenciales / Jesús Carlos Reza Trosino. --
. --México : Ediciones Contables, Administrativas y Fiscales, 1993 (Impresión de 1998).
2 v. : il.
Incluye índice y bibliografía
DIRECTORES DE COMPAÑÍAS / LIDERAZGO / TRABAJO EN EQUIPO / TOMA DE DECISIONES /
ADMINISTRACION-FUNDAMENTOS / ADMINISTRACION DE EMPRESAS / CALIDAD TOTAL EN SERVICIOS / APTITUD
CREADORA
ISBN: 968-7681-61-6
Existencias: CT - 062321 Ej.1 v.1 CT - 062322 Ej.1 v.2 CT - 062323 Ej.2 v.1 CT -
062324 Ej.2 v.2

GENERAL

658.45
L933c

Lucas Marín, Antonio
La comunicación en la empresa y en las organizaciones / Antonio, Lucas Marín
. --Barcelona : Bosch Editores, 1997
236 p.
Colección Bosch Comunicación ; no.21
Incluye índices y bibliografía
COMUNICACION ORGANIZACIONAL / SOCIALIZACION / COMUNICACION A EMPLEADOS
ISBN: 84-7676-382-4
Existencias: G - 062330 Ej.1

GENERAL

R
658.022
G943

Guía Legis para la pequeña empresa -- 5a ed. --Santafé de Bogotá : Legis, 1999
195 p.
Incluye índice
MICROEMPRESAS - GUIAS / PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA - GUIAS / SELECCION DE PERSONAL
Existencias: G - 062483 Ej.1 G - 062484 Ej.2

GENERAL

658.1
M535e

Ménard, Claude
Economía de las organizaciones / Claude, Ménard
. --Santafé de Bogotá : Universidad Nacional, 1997
160 p.
Colección Vitral
Incluye notas a pie de página, bibliografía y conclusiones
ORGANIZACION / ADMINISTRACION / ORGANIZACION MATRIZ / ANALISIS FINANCIERO
ISBN: 2-7071-1950-4
Existencias: G - 062633 Ej.1 G - 062634 Ej.2

GENERAL

658.409

V195j

Valls, Antonio

Inteligencia emocional en la empresa / Antonio, Valls

. --Barcelona : Gestión 2000, 1997

143 p.

Incluye índice y bibliografía

INTELIGENCIA EMOCIONAL / INTELIGENCIA - ASPECTOS PSICOLOGICOS / EMOCIONES / EXCELENCIA EMPRESARIAL / SATISFACCION EN EL TRABAJO / TRABAJO EN EQUIPO

ISBN: 84-8088-225-5

Existencias: G - 058780 Ej.1

GENERAL

R

658.003

O98

The oxford dictionary for international business. --New York, N.Y. : Oxford University Press, 1998

1027 p.

EMPRESAS INTERNACIONALES - DICCIONARIOS - INGLES / INVERSIONES EXTRANJERAS - DICCIONARIOS - INGLES

ISBN: 0-19-860163-8

Existencias: G - 062731 Ej.1

GENERAL

658.409

G625i

Goleman, Daniel

La inteligencia emocional en la empresa / Daniel, Goleman

-- 2a ed.. --Buenos Aires : Javier Vergara, 1999

460 p.

Colección Grupo Z

Incluye índice

INTELIGENCIA EMOCIONAL / INTELIGENCIA - ASPECTOS PSICOLOGICOS / EMOCIONES / EXCELENCIA EMPRESARIAL / SATISFACCION EN EL TRABAJO / APTITUD DE MANDO / TRABAJO EN EQUIPO

ISBN: 950-15-1950-3

Existencias: G - 062723 Ej.1

GENERAL

658.4

T861p

Trout, Jack

El poder de lo simple : una guía empresarial para eliminar lo absurdo y ser más racional / Jack, Trout; ed. Raúl, Peralba; ed. Raúl G. del, Río

. --Madrid : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1999

xii, 202 p.

Serie McGraw-Hill de management

Incluye índice

ADMINISTRACION DE EMPRESAS / LIDERAZGO / MOTIVACION / SIMPLIFICACION DE PROCESOS INDUSTRIALES

Peralba, Raúled.; Río, Raúl G. deled.

ISBN: 84-481-2309-3

Existencias: G - 062987 Ej.1 G - 062988 Ej.2

GENERAL

658.15

B828p

1998

Brealey, Richard A.

Principios de finanzas corporativas / Richard A., Brealey; Stewart C., Myers; tr. José Antonio, Redondo López

-- 5a ed. --Madrid : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1998

xxi, 805 p. : gráfs.
Incluye lecturas complementarias en cada capítulo, respuestas, apéndice, glosario e índice
FINANZAS CORPORATIVAS / PLANIFICACION FINANCIERA / COMPAÑIAS FINANCIERAS / PRESUPUESTO DE
CAPITAL
Myers, Stewart C.; Redondo López, José Antonio.
ISBN: 84-481-2023-X
Existencias: G - 063061 Ej.1

GENERAL

658.403
H226d
Hammond, John S.
Decisiones inteligentes : guía práctica para tomar mejores decisiones / John S. Hammond, Ralph L. Keeney y Howard Raiffa ; tr. Jorge Cárdenas Nannetti. --
. --Santafé de Bogotá : Grupo Editorial Norma, 1999.
x, 289 p.
Incluye índice
TOMA DE DECISIONES-GUIAS / SOLUCION DE CONFLICTOS-TOMA DE DECISIONES / VIDA COTIDIANA-TOMA DE DECISIONES / PROFESIONALES-TOMA DE DECISIONES
Keeney, Ralph L.; Raiffa, Howard; Cárdenas Nannetti, Jorge.
ISBN: 958-04-5110-9
Existencias: G - 063053 Ej.1 G - 063054 Ej.2 G - 063055 Ej.3 G - 067605 Ej.4 G - 067606
Ej.5 G - 067607 Ej.6

GENERAL

658.406
D199
La danza del cambio : los retos de sostener el impulso en organizaciones abiertas al aprendizaje / Peter Senge ... [et al.]... ; tr. Jorge Cárdenas Nannetti. -- . --Barcelona : Norma, 2000
498 p. : il.
En carátula: Una herramienta para la quinta disciplina. --
Incluye notas finales e índice
CAMBIO ORGANIZACIONAL / ORGANIZACION INDUSTRIAL-SIGLO XXI / REORGANIZACION DE EMPRESAS / EXITO EMPRESARIAL / LIDERAZGO-SIGLO XXI
Kleiner, Art; Roberts, Charlotte; Ross, Richard; Roth, George; Smith, Bryan; Cárdenas Nannetti, Jorge, tr.; Senge, Peter
ISBN: 958-04-5494-9
Existencias: G - 063155 Ej.1 G - 063156 Ej.2 G - 067622 Ej.3 G - 067623 Ej.4 G - 067624
Ej.5 G - 067625 Ej.6 G - 067626 Ej.7

GENERAL

658.4
D794d
Drucker, Peter Ferdinand
Los desafíos de la gerencia para el siglo XXI / Peter Ferdinand Drucker ; tr. Margarita Cárdenas. --
. --Barcelona : Grupo Editorial Norma, 1999
x, 277 p.
Incluye reconocimientos e índice
DIRECTORES DE COMPAÑIAS-SIGLO XXI / ADMINISTRACION DE EMPRESAS-SIGLO XXI / LIDERAZGO
Cárdenas, Margarita, tr.
ISBN: 958-04-5325-X
Existencias: G - 063165 Ej.1 G - 063166 Ej.2 G - 063167 Ej.3 G - 064019 Ej.4 G - 067619
Ej.5 G - 067620 Ej.6 G - 067621 Ej.7

GENERAL

659.13
C244p
Caples, John
Publicidad creativa / John, Caples; tr. Alejandra, Medrano
. --México : Prentice-Hall Hispanoamericana, 1998
xxvi, 276 p. : il.

Incluye índice
PUBLICIDAD / ESTRATEGIA PUBLICITARIA / APTITUD CREADORA EN PUBLICIDAD
Medrano, Alejandra, tr.
ISBN: 970-17-0059-7

Existencias: G - 063162 Ej.1 G - 063163 Ej.2 G - 063164 Ej.3

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658.409

F247a

Farson, Richard

Administración de lo absurdo : las paradojas del liderazgo / Richard Farson ; tr. María del Pilar Carril. --
. --México : Prentice-Hall Hispanoamericana, 1997.

168 p.

LIDERAZGO / ADMINISTRACION DE EMPRESAS / RELACIONES HUMANAS / DIRECTORES DE COMPAÑIAS
Carril, María del Pilar , tr.

ISBN: 968-880-866-0

Existencias: CT - 063160 Ej.1 CT - 063161 Ej.2

GENERAL

658.8

H648m

Hill, Sam

Marketing radical : desde Harvard hasta Harley-Davidson, lecciones de diez organizaciones que
rompieron las reglas y triunfaron en grande / Sam Hill, Glenn Rifkin y Adriana de Hassan. --
. --Santafé de Bogotá : Grupo Editorial Norma, 1999

392 p.

Incluye índice

ADMINISTRACION DE MERCADEO / ESTRATEGIA DE MERCADEO / EXITO EMPRESARIAL

Rifkin, Glenn; Hassan, Adriana de

ISBN: 958-041-5422-1

Existencias: G - 063153 Ej.1 G - 063154 Ej.2 G - 067608 Ej.3 G - 067609 Ej.4 G - 067610

Ej.5

GENERAL

658.314

D261c

1999

Davis, Keith

Comportamiento humano en el trabajo / Keith Davis, John W. Newstrom ; revs. técs. Flor Ivonne Chirino
Barceló, Graciela Sánchez Bedolla y Darvelio Alberto Castaño Asmitia. --
-- 10a ed. -- . --México : Editorial McGraw-Hill, 1999.

xxviii, 647 p.

Incluye términos y conceptos básicos, preguntas, ejercicio experimental y referencias en cada
capítulo e índice

COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL / MOTIVACION EN EL TRABAJO / LIDERAZGO / CAMBIO
ORGANIZACIONAL / AMBIENTE ORGANIZACIONAL / CULTURA CORPORATIVA / TRABAJO EN EQUIPO

Newstrom, John W.; Chirino Barceló, Flor Ivonne, rev. téc.; Sánchez Bedolla, Graciela, rev. téc.; Castaño
Asmitia, Darvelio Alberto, rev. téc.

ISBN: 970-10-2538-5

Existencias: G - 063152 Ej.1 G - 065634 Ej.2 G - 065635 Ej.3 G - 065636 Ej.4

GENERAL

658.83

L789d

Lizarazo, Rafael

Dog show / Rafael, Lizarazo

-- 3a ed. ampl. --Bucaramanga : Sistemas y Computadores, 1996

248 p.

Colección Hombres de Negocios

Incluye notas a pie de página e índice

MERCADEO / PUBLICIDAD / COMERCIO / EMPRESAS PRIVADAS / EMPRESAS INTERNACIONALES /
MERCADEO DE ALIMENTOS

Existencias: G - 063290 Ej.1

GENERAL

658.4
K87n
658.4
K87n

Kotter, John P.

Las nuevas reglas en los negocios : cómo triunfar en el nuevo mundo empresarial de hoy / John P., Kotter; tr. Guadalupe Meza, Staines de Garate
. --México : Prentice-Hall Hispanoamericana, 1996
238 p. : gráfs. + 1 disquete de 3½
Incluye índice
EXITO EMPRESARIAL / EXITO EN LOS NEGOCIOS / CAMBIO ORGANIZACIONAL / ASESORES DE EMPRESAS / PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA - ADMINISTRACION / LIDERAZGO / COMPETITIVIDAD / GLOBALIZACION DE EMPRESAS

Staines de Garate, Guadalupe Meza, tr.

Existencias: G - 063149 Ej.1 G - 063150 Ej.2 G - 063151 Ej.3

GENERAL

658.406
C965e

Cuesta Fernández, Felix

La empresa virtual : la estructura Cosmos. Soluciones e instrumentos de transformación de la empresa / Felix, Cuesta Fernández; pról. Santiago, García Echeverría
. --Madrid : Editorial McGraw-Hill, 1998 (impresión de 1999)
345 p.
Incluye bibliografía e índices
CAMBIO ORGANIZACIONAL / INNOVACIONES TECNOLOGICAS / GLOBALIZACION DE EMPRESAS / TECNOLOGIA DE LA INFORMACION / TECNOLOGIA - APLICACIONES INDUSTRIALES / EMPRESA VIRTUAL
García Echeverría, Santiago, pról.

ISBN: 84-481-2019-1

Existencias: G - 063144 Ej.1 G - 063145 Ej.2 G - 063146 Ej.3 G - 063147 Ej.4 G - 063148 Ej.5

GENERAL

658.406
N769c
658.406
N769c

Noer, David M.

El cambio en las organizaciones : cómo responden las personas y las empresas / David M., Noer; tr. Jorge Alberto, Velázquez Arellano
. --México : Prentice-Hall Hispanoamericana, 1997
xviii, 262 p. : + 1 disquete de 3½
Incluye bibliografía e índice
CAMBIO ORGANIZACIONAL / LIDERAZGO / DIRECTORES DE COMPAÑIAS / TRABAJO Y TRABAJADORES
Velázquez Arellano, Jorge Alberto, tr.

Existencias: G - 063142 Ej.1 G - 063143 Ej.2

GENERAL

658.562
A378m

Alexander Servat, Alberto G.

Manual para documentar sistemas de calidad / Alberto G., Alexander Servat; rev. Guillermo, Haaz Díaz
. --México : Prentice-Hall, 1998
xiv, 357 p.
Incluye índice
CONTROL DE CALIDAD - MANUALES / ISO 9000 / ISO 1400 / CALIDAD TOTAL - MANUALES / CALIDAD TOTAL - METODOLOGIA
Haaz Díaz, Guillermo, rev.
ISBN: 970-17-0185-2

Existencias: G - 063139 Ej.1 G - 063140 Ej.2 G - 063141 Ej.3

GENERAL

658.001
R918a

Rue, Leslie W.

Administración : teoría y aplicaciones / Leslie W., Rue; Lloyd L., Byars; tr. Gilda, Rubio de Baellie; ver. Enrique, García Carmona

-- Ed. rev. y act.. --México : Alfaomega, 1995

xv, 544 p. : gráfs.

Incluye índices

ADMINISTRACION DE EMPRESAS / CAMBIO ORGANIZACIONAL / CASOS EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS / RENDIMIENTO INDUSTRIAL

Byars, Lloyd L.; Rubio de Baellie, Gildatr.; García Carmona, Enriquever.

ISBN: 970-15-0231-0

Existencias: G - 063137 Ej.1 G - 063138 Ej.2

GENERAL

658.4092
S368c

Scholtes, Peter R.

Cómo liderar : manual práctico, cómo hacer que las cosas sucedan, cómo lograr que las cosas de hagan / Peter R., Scholtes; tr. Gloria Elizabeth, Rosas Lopetegui; rev. Roberto, Rosero Hinestroza

. --Santafé de Bogotá : Editorial McGraw-Hill, 1999

418 p. : gráfs., il.

Incluye índice

LIDERAZGO - MANUALES / LIDERAZGO - SIGLO XXI - MANUALES / MEJORAMIENTO CONTINUO / CAMBIO POSITIVO / ADMINISTRACION DE EMPRESAS - SIGLO XXI

Rosas Lopetegui, Gloria Elizabethtr.; Rosero Hinestroza, Robertorev.

ISBN: 958-600-893-2

Existencias: G - 063136 Ej.1

GENERAL

658
W419a
1998

Wehrich, Heinz

Administración : una perspectiva global / Heinz, Wehrich; Harold, Koontz; tr. Enrique, Mercado González

-- 11a ed.. --México : Editorial McGraw-Hill, 1999

xxviii, 796 p. : gráfs.

Incluye glosario e índice

ADMINISTRACION DE EMPRESAS - AMERICA LATINA / GLOBALIZACION DE EMPRESAS / ADMINISTRACION DE EMPRESAS - SIGLO XXI / PLANIFICACION ESTRATEGICA / ADMINISTRACION DE PERSONAL

Koontz, Harold; Mercado González, Enriquetr.

ISBN: 970-10-2036-7

Existencias: G - 063135 Ej.1

GENERAL

658.4
A342c
658.4
A342c

Albrigh, Mary

Los 101 errores más comunes de los gerentes y cómo evitarlos / Mary, Albrigh; Clay, Carr; tr. Luis, Ignacio De la Peña

. --México : Prentice-Hall Hispanoamericana, 1997

324 p. : + 1 disquete de 3½

Incluye índice

DIRECTORES DE COMPAÑIAS / RENDIMIENTO INDUSTRIAL / ERRORES ADMINISTRATIVOS

Carr, Clay; Ignacio De la Peña, Luistr.

Existencias: G - 063131 Ej.1 G - 063132 Ej.2 G - 063133 Ej.3 G - 063134 Ej.4

GENERAL

658.404
G741a

Graham, Robert J.

Administración de proyectos exitosos / Robert J., Graham; Randall L., Englund; tr. Concepción, Verania de Parres C.

. --México : Prentice-Hall, 1999

253 p. : gráfs.

Incluye bibliografía e índice

ADMINISTRACION DE PROYECTOS / DIRECTORES DE COMPAÑÍAS / ADMINISTRACION POR PROGRAMAS / EXITO EMPRESARIAL

Englund, Randall L.; Verania de Parres C., Concepcióntr.

ISBN: 970-17-0208-5

Existencias: G - 063207 Ej.1 G - 063208 Ej.2 G - 063209 Ej.3

GENERAL

658.409
O88l
658.409
O88l

O'Toole, James

El liderazgo del cambio : cómo superar la ideología de la comodidad y la tiranía de la costumbre / James, O'Toole; tr. Roberto Andrés, Hass García

. --México : Prentice-Hall Hispanoamericana, 1996

282 p. : + 1 disquete de 3½

Incluye índice

LIDERAZGO / CAMBIO ORGANIZACIONAL / RESISTENCIA AL CAMBIO / APTITUD DE MANDO / ADMINISTRACION DE EMPRESAS - SIGLO XXI

Hass García, Roberto Andrés, tr.

Existencias: G - 063204 Ej.1 G - 063205 Ej.2 G - 063206 Ej.3

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658.4092
K78l

Koestenbaum, Peter

Liderazgo : la grandeza interna / Peter Koestenbaum ; tr. María del Pilar Carril. --

. --México : Prentice-Hall Hispanoamericana, 1999.

369 p.

Incluye índice

LIDERAZGO-FUNDAMENTOS / APTITUD DE MANDO

Carril, María del Pilar , tr.

ISBN: 970-17-0241-7

Existencias: CT - 063200 Ej.1 CT - 063201 Ej.2 CT - 063202 Ej.3 CT - 062203 Ej.4

GENERAL

658.456
A825c

Asher, Spring

Cómo hacer presentaciones exitosas : utilice su persuasión / Spring, Asher; Wieke, Chambers; tr. María del Pilar, Carril

. --México : Prentice-Hall, 1998

224 p. : il.

Incluye índice

PROFESIONALISMO EN LAS PRESENTACIONES / EXITO EN LOS NEGOCIOS / COMUNICACION ORAL / ORATORIA

Chambers, Wieke; Carril, María del Pilartr.

ISBN: 970-17-0062-7

Existencias: G - 063225 Ej.1 G - 063226 Ej.2

GENERAL

658.314
R328e

Rees, Fran

Equipos de trabajo : 10 pasos para obtener resultados / Fran, Rees; tr. Carlos Roberto, Ramírez Fuentes; rev. José Arturo, Velasco Carreto

. --México : Prentice-Hall Hispanoamericana, 1998

209 p.

Incluye índice

ADMINISTRACION DE PERSONAL / RELACIONES LABORALES / TRABAJO EN EQUIPO

Ramírez Fuentes, Carlos Robertotr.; Velasco Carreto, José Arturorev.

ISBN: 970-17-0207-7

Existencias: G - 063222 Ej.1 G - 063223 Ej.2 G - 063224 Ej.3

GENERAL

658.406
F799p

Fradette, Michael

El poder de la organización cinética : cómo crear la empresa autoadaptable, autorrenovadora y de acción instantánea / Michael Fradette y Steve Michaud ; tr. Margarita Cárdenas. --

. --Santafé de Bogotá : Grupo Editorial Norma, 1999

204 p.

Incluye referencias e índice

CAMBIO ORGANIZACIONAL / ORGANIZACION / PRONOSTICO DE LOS NEGOCIOS / CULTURA

CORPORATIVA / EXITO EMPRESARIAL

Michaud, Steve; Cárdenas, Margarita, tr.

ISBN: 958-04-4815-9

Existencias: G - 063220 Ej.1 G - 063221 Ej.2 G - 067774 Ej.3 G - 067775 Ej.4 G - 067776
Ej.5

GENERAL

658.406
M379s

Martin, Chuck

Las 7 cibertendencias del siglo XXI / Chuck Martin ; tr. Germán Alberto Villamizar ; rev. téc. Roberto Rosero Hinestroza. --

. --Santafé de Bogotá : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1999.

246 p.

Incluye índice

NEGOCIOS-INNOVACIONES TECNOLOGICAS / INNOVACIONES TECNOLOGICAS / ADMINISTRACION DE EMPRESAS -SIGLO XXI / NEGOCIOS EN LINEA / MERCADO -INNOVACIONES TECNOLOGICAS

Villamizar, Germán Alberto, tr.; Rosero Hinestroza, Roberto, rev. téc.

ISBN: 958-600-973-4

Existencias: G - 063215 Ej.1 G - 063216 Ej.2 G - 063217 Ej.3 G - 063218 Ej.4 G - 063219
Ej.5 G - 066707 Ej.6 G - 066708 Ej.7

GENERAL

658.4
F965r
658.4
F965r

Fuller, George

Respuestas rápidas para los gerentes / George, Fuller; tr. Luis Ignacio, De La Peña

. --México : Prentice-Hall Hispanoamericana, 1997

366 p. : + 1 disquete de 3½

Incluye índice

DIRECTORES DE COMPAÑIAS - PREGUNTAS Y RESPUESTAS / RELACIONES INDUSTRIALES - PREGUNTAS Y RESPUESTAS / PRODUCTIVIDAD DEL TRABAJO / MANDOS MEDIOS - PREGUNTAS Y RESPUESTAS / CAMBIO ORGANIZACIONAL - PREGUNTAS Y RESPUESTAS

De La Peña, Luis Ignacio, tr.

Existencias: G - 063210 Ej.1 G - 063211 Ej.2 G - 063212 Ej.3 G - 063213 Ej.4 G - 063214
Ej.5

GENERAL

658.406
T964i

Tushman, Michael L.

Innovación : cómo alcanzar el liderazgo organizacional a través de la renovación y el cambio / Michael L., Tushman; Charles A., O`Reilly; tr. María del Pilar, Carril; rev. Miguel A., García R.

. --Prentice-Hall Hispanoamericana : México, 1998

258 p. : gráfs.

Incluye bibliografía e índice

CAMBIO ORGANIZACIONAL / LIDERAZGO / EXITO EMPRESARIAL / SOLUCIONES DE PROBLEMAS (ADMINISTRACION) / CULTURA CORPORATIVA / INNOVACIONES TECNOLOGICAS

O`Reilly, Charles A.; Carril, María del Pilar tr.; García R., Miguel A. rev.

ISBN: 970-17-0090-2

Existencias: G - 063198 Ej.1 G - 063199 Ej.2

GENERAL

658.43
F645g
658.43
F645g

Floyd, Steven W.

La gerencia intermedia : su importancia y estrategias / Steven W., Floyd; Bill, Wooldridge; tr. Pilar, Mascaró Sacristán

. --México : Prentice-Hall Hispanoamericana, 1997

xvi, 165 p. : gráfs. + 1 disquete de 3½

Incluye índice

MANDOS MEDIOS / LIDERAZGO / REORGANIZACION DE EMPRESAS / CAMBIO ORGANIZACIONAL / ADMINISTRACION DE EMPRESAS

Wooldridge, Bill; Mascaró Sacristán, Pilar tr.

Existencias: G - 063196 Ej.1 G - 063197 Ej.2

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658.8101
B397v

Beckwith, Harry

Venda lo invisible : la mercadotecnia de los servicios intangibles / Harry Beckwith ; tr. María del Pilar Carril. --

. --México : Prentice-Hall Hispanoamericana, 1998.

xxi, 158 p.

MERCADEO DE SERVICIOS / INDUSTRIAS DE SERVICIOS / VENEDORES Y ARTE DE VENDER / SERVICIO AL CLIENTE / COMUNICACION EN MERCADEO

Carril, María del Pilar , tr.

ISBN: 970-17-0128-3

Existencias: CT - 063193 Ej.1 CT - 063194 Ej.2 CT - 063195 Ej.3

GENERAL

658.54
H648e
658.54
H648e

Hill, Terry

La esencia de la administración de operaciones / Terry, Hill; tr. Concepción, Verania de Parres C.

. --México : Prentice-Hall Hispanoamericana, 1997

142 p. : gráfs. + 1 disquete de 3½

Incluye índice

ADMINISTRACION DE LA PRODUCCION / ADMINISTRACION DE RECURSOS / CONTROL DE LA PRODUCCION / CALIDAD

Verania de Parres C., Concepción, tr.

Existencias: G - 063191 Ej.1 G - 063192 Ej.2

GENERAL

658.401

R696d

Rodríguez Mansilla, Darío

Diagnóstico organizacional / Darío, Rodríguez Mansilla

-- 3a ed. --México : Alfaomega ; Universidad Católica de Chile, 1999

218 p.

Incluye bibliografía e índice

DIAGNOSTICO DE EMPRESAS - FUNDAMENTOS / DIAGNOSTICO DE EMPRESAS - PROCESOS / CULTURA CORPORATIVA / CLIMA ORGANIZACIONAL / ADMINISTRACION DE EMPRESAS

ISBN: 970-15-0424-0

Existencias: G - 063189 Ej.1 G - 063190 Ej.2

GENERAL

658.4

M684e

Mitroff, Ian I.

Cómo pensar con claridad : descubra la ventaja competitiva de identificar los verdaderos problemas, plantearlos debidamente y aplicar soluciones apropiadas / Ian Mitroff ; tr. Jorge Cárdenas Nannetti. --

. --Santafé de Bogotá : Grupo Editorial Norma, 1999.

186 p.

Incluye notas y reconocimientos

ADMINISTRACION DE EMPRESAS / SOLUCION DE PROBLEMAS (ADMINISTRACION) / PENSAMIENTO CRITICO (ADMINISTRACION) / COMPETITIVIDAD

Cárdenas Nannetti, Jorge , tr.

ISBN: 958-04-5112-5

Existencias: G - 063184 Ej.1 G - 063185 Ej.2 G - 067799 Ej.3 G - 067800 Ej.4 G - 067801 Ej.5 G - 067802 Ej.6 G - 067803 Ej.7

GENERAL

658.32

M828s

Morales Arrieta, Juan Antonio

Salarios : estrategia y sistema salarial o de compensaciones / Juan Antonio Morales Arrieta y Néstor

Fernando Velandia Herrera. --

. --Santafé de Bogotá : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1999.

403 p. : gráfs.

Incluye preguntas y temas de repaso en cada capítulo

SALARIOS / COMPENSACIONES A LOS TRABAJADORES / ANALISIS OCUPACIONAL / RENDIMIENTO INDUSTRIAL / MERCADO LABORAL

Velandia Herrera, Néstor Fernando

ISBN: 958-41-0009-2

Existencias: G - 063273 Ej.1 G - 065604 Ej.2 G - 065605 Ej.3 G - 065606 Ej.4

GENERAL

658.85

H356g

Hasty, Ron

Gerencia de ventas al detal / Ron, Hasty; James, Reardon; tr. Cecilia, Avila de Barón; rev. Enrique, Luque Carulla

. --Santafé de Bogotá : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1998

661 p.

Incluye glosario e índices

ADMINISTRACION DE VENTAS / COMERCIO MINORISTA / MERCHANDISING

Reardon, James; Avila de Barón, Cecilia; Luque Carulla, Enriquerev.

ISBN: 958-600-896-7

Existencias: G - 063274 Ej.1

GENERAL

658.4

K66s

Klopp, Hap

Sea un buen gerente / Hap, Klopp; Brian, Tarcy; tr. Alberto Santiago, Fernández Molina

. --México : Prentice-Hall Hispanoamericana, 1999

265 p. : il.
Serie Fácil
Incluye glosario e índice
DIRECTORES DE COMPAÑÍAS / EXITO EMPRESARIAL / ADMINISTRACION DE VENTAS / SOLUCION DE
CONFLICTOS / ADMINISTRACION DE EMPRESAS
Tarcy, Brian; Fernández Molina, Alberto Santiagotr.
ISBN: 970-17-0242-5
Existencias: G - 063275 Ej.1 G - 063276 Ej.2

GENERAL

658.4012
M875p

Morrisey, George L.
Planeación táctica : produciendo resultados en corto plazo / George L., Morrisey; tr. Patricia, Ibarra Colado; rev. Jorge, Rodríguez Rodríguez
. --México : Prentice-Hall Hispanoamericana, 1996
133 p.
Incluye índice
PLANIFICACION / ADMINISTRACION POR OBJETIVOS / DIRECTORES DE COMPAÑÍAS
Ibarra Colado, Patriciatr.; Rodríguez Rodríguez, Jorgerev.
ISBN: 968-880-736-2
Existencias: G - 063277 Ej.1 G - 063278 Ej.2 G - 063279 Ej.3

GENERAL

658.812
H296m

Harrell, Gilbert D.
Marketing : connecting with customers / Gilbert D., Harrell; Gary L., Frazier
. --Upper Saddle River, N.J. : Prentice-Hall, 1999
xix, 574 p. : gráfs., il.
ADMINISTRACION DE MERCADEO / CONSUMIDORES / SATISFACCION DEL CLIENTE
Frazier, Gary L.
ISBN: 0-02-350251-7
Existencias: G - 063243 Ej.1

GENERAL

658.8
S792f
1999

Stanton, William J.
Fundamentos de marketing / William J., Stanton; Michael J., Etzel; Bruce J., Walker; tr. Celia, Ascencio Lara; rev. Yezmín, López Taymani
-- 11a ed.. --México : Editorial McGraw-Hill, 2000
xxi, 788 p. : gráfs., il.
Incluye índices
MERCADEO - FUNDAMENTOS / PRODUCTOS NUEVOS / POLITICA DE PRECIOS / ANALISIS DE MERCADO
Etzel, Michael J.; Walker, Bruce J.; Ascencio Lara, Celiatr.; López Taymani, Yezmínrev.
ISBN: 970-10-2676-4
Existencias: G - 063267 Ej.1

GENERAL

658.4012
M875pl

Morrisey, George L.
Planeación a largo plazo : creando su propia estrategia / George L., Morrisey; tr. Sergio Samuel, Cornejo Reyes; rev. Jorge, Rodríguez Rodríguez
. --México : Prentice-Hall Hispanoamericana, 1996
109 p.
Incluye índice
PLANIFICACION / PLANIFICACION ESTRATEGICA / ADMINISTRACION DE EMPRESAS / POLITICA DE EMPRESAS
Cornejo Reyes, Sergio Samueltr.; Rodríguez Rodríguez, Jorgerev.

ISBN: 968-880-735-4

Existencias: G - 063280 Ej.1 G - 063281 Ej.2

GENERAL

658.4

A487e

Amat, Oriol

EVA Valor Económico Agregado : un nuevo enfoque para optimizar la gestión empresarial, motivar a los empleados y crear valor / Oriol Amat ; colabs. Santiago Aguilá, John Blake y Jordi de, Falguera. --

. --Barcelona : Norma, 1999

170 p.

Incluye anexos

ADMINISTRACION DE EMPRESAS / MOTIVACION DEL EMPLEADO / VALOR AGREGADO / ACCIONISTAS Aguilá, Santiago, colab.; Blake, John, colab.; Falguera, Jordi de, colab.

ISBN: 958-04-5547-3

Existencias: G - 063402 Ej.1 G - 063403 Ej.2 G - 063404 Ej.3 G - 067616 Ej.4 G - 067617 Ej.5 G - 067618 Ej.6

GENERAL

658.3

P661p

Pinzón López, Jaime

Privilegios, solidaridad y demagogia en las relaciones laborales / Jaime, Pinzón López

. --Bogotá : Instituto de Estudios Sociales Juan Pablo II-FIEL, 1991

172 p. : il.

Colección Horizontes de Solidaridad ; No. 1

Incluye índice

RELACIONES INDUSTRIALES - LEGISLACION - COLOMBIA / ADMINISTRACION DE PERSONAL - LEGISLACION - COLOMBIA

ISBN: 958-95400-0-7

Existencias: G - 063468 Ej.1

GENERAL

658.9161

H877l

Huber, Diane

Liderazgo y administración en enfermería / Diane Huber ; tr. Martha Castilleja Mendieta. --

. --México : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1999.

xix, 647 p. : il.

Incluye bibliografías, apéndice e índice

ADMINISTRACION DE SERVICIOS DE SALUD / LIDERAZGO EN ENFERMERIA / ENFERMERIA -TOMA DE DECISIONES / ENFERMERIA COMO PROFESION

Castilleja Mendieta, Martha , tr.

ISBN: 970-10-1645-9

Existencias: G - 063525 Ej.1 G - 063526 Ej.2 G - 063527 Ej.3 G - 063528 Ej.4 G - 063529 Ej.5 G - 066905 Ej.6 G - 066906 Ej.7 G - 066907 Ej.8

GENERAL

658.022

B517r

Bernal Bohórquez, Luis Alejandro

Racionalidad normativa y pequeña empresa / Luis Alejandro, Bernal Bohórquez

. --Santafé de Bogotá : Giro, 1992

79 p. : il.

Incluye notas a pie de página e índice

MICROEMPRESAS - COLOMBIA / MICROEMPRESAS

Existencias: G - 063696 Ej.1

GENERAL

658.408

P327d

Pauli, Gunter

Da mucho y recibirás mucho : las Gaviotas, caso concreto ZERI / Gunter, Pauli; il. Diana Méndez, Fundación ZERI., Fundación las Gaviotas

. --Manizales : Universidad de Manizales, 1999

xxxi, 172 p. : il.

Incluye bibliografía

ADMINISTRACION INDUSTRIAL - COLOMBIA / PROTECCION DEL MEDIO AMBIENTE - COLOMBIA / VALORES SOCIALES - COLOMBIA

Méndez, Dianail.

Fundación ZERI.; Fundación las Gaviotas

ISBN: 958-96564-4-7

Existencias: G - 063743 Ej.1

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658.009

I34

L'impresa : storia e culture / trs. Giulio Sapelli y Francesca Carnevali. -- . --Roma : La Nuova Italia Scientifica, 1994.

222 p.

Incluye bibliografía

EMPRESAS-HISTORIA / EMPRESAS-ORGANIZACION / ADMINISTRACION DE EMPRESAS -ENSEÑANZA

Carnevali, Francesca , tr.; Sapelli, Giulio, tr.

ISBN: 88-430-0195-7

Existencias: CT - 063755 Ej.1

GENERAL

658.15

E53f

Emery, Douglas R.

Fundamentos de administración financiera / Douglas R., Emery; John D., Finnerty; John D., Stowe; tr. Roberto L., Escalona; rev.téc. Mario, González Valdés

. --México : Prentice-Hall Hispanoamericana, 2000

xxviii, 783 p. : il

Incluye resumen y bibliografía en cada capítulo, apéndices e índices

ADMINISTRACION FINANCIERA / ESTADOS FINANCIEROS / MERCADO DE CAPITALES / FINANZAS - CONTRATOS Y ESPECIFICACIONES / INVERSIONES DE CAPITAL / CAPITAL DE TRABAJO

Finnerty, John D.; Stowe, John D.; Escalona, Roberto L.tr.; González Valdés, Mario rev.téc.

ISBN: 970-17-0274-3

Existencias: G - 063948 Ej.1 G - 063949 Ej.2

GENERAL

658.562

C198t

Campos, Vicente Falconi

TQC control de la calidad total : (al estilo japones) / Vicente Falconi, Campos

. --Belo Horizonte, Río de Janeiro : Universidad Federal de Minas Gerais, 1994

229 p. : il

Incluye apéndices y referencias bibliográficas

CONTROL DE CALIDAD / CALIDAD TOTAL / CIRCULOS DE CALIDAD / PRODUCTIVIDAD INDUSTRIAL

ISBN: 85-85447-06-0

Existencias: G - 063963 Ej.1

GENERAL

658.568

G633a

1992

Gómez Saavedra, Eduardo

Administración del control total de la calidad : una estrategia para mejorar la productividad /

Eduardo, Gómez Saavedra

-- 5a ed. corr. y aument. --Santafé de Bogotá : ICONTEC, 1992

299 p. : gráfs

Incluye bibliografía
CONTROL DE CALIDAD - COLOMBIA / CONTROL DE CALIDAD - ASPECTOS ECONOMICOS / CONTROL DE CALIDAD EN LA EMPRESA / PRODUCTIVIDAD INDUSTRIAL - CONTROL DE CALIDAD

Existencias: G - 064018 Ej.1

GENERAL

658.402

E84i

Etkin, Jorge

Identidad de las organizaciones : invariancia y cambio / Jorge. Etkin; Leonardo, Schvarstein
. --Buenos Aires : Ediciones Paidós, 1992 (impresión de 1995)

331 p.

Colección Paidós. Grupos e Instituciones ; no.24

Incluye biografía del autor, bibliografía e índices

CAMBIO ORGANIZACIONAL / ORGANIZACION INDUSTRIAL / CULTURA ORGANIZACIONAL

Schvarstein, Leonardo

ISBN: 950-12-4624-8

Existencias: G - 064060 Ej.1

GENERAL

658.1

S612m

Vargas, Martha Amalia, ed. Simposio Latinoamericano de Comunicación Organizacional (2º : 1993 nov. 3-5 : Santiago de Cali, Colombia

Memorias / ed. Martha Amalia, Vargas

. --Cali : Printex, 1993

190 p. : il.

COMUNICACION ORGANIZACIONAL - CONGRESOS, CONFERENCIAS, ETC. / CONTROL DE CALIDAD - CONGRESOS, CONFERENCIAS, ETC. / TELEVISION - COLOMBIA

Existencias: G - 064123 Ej.1

GENERAL

658.45

F363c

Fernández Collado, Carlos

La comunicación en las organizaciones / Carlos, Fernández Collado

. --México : Editorial Trillas, 1991 (impresión de 1998)

368 p.

Biblioteca básica de comunicación social

Incluye bibliografía e índices

COMUNICACION ORGANIZACIONAL / COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL / COMUNICACION INTERPERSONAL / CULTURA EMPRESARIAL / SISTEMAS DE COMUNICACION EN ORGANIZACIONES / AMBIENTE ORGANIZACIONAL

ISBN: 968-24-4258-3

Existencias: G - 064153 Ej.4 G - 064154 Ej.5

GENERAL

659.1

G822m

Gregory, James R.

Marketing corporate image : the company as your number one product / James R., Gregory; Jack G.,

Wiechmann

-- 2nd ed. --Chicago, Illinois : NTC Business Books, 1999

xiii, 274 p. : il

Incluye apéndices e índice

IMAGEN Y DISEÑO CORPORATIVO / RELACIONES PUBLICAS

Wiechmann, Jack G.

ISBN: 0-8442-3307-2

Existencias: G - 064173 Ej.1

GENERAL

657.45
W626a

Whittington, O. Ray
Auditoría : un enfoque integral / O. Ray, Whittington; Kurt, Pany; tr. Gladys, Arango Medina; rev. Edgar Diomedes, Vivas Gálvez
-- 12a ed. --Santafé de Bogotá : Editorial McGraw-Hill, 1999
624 p. : il.
Con : Auditoría financiera. Auditoría de cumplimiento. Auditoría de control interno. Auditoría de gestión y operacional. Auditoría interna
Incluye notas a pie de página, bibliografías e índice
AUDITORIA (INTERNA) / CONTRALORIA DE EMPRESAS / AUDITORIA / CONTABILIDAD ADMINISTRATIVA
Pany, Kurt; Arango Medina, Gladys; Vivas Gálvez, Edgar Diomedes; rev.
ISBN: 958-41-0039-4
Existencias: G - 064240 Ej.1

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658
M1471

McGregor, Douglas
El lado humano de las organizaciones / Douglas McGregor ; pról. Warren Bennis ; tr. Andrés M. Mateo ; rev. Manuel Arce. --
. --Santafé de Bogotá : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1994.
xvii, 243 p.
Incluye referencias en cada capítulo
ADMINISTRACION DE EMPRESAS / LIDERAZGO / TEORIA X / TEORIA Y / DIRECTORES DE COMPAÑIAS
Bennis, Warren G., pról.; Mateo, Andrés M., tr.; Arce, Manuel, rev.
ISBN: 958-600-241-1
Existencias: CT - 064255 Ej.1

GENERAL

658.4092
F532l

Fisher, Roger
El liderazgo lateral : cómo dirigir cuando usted no es el jefe / Roger Fisher y Alan Sharp ; tr. Margarita Cárdenas. --
. --Santafé de Bogotá : Grupo Editorial Norma, 1999.
x, 239 p.
Incluye índice
LIDERAZGO / APTITUD DE MANDO / ADMINISTRACION DE PERSONAL
Sharp, Alan; Cárdenas, Margarita, tr.
ISBN: 958-04-4711-X
Existencias: G - 064256 Ej.1 G - 064257 Ej.2 G - 064258 Ej.3 G - 067485 Ej.4 G - 067486
Ej.5 G - 067487 Ej.6 G - 067488 Ej.7 G - 067489 Ej.8

GENERAL

658.4094
A371c

Alessandra, Tony
Carisma : 7 claves para desarrollar el magnetismo que lleva al éxito / Tony, Alessandra; tr. Helena, Salazar
--Santafé de Bogotá : Norma, 1999
279 p.
DONES ESPIRITUALES / EXITO PERSONAL / EXITO EN LOS NEGOCIOS / RELACIONES INTERPERSONALES / MOTIVACION DEL EMPLEADO
Salazar, Helena, tr.
ISBN: 958-04-4817-5
Existencias: G - 064259 Ej.1 G - 064260 Ej.2 G - 064261 Ej.3

GENERAL

658.4
C355d

Castresana, José I.

El directivo impulsor de la innovación / José I., Castresana; Adolfo, Blanco

. --Barcelona : Marcombo Boixareu Editores, 1990

109 p. : cuadr.

Colección Productiva ; no. 41

Incluye resumen final, bibliografía e índice

DIRECTORES DE COMPAÑIAS / ADMINISTRACION DE EMPRESAS / RESISTENCIA AL CAMBIO / CAMBIO ORGANIZACIONAL / INNOVACIONES TECNOLOGICAS

Blanco, Adolfo

ISBN: 84-267-0791-2

Existencias: G - 064299 Ej.1 G - 064300 Ej.2

GENERAL

658.402

H888h

Huete, Luis María

Hacia un nuevo paradigma de gestión : por qué algunas empresas rompen sus mercados y se convierten en formidables competidores / Luis María, Huete; Michel, Debaig; pról. Pedro, Nuño

. --Madrid : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1995

xiv, 144 p.

Serie McGraw-Hill de management

CAMBIO ORGANIZACIONAL / SATISFACCION DEL CLIENTE / SATISFACCION EN EL TRABAJO / ADMINISTRACION DE EMPRESAS / INNOVACIONES TECNOLOGICAS / RESISTENCIA AL CAMBIO

Debaig, Michel; Nuño, Pedropról.

ISBN: 84-481-1678-X

Existencias: G - 064301 Ej.1

GENERAL

658.402

T242c

Taylor, Harold L.

Cómo delegar con eficacia / Harold L., Taylor

. --Madrid : Deusto, 1993

144 p.

Incluye índice

DELEGACION DE AUTORIDAD / RENDIMIENTO INDUSTRIAL / DELEGAR

ISBN: 84-234-0635-0

Existencias: G - 064280 Ej.1 G - 064281 Ej.2 G - 064282 Ej.3

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658

P844s

Porter, Michael E.

Ser competitivos : nuevas aportaciones y conclusiones / Michael E. Porter ; tr. Rafael Aparicio Aldazábal. --

. --Bilbao : Deusto, 1996.

478 p. : il.

Incluye notas en cada capítulo, nota sobre los autores e índice

COMPETENCIA / COMPETENCIA EMPRESARIAL / VENTAJA COMPETITIVA / COMPETITIVIDAD / ADMINISTRACION DE EMPRESAS

Aparicio Aldazábal, Rafael, tr.

ISBN: 84-234-1653-4

Existencias: CT - 064283 Ej.1 CT - 064284 Ej.2 CT - 064285 Ej.3

GENERAL

658.409

C873s

Covey, Stephen R.

Los 7 hábitos de la gente altamente efectiva : la revolución ética en la vida cotidiana y en la empresa / Stephen R., Covey; tr. Jorge, Piatigorsky

. --Barcelona : Ediciones Paidós, 1990 (impresión de 1997)

440 p.

Colección Paidós empresa ; no. 16
Incluye apéndices
EXITO / LIDERAZGO / HABITO / RENDIMIENTO INDUSTRIAL
Piatigorsky, Jorge, tr.
ISBN: 84-7509-835-5
Existencias: G - 064287 Ej.1

GENERAL

658.81
A549a

Anderson, Rolph E.
Administración de ventas / Rolph E., Anderson; Joseph F., Hair; Alan J., Bush; tr. María Guadalupe, Cevallos Almada; rev.téc. Ezequiel, Teyssier Mont
. --México : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1995
xviii, 688 p.
Incluye casos y referencias en cada capítulo, apéndices e índices
ADMINISTRACION DE VENTAS / VENDEDORES Y ARTE DE VENDER / ESTRATEGIAS DE VENTA
Hair, Joseph F.; Bush, Alan J.; Cevallos Almada, María Guadalupe tr.; Teyssier Mont, Ezequiel rev.téc.
ISBN: 970-10-0673-2
Existencias: G - 064263 Ej.1

GENERAL

658.81
S792v

Stanton, William J.
Ventas : conceptos, planificación y estrategias / William J., Stanton; Richard H., Buskirk; Rosann L., Spiro;
tr. Alfredo, Anton Moreno; rev.téc. Jorge, Cuadrado Valero
-- 9a ed. --Santafé de Bogotá : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1997
xxv, 536 p. : il
Incluye resumen, preguntas y problemas, casos prácticos en cada capítulo, apéndice e índice
ADMINISTRACION DE VENTAS / VENDEDORES Y ARTE DE VENDER / ESTRATEGIAS DE VENTA
Buskirk, Richard H.; Spiro, Rosann L.; Anton Moreno, Alfredo tr.; Cuadrado Valero, Jorge rev.téc.
ISBN: 958-600-703-0
Existencias: G - 064264 Ej.1

GENERAL

658.4
K43c

Kets de Vries, Manfred F.R.
La conducta del directivo : su impacto en el equilibrio de la empresa / Manfred F.R. Kets de Vries; tr.
Germán Orbeagozo
. --Bilbao : Deusto, 1996
247 p.
Incluye índice
DIRECTORES DE COMPAÑIAS / ADMINISTRACION DE EMPRESAS / LIDERAZGO / EXITO ADMINISTRATIVO
Orbeagozo, Germán, tr.tr.
ISBN: 84-234-1426-4
Existencias: G - 064389 Ej.1 G - 064842 Ej.2 G - 064843 Ej.3

GENERAL

658.009
E55

Dávila L. de Guevara, Carlos, comp.
Empresa e historia en América Latina : un balance historiográfico / comp. Carlos Dávila L. de Guevara;
Raúl García Heras; Colin M. Lewis; Luis Ortega; Mario Cerutti
. --Santafé de Bogotá : Tercer Mundo ; Colciencias, 1996
xxvi, 225 p.
Colección Académica
Incluye bibliografías e índice
EMPRESAS - HISTORIA / EMPRESAS - HISTORIOGRAFIA / EMPRESAS - HISTORIA - AMERICA LATINA /
ADMINISTRACION DE EMPRESAS - AMERICA LATINA
García Heras, Raúl; Lewis, Raúl; Lewis, Colin M.; Ortega, Luis; Cerutti, Mario

ISBN: 958-601-684-6

Existencias: G - 064410 Ej.1

GENERAL

658.4

B321g

Bassi, Eduardo

Globalización de negocios : construyendo estrategias competitivas / Eduardo Bassi

. --México : Editorial Limusa ; Grupo Noriega Editores, 1999

175 p. : il

Incluye notas a pie de página e índice

ESTRATEGIA GERENCIAL / ADMINISTRACION DE EMPRESAS - SIGLO XXI / COMPETITIVIDAD /

GLOBALIZACION / CAMBIO ORGANIZACIONAL / AMBIENTE DE TRABAJO

ISBN: 968-18-5716-X

Existencias: G - 064393 Ej.1 G - 064394 Ej.2 G - 064395 Ej.3 G - 065445 Ej.4 G - 065446
Ej.5 G - 065447 Ej.6 G - 065448 Ej.7

GENERAL

658.4

B747i

Stern, Carl W., coord.The Boston Consulting Group

Ideas sobre estrategia / coord. Carl W. Stern; coord. George Stalk

. --Bilbao : Deusto, 1998

370 p. : il

Incluye índice

DIRECTORES DE COMPAÑIAS / ADMINISTRACION DE EMPRESAS / COMPETENCIA EMPRESARIAL /

ESTRATEGIA GERENCIAL / PRACTICAS INDUSTRIALES / ESTUDIO DE TIEMPOS / LIDERAZGO

Stalk, George, coord.coord.

The Boston Consulting Group

ISBN: 84-234-1608-9

Existencias: G - 064390 Ej.1 G - 064391 Ej.2 G - 064392 Ej.3

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658.3

F877a

French, Wendell L.

Administración de personal : desarrollo de recursos humanos / Wendell L. French ; tr. Alfredo Díaz Mata

; rev. Alfonso Siliceo Aguilar. --

. --México : Editorial Limusa ; Grupo Noriega Editores, 1999.

656 p. : gráfs.

Incluye resumen, preguntas y referencias complementarias en cada capítulo, apéndices e índice

ADMINISTRACION DE PERSONAL / ADMINISTRACION DE PERSONAL - HISTORIA / LIDERAZGO / AMBIENTE

DEL TRABAJO / SELECCION DE PERSONAL / CAPACITACION DE EMPLEADOS / EVALUACION DEL TRABAJO /

NEGOCIACIONES COLECTIVAS DE TRABAJO / CAMBIO ORGANIZACIONAL

Díaz Mata, Alfredo, tr.; Aguilar, Alfonso Siliceo , rev.

ISBN: 968-18-1360-X

Existencias: CT - 064614 Ej.1 CT - 064615 Ej.2

GENERAL

658.406

D278d

De Faria Mello, Fernando Achilles

Desarrollo organizacional : enfoque integral / Fernando Achilles De Faria Mello; tr. Fernando García

Ferrer; rev. Santiago Zorrilla Arena Lozano

. --México : Editorial Limusa ; Grupo Noriega Editores, 1999

183 p.

Incluye bibliografía e índice

CAMBIO ORGANIZACIONAL / ADMINISTRACION DE EMPRESAS / RESISTENCIA AL CAMBIO

García Ferrer, Fernando, tr.; Zorrilla Arena Lozano, Fernando, tr.; Zorrilla Arena Lozano, Santiago, rev.

ISBN: 968-18-1535-1

Existencias: G - 064616 Ej.1 G - 064617 Ej.2

GENERAL

658.81

D151a

Dalrymple, Douglas J.

Administración de ventas : conceptos y casos / Douglas J. Dalrymple; William L. Cron; tr. José manurel Salazar palacios; rev. Agustín Salinas Contreras

. --México : Editorial Limusa ; Grupo Noriega Editores, 1999

xvii, 872 p. : il

Incluye apéndices, glosario e índices

ADMINISTRACION DE VENTAS / VENDEDORES Y ARTE DE VENDER / PLANIFICACION ESTRATEGICA / MOTIVACION DEL EMPLEADO / CASOS EN ADMINISTRACION DE VENTAS

Cron, William L.; Salazar palacios, William L.; Salazar palacios, José manurel, tr.; Salinas Contreras, Agustín, rev.

ISBN: 968-18-5052-1

Existencias: G - 064618 Ej.1 G - 064619 Ej.2

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658.5

L832

Logística : aspectos estratégicos / comp. Martín Christopher ; tr. Mario Rodríguez Espinoza. -- . --México : Editorial Limusa ; Grupo Noriega Editores, 2000.

327 p. : gráfs.

Incluye notas a pie de página e índice

LOGISTICA / GLOBALIZACION / SERVICIO AL CLIENTE / ADMINISTRACION DE EMPRESAS

Rodríguez Espinoza, Mario , tr.; Christopher, Martín, comp.

ISBN: 968-18-5282-6

Existencias: CT - 064638 Ej.1 CT - 064639 Ej.2

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658.4

B789a

Boydell, Tom

Autodesarrollo gerencial : guía para gerentes, organizaciones e instituciones / Tom Boydell ; tr. María Teresa García Arroyo ; rev. Cecilia Weckmann. --

. --México : Editorial Limusa ; Grupo Noriega Editores, 1995.

251 p. : il.

Incluye bibliografías, apéndices e índice

DIRECTORES DE COMPAÑIAS / AUTORREALIZACION (PSICOLOGIA) / CAPACITACION DE EJECUTIVOS / ADMINISTRACION DE EMPRESAS

García Arroyo, María Teresa, tr.; Weckmann, María Teresa, tr.; Weckmann, Cecilia, rev.

ISBN: 968-18-4880-2

Existencias: CT - 064636 Ej.1 CT - 064637 Ej.2

GENERAL

658.8342

S449

Pérez Tornero, José Manuel

La seducción de la opulencia : publicidad, moda y consumo / José Manuel Pérez Tornero; Fabio Tropea; Pilar Sanagustín; Pere-Oriol Costa

. --Barcelona : Ediciones Paidós, 1992

139 p.

Colección Paidós Contextos ; no.2

Incluye biografía de autores, bibliografía y sumario

PUBLICIDAD COMERCIAL ARTISTICA / PUBLICIDAD - ASPECTOS PSICOLOGICOS / CONSUMIDORES

Tropea, Fabio; Sanagustín, Fabio; Sanagustín, Pilar; Costa, Pere-Oriol

ISBN: 84-7509-769-3

Existencias: G - 064647 Ej.1

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658.4092

L714

Liderazgo / tr. María Elena Aparicio Aldazábal. -- . --Bilbao : Deusto, 1999.
250 p. --
Serie Harvard business review
Incluye notas en cada capítulo e índice
LIDERAZGO / DIRECTORES DE COMPAÑIA / ADMINISTRACION DE EMPRESAS
Aparicio Aldazábal, María Elena , tr.
ISBN: 84-234-1656-9
Existencias: CT - 064667 Ej.1 CT - 064668 Ej.2 CT - 064669 Ej.3

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658.4013
C735

Cómo medir el rendimiento de la empresa / tr. Luis Corrons. -- . --Bilbao : Deusto, 1999.
v, 245 p. --
Serie Harvard business review
Incluye notas en cada capítulo, reseña de los autores e índice
RENDIMIENTO INDUSTRIAL / PRODUCTIVIDAD DEL TRABAJO / EXITO EMPRESARIAL / ADMINISTRACION DE
EMPRESAS / DIRECTORES DE COMPAÑIAS / MEDICION DEL TRABAJO
Corrons, Luis , tr.
ISBN: 84-234-1650-X
Existencias: CT - 064670 Ej.1 CT - 064671 Ej.2 CT - 064672 Ej.3

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658
I56

La iniciativa emprendedora / tr. María Elena Aparicio Aldazábal. -- . --Bilbao : Deusto, 1999.
v, 234 p. --
Serie Harvard business review
Incluye notas en cada capítulo, reseña de los autores e índice
EMPRESARIOS INDUSTRIALES / PLANIFICACION EMPRESARIAL / EXITO EMPRESARIAL / INVERSIONES DE
CAPITAL / INNOVACIONES TECNOLOGICAS
Aparicio Aldazábal, María Elena , tr.
ISBN: 84-234-1681-X
Existencias: CT - 064673 Ej.1 CT - 064674 Ej.2 CT - 064675 Ej.3

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658.4
G393

La gestión en la incertidumbre / tr. Rafael Aparicio Aldazabal. -- . --Bilbao : Deusto, 1999.
v, 247 p. --
Serie Harvard business review
Incluye notas en cada capítulo, reseña de los autores e índice
DORECTORES DE COMPAÑIAS / PLANIFICACION EMPRESARIAL / JUEGOS ADMINISTRATIVOS / TOMA DE
DECISIONES / INNOVACIONES TECNOLOGICAS / COMPETITIVIDAD / CAMBIO ORGANIZACIONAL
Aparicio Aldazabal, Rafael , tr.
ISBN: 84-234-1680-1
Existencias: CT - 064676 Ej.1 CT - 064677 Ej.2 CT - 064678 Ej.3

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658.041
N477e

Neubauer, Fred
La empresa familiar : cómo diirigirla para que perdure / Fred Neubauer y Alden G. Lank ; pról. John L.
Ward ; tr. Rafael Aparicio Aldazábal. --
. --Bilbao : Deusto, 1999.
315 p. : il.
Incluye índice

EMPRESAS FAMILIARES / RELACION FAMILIA-EMPRESA / EMPRESAS FAMILIARES - ADMINISTRACION / EXITO EN LOS NEGOCIOS

Lank, Alden G.; Ward, Alden G.; Ward, John L. , pról.; Aparicio Aldazábal, Rafael, tr.

ISBN: 84-234-1619-4

Existencias: CT - 064679 Ej.1 CT - 064680 Ej.2 CT - 064681 Ej.3

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658.28

R173s

Ramírez Cavassa, César

Seguridad industrial : un enfoque integral / César Ramírez Cavassa. --

. --México : Editorial Limusa ; Grupo Noriega Editores, 2000.

506 p. : il.

Incluye bibliografía e índice

SEGURIDAD INDUSTRIAL / ERGONOMIA / ACCIDENTES DE TRABAJO / PREVENCION DE ACCIDENTES / ANALISIS DE COSTOS / SALUD OCUPACIONAL

ISBN: 968-18-3856-4

Existencias: CT - 064682 Ej.1 CT - 064683 Ej.2

GENERAL

658.85

R696c

1998

Rodríguez, Santiago

Creatividad en marketing directo : "si he aprendido yo, cómo no vas a aprender tú" / Santiago

Rodríguez

-- 2a ed. --Bilbao : Deusto, 1998

367 p.

Incluye apéndice e índice

APTITUD CREADORA EN LOS NEGOCIOS / MERCADEO DIRECTO / VENDEDORES Y ARTE DE VENDER / VENTA DIRECTA

ISBN: 84-234-1622-5

Existencias: G - 064684 Ej.1 G - 064685 Ej.2 G - 064686 Ej.3

GENERAL

658.4

F164a

Fairbanks, Michael

Arando en el mar : fuentes ocultas de la creación de riqueza en los países en desarrollo / Michael

Fairbanks; Stace Lindsay; pról. Michael E. Porter; tr. Rosa María Rosas

. --México : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1999

xxv, 289 p. : gráfs

Incluye índice

DIRECTORES DE COMPAÑIAS / LIDERAZGO / PROYECTOS DE DESARROLLO ECONOMICO / PAISES EN DESARROLLO / COMPETITIVIDAD / ADMINISTRACION PUBLICA / EXITO EMPRESARIAL / ADMINISTRACION DE EMPRESAS

Lindsay, Stace; Porter, Stace; Porter, Michael E., pról.; Rosas, Rosa María, tr.

ISBN: 970-10-2144-4

Existencias: G - 064690 Ej.1 G - 064691 Ej.2 G - 064692 Ej.3 G - 064693 Ej.4 G - 064694 Ej.5 G - 064695 Ej.6 G - 064696 Ej.7

GENERAL

658.4062

P339g

Pavón Morote, Julián

Gestión e innovación : un enfoque estratégico / Julián Pavón Morote; Antonio Hidalgo Nuchera

. --Madrid : Pirámide, 1997

236 p.

Colección "Economía y Gestión Internacional"

Incluye bibliografía e índice

INNOVACIONES TECNOLOGICAS / INNOVACIONES ECONOMICAS / DESARROLLO CIENTIFICO Y TECNOLOGICO / PLANEACION ESTRATEGICA

Hidalgo Nuchera, Antonio
ISBN: 84-368-1067-8
Existencias: G - 064825 Ej.1

GENERAL

658.3124
N712c

Nilson, Carolyn
Cómo formar a su personal : técnicas de entrenamiento para no especialistas / Carolyn Nilson; tr.
Adriana Oklander
. --Barcelona : Granica, 1994
231 p.
Colección Management
Incluye índice
CAPACITACION DE EMPLEADOS / ADMINISTRACION DE PERSONAL / EMPLEADOS - ADIESTRAMIENTO
Oklander, Adriana, tr.tr.
ISBN: 950-641-200-6
Existencias: G - 064840 Ej.1 G - 065049 Ej.2

GENERAL

658.406
E82

Orbegozo, Germán, tr.
Estrategias de crecimiento / tr. Germán Orbegozo
. --Bilbao : Deusto, 1998
229 p.
Serie Harvard business review
Incluye índice
CAMBIO ORGANIZACIONAL / DESARROLLO INDUSTRIAL / INNOVACIONES TECNOLOGICAS /
COMPAÑIAS CONSOLIDADAS / FUSION DE EMPRESAS / VALOR AGREGADO
ISBN: 84-234-1658-5
Existencias: G - 064844 Ej.1 G - 064845 Ej.2 G - 064846 Ej.3

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658.4
S428p

Scott, Mark C.
El proceso de creación de valor en la empresa : análisis y comentarios / Mark C. Scott ; tr. María Elena
Aparicio Aldazábal. --
. --Bilbao : Deusto, 1999.
282 p. : il.
Incluye apéndices y bibliografía
DIRECTORES DE COMPAÑIAS / ADMINISTRACION DE EMPRESAS / VALOR AGREGADO / ACCIONISTAS /
CAMBIO ORGANIZACIONAL / TOMA DE DECISIONES
Aparicio Aldazábal, María Elena , tr.
ISBN: 84-234-1668-2
Existencias: CT - 064847 Ej.1 CT - 064848 Ej.2 CT - 064849 Ej.3

GENERAL

658.45
B751c

Botta, Mirta
Comunicaciones escritas en la empresa : cómo dominar la escritura de negocios / Mirta Botta
. --Barcelona : Granica, 1997
235 p. : il
Colección Management
Incluye apéndices y bibliografía
COMUNICACION ESCRITA / COMUNICACION EN ADMINISTRACION / COMUNICACION
ORGANIZACIONAL / REDACCION DE ESCRITOS / INFORMES DE NEGOCIOS
ISBN: 84-7577-501-2
Existencias: G - 064850 Ej.1 G - 064851 Ej.2

GENERAL

658.5
N379m

Neely, John E.

Materiales y procesos de manufactura / John E. Neely; Richard R. Kibbe; ver.esp. Rafael García Díaz;
rev.téc. Osvaldo Silva Luna

. --México : Editorial Limusa ; Grupo Noriega Editores, 1992

488 p. : il

Incluye problemas y casos en cada capítulo, glosario e índice
INGENIERIA DE LA PRODUCCION / ADMINISTRACION DE LA PRODUCCION / PROCESO DE
MANUFACTURA / MATERIALES / METALURGIA / METALURGIA DE POLVOS / PLANIFICACION DE LA
PRODUCCION / INGENIERIA MECANICA / INGENIERIA INDUSTRIAL

Kibbe, Richard R.; García Díaz, Richard R.; García Díaz, Rafael, ver.esp.; Silva Luna, Osvaldo, rev.téc.
ISBN: 968-18-4381-9

Existencias: G - 064852 Ej.1 G - 064853 Ej.2 G - 064854 Ej.3 G - 064855 Ej.4

GENERAL

658.8
C998m

Czinkota, Michael R.

Marketing internacional / Michael R. Czinkota; Ilkka A. Ronkainen; tr.,rev.téc. Juan Bruno García-Sordo
-- 4a ed. --México : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1996

xxix, 819 p. : il, mapas

Incluye casos e índices

MERCADO DE EXPORTACION / LIBRE COMERCIO / CANALES DE COMERCIALIZACION / FRANQUICIAS
(COMERCIO MINORISTA) / GLOBALIZACION

Ronkainen, Ilkka A.; Bruno García-Sordo, Ilkka A.; Bruno García-Sordo, Juan, tr.,rev.téc.

ISBN: 970-10-1118-X

Existencias: G - 064857 Ej.1 G - 064858 Ej.2

GENERAL

658.5
S618p

Sipper, Daniel

Planeación y control de la producción / Daniel Sippper y Robert L. Bulfin ; tr. Marcia González Osuna ;
rev.téc. Silvina Hernández García. --

. --México : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1998.

xxiv, 657 p. : gráfs.

Incluye ejercicios, software, evolución, minicasos y referencias en cada capítulo, apéndice e índice
ADMINISTRACION DE LA PRODUCCION / CONTROL DE LA PRODUCCION / PLANIFICACION DE LA
PRODUCCION / SOLUCION DE PROBLEMAS / INVENTARIOS

Bulfin, Robert L.; González Osuna, Marcia, tr.; Hernández García, Silvina, rev.téc.

ISBN: 970-10-1944-X

Existencias: G - 064862 Ej.1 G - 064863 Ej.2 G - 066834 Ej.3 G - 066835 Ej.4 G - 066836
Ej.5 G - 066837 Ej.6

GENERAL

658.31
D598

Orbegozo, Germán, tr.

Dirigir personas en la empresa / tr. Germán Orbegozo

. --Bilbao : Deusto, 1999

v, 296 p.

Serie Harvard business review

Incluye notas en cada capítulo, reseña de los autores e índice
ADMINISTRACION DE PERSONAL / DELEGACION DE AUTORIDAD / PERSUACION (PSICOLOGIA) /
ADMINISTRACION DE EMPRESAS - SIGLO XXI

ISBN: 84-234-1682-8

Existencias: G - 064864 Ej.1 G - 064865 Ej.2 G - 064866 Ej.3

GENERAL

658.54
G216e

García Criollo, Roberto

Estudio del trabajo : ingeniería de métodos / Roberto García Criollo

. --México : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1998

x, 155 p. : il

Incluye bibliografía e índice

INGENIERIA DE LA PRODUCCION / ADMINISTRACION DE LA PRODUCCION / AMBIENTE DE TRABAJO /
DIAGRAMAS FUNCIONALES / PRODUCTIVIDAD INDUSTRIAL

ISBN: 970-10-1697-1

Existencias: G - 064875 Ej.1 G - 064876 Ej.2 G - 064877 Ej.3 G - 064878 Ej.4

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658.82
S355m

Schmitt, Bernd

Márketing y estética : la gestión estratégica de la marca, la identidad y la imagen / Bernd Schmitt y

Alex Simonson ; pról. Tom Peters ; tr. Idoia Bengoechea. --

. --Bilbao : Deusto, 1998.

367 p. : il.

Incluye resumen en cada capítulo, reseña de los autores e índice

MERCADEO-ESTETICA / ADMINISTRACION DE MERCADEO / IMAGEN Y DISEÑO CORPORATIVO /
ADMINISTRACION DE EMPRESAS - SIGLO XXI / MARCAS DE FABRICA / IDENTIDAD CULTURAL

Simonson, Alex; Peters, Alex; Peters, Tom , pról.; Bengoechea, Idoia , tr.

ISBN: 84-234-1601-1

Existencias: CT - 064884 Ej.1 CT - 064885 Ej.2

GENERAL

658.812
W813q

Wise, Tom

Que hacer realmente para atraer, deleitar y retener clientes : el gurú de la calidad total del servicio

relata sus experiencias y anticipa el futuro / Tom Wise

. --Barcelona : Granica, 1994

397 p.

Colección Management

Incluye índice

CALIDAD TOTAL EN SERVICIOS / SERVICIO AL CLIENTE / RELACIONES CON LOS CLIENTES / SATISFACCION
DEL CLIENTE

ISBN: 950-641-225-1

Existencias: G - 064886 Ej.1 G - 064887 Ej.2

GENERAL

658.4092
H587l

Hesselbein, Frances

El líder del futuro / Frances Hesselbein; Marshall Goldsmith; Richard Beckhard; tr. Gloria Hillers de Luque

. --Bilbao : Deusto, 1996 (impresión de 1999)

338 p.

Incluye índice

LIDERAZGO / APTITUD DE MANDO / PRONOSTICO DE LOS NEGOCIOS

Goldsmith, Marshall; Beckhard, Marshall; Beckhard, Richard; Hillers de Luque, Gloria, tr.

ISBN: 84-234-1431-0

Existencias: G - 064888 Ej.1 G - 064889 Ej.2 G - 064890 Ej.3

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658.40353
A174d

Acevedo Ibáñez, Alejandro

Dinámicas vivenciales para capacitación, docencia y consultoría / Alejandro Acevedo Ibáñez. --

. --México : Editorial Limusa ; Grupo Noriega Editores, 1999.

3 v. : il. --

Serie Aprender Jugando
 Incluye notas a pie de página, bibliografía e índice
 JUEGOS ADMINISTRATIVOS / ADMINISTRACION - METODOS DE SIMULACION / JUEGOS EN GRUPOS /
 COMUNICACION ORGANIZACION / DINAMICA DE GRUPO
 ISBN: 968-18-1801-6 (v.1) 968-18-2164-5 (v.2) 968-18-4360-6 (v.3)
Existencias: CT - 065091 Ej.1 v.1 CT - 065092 Ej.2 v.1 CT - 065093 Ej.1 v.2 CT -
 065094 Ej.2 v.2 CT - 065095 Ej.1 v.3 CT - 065096 Ej.2 v.3

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658.5
 R569s
 1999

Riggs, James L.
Sistemas de producción ; planeación, análisis y control / James L. Riggs ; tr. Ricardo Calvet Pérez ; rev.
 Bonifacio Román Tapia. --
 -- 3a ed. -- . --México : Editorial Limusa ; Grupo Noriega Editores, 1999.
 709 p. : gráfs.
 Incluye resumen, referencias, autoevaluación, preguntas y problemas en cada capítulo, apéndices e
 índice
 ADMINISTRACION DE LA PRODUCCION / PLANIFICACION DE LA PRODUCCION / CONTROL DE LA
 PRODUCCION
 Calvet Pérez, Ricardo , tr.; Román Tapia, Ricardo , tr.; Román Tapia, Bonifacio , rev.
 ISBN: 968-18-4878-0
Existencias: CT - 065206 Ej.1 CT - 065207 Ej.2

GENERAL

658.022
 O32d

Oficina Internacional del Trabajo. Ginebra
Desarrollo de pequeñas empresas : políticas y programas / Oficina Internacional del Trabajo. Ginebra
 . --México : Editorial Limusa ; Grupo Noriega Editores, 2000
 viii, 254 p.
 Incluye apéndices
 MICROEMPRESAS / PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA - ASPECTOS SOCIOECONOMICOS / PEQUEÑA Y
 MEDIANA EMPRESA - ADMINISTRACION / MICROEMPRESAS - ARGELIA / MICROEMPRESAS - AUSTRALIA /
 MICROEMPRESAS - CAMERUN / MICROEMPRESAS - CANADA / MICROEMPRESAS - FRANCIA /
 MICROEMPRESAS - SUECIA / MICROEMPRESAS - ESTADOS UNIDOS
 ISBN: 968-18-5194-3
Existencias: G - 065202 Ej.1 G - 065203 Ej.2

GENERAL

658.8
 M553m

Mercado H., Salvador
Mercadotecnia programada : principios y aplicaciones para orientar la empresa hacia el mercado /
 Salvador Mercado H.
 -- 2a ed. --México : Editorial Limusa ; Grupo Noriega Editores, 1998
 661 p.
 Incluye bibliografía y tabla de contenido
 MERCADEO / ESTUDIOS DE MERCADO / PUBLICIDAD / PROMOCION DE VENTAS / RELACIONES PUBLICAS
 / ADMINISTRACION DE MERCADEO / VENEDORES Y ARTE DE VENDER / ESTRATEGIAS DE MERCADEO
 ISBN: 968-18-5400-4
Existencias: G - 065200 Ej.1 G - 065201 Ej.2

GENERAL

658.4
 M779d

Montes Gutiérrez, Isidoro
Desarrollo humano directivo / Isidoro Montes Gutiérrez
 . --México : Editorial Limusa ; Grupo Noriega Editores, 1990
 363 p. : il
 Incluye apéndice, bibliografía y hemerografía

DIRECTORES DE COMPAÑÍAS / ADMINISTRACION DE PERSONAL / HUMANIZACION DEL TRABAJO /
MOTIVACION DEL EMPLEADO / COMUNICACION ORGANIZACIONAL / CAMBIO ORGANIZACIONAL
ISBN: 968-18-3328-7

Existencias: G - 065198 Ej.1 G - 065199 Ej.2

GENERAL

658.4034
P918m

Prawda Witenberg, Juan

Métodos y modelos de investigación de operaciones / Juan Prawda Witenberg

. --México : Editorial Limusa ; Grupo Noriega Editores, 1999

2 v. : il

Contenido : v.1 : Modelos determinísticos. -- v.2 : Modelos estocásticos

Incluye apéndices e índices

INVESTIGACION OPERACIONAL / TOMA DE DECISIONES / PROGRAMACION LINEAL / INVENTARIOS /
PLANIFICACION DE LA PRODUCCION / ADMINISTRACION - METODOS DE SIMULACION / TEORIA DE LOS
JUEGOS

ISBN: 968-18-0590-9

Existencias: G - 065194 Ej.1 v.1 G - 065195 Ej.1 v.2 G - 065196 Ej.2 v.1 G -
065197 Ej.2 v.2

GENERAL

658.3124
S583c
1998

Siliceo Aguilar, Alfonso

Capacitación y desarrollo de personal / Alfonso Siliceo Aguilar

. --México : Editorial Limusa ; Grupo Noriega Editores, 1998

209 p. : il

Incluye apéndices

ADMINISTRACION DE PERSONAL / CAPACITACION DE EMPLEADOS / RECURSOS HUMANOS /
CAPACITACION SISTEMATICA

ISBN: 968-18-4920-5

Existencias: G - 065188 Ej.1 G - 065189 Ej.2

GENERAL

658.3
V124a

Vadillo, Sergio

Administración de remuneraciones / Sergio Vadillo

. --México : Editorial Limusa ; Grupo Noriega Editores, 1999

143 p.

Incluye bibliografía

SALARIOS / ANALISIS OCUPACIONAL / COMPENSACIONES A LOS TRABAJADORES / RENDIMIENTO
INDUSTRIAL / ADMINISTRACION DE PERSONAL / MERCADO LABORAL

ISBN: 968-18-5658-9

Existencias: G - 065186 Ej.1 G - 065187 Ej.2

GENERAL

658.31
S715c

Sosa Pulido, Demetrio

Conceptos y herramientas para la mejora continua / Demetrio Sosa Pulido

. --México : Editorial Limusa ; Grupo Noriega Editores, 1998 (impresión de 1999)

143 p. : il

Incluye bibliografía e índice

NORMALIZACION / PROCESOS DE MANUFACTURA / TRABAJO EN EQUIPO / MOTIVACION DEL
EMPLEADO / MEJORAMIENTO CONTINUO / ADMINISTRACION DE LA PRODUCCION / RESISTENCIA AL CAMBIO

ISBN: 968-18-5529-9

Existencias: G - 065184 Ej.2 G - 065185 Ej.3

GENERAL

658.43
S715c

Sosa Pulido, Demetrio

Calidad total para mandos intermedios : basado en el modelo Administración por calidad (APC) /

Demetrio Sosa Pulido

. --México : Editorial Limusa ; Grupo Noriega Editores, 1997

173 p.

Incluye glosario, índice y bibliografía

CONTROL DE CALIDAD / MANDOS MEDIOS / CAMBIO ORGANIZACIONAL / MOTIVACION DEL EMPLEADO / MEJORAMIENTO CONTINUO

ISBN: 968-18-5197-8

Existencias: G - 065182 Ej.1 G - 065183 Ej.2

GENERAL

658.4
H623l

Hiam, Alexander

El libro de bolsillo del director general CEO : 101 herramientas sofisticadas para la toma de decisiones /

Alexander Hiam; tr. Fernando R. Pérez Vázquez

. --México : Editorial Limusa ; Grupo Noriega Editores, 1998

xiii, 511 p.

Incluye tabla de clasificación e índice

DIRECTORES DE COMPAÑIAS / TOMA DE DECISIONES / MANUFACTURAS / MERCADEO - TOMA DE DECISIONES / RECURSOS HUMANOS / PRODUCTOS NUEVOS / ADMINISTRACION DE VENTAS / PLANIFICACION ESTRATEGICA

Pérez Vázquez, Fernando R., tr.tr.

ISBN: 968-18-4973-6

Existencias: G - 065180 Ej.1 G - 065181 Ej.2

GENERAL

658.31
S714r

Soria, Víctor M.

Relaciones humanas / Víctor M. Soria

. --México : Editorial Limusa ; Grupo Noriega Editores, 1999

491 p.

Incluye bibliografía y casos

ADMINISTRACION DE PERSONAL / RELACIONES HUMANAS / DIRECTORES DE COMPAÑIAS / COMUNICACION ORGANIZACIONAL / LIDERAZGO / CASOS EN ADMINISTRACION DE PERSONAL

ISBN: 968-18-1485-1

Existencias: G - 065156 Ej.1

GENERAL

658.202
A958f

Avila Espinosa, Rubén

Fundamentos del mantenimiento : guías económicas técnicas y administrativas / Rubén Avila Espinosa

. --México : Editorial Limusa ; Grupo Noriega Editores, 1995

178 p.

Incluye bibliografía e índice

MANTENIMIENTO - ADMINISTRACION / MANTENIMIENTO INDUSTRIAL / MANTENIMIENTO - FUNDAMENTOS / MANTENIBILIDAD (INGENIERIA)

ISBN: 968-18-2528-4

Existencias: G - 065154 Ej.1 G - 065155 Ej.2

GENERAL

658.314
M233c

Majaro, Simón

Cómo generar ideas para generar beneficios : la brecha creativa / Simón Majaro

. --Buenos Aires : Granica, 1992

396 p. : il.
Colección Management y Organización
Incluye biografía del autor, bibliografía e índices
APTITUD CREADORA EN LOS NEGOCIOS / CALIDAD TOTAL / PLANIFICACION EMPRESARIAL
ISBN: 950-641-134-4
Existencias: G - 065304 Ej.1

GENERAL

658.15
I12b

Ibarra Valdés, David
El buen uso del dinero / David Ibarra Valdés
. --México : Editorial Limusa ; Grupo Noriega Editores, 1997
328 p.
Incluye anexos y bibliografía
ADMINISTRACION FINANCIERA / COMPAÑIAS - FINANZAS Y FINANCIACION / FINANZAS PERSONALES /
DEMANDA POR DINERO / MONEDA
ISBN: 968-18-5474-8
Existencias: G - 065308 Ej.1 G - 065309 Ej.2

GENERAL

658.406
I12o

Ibarra Valdés, David
La organización emprendedora / David Ibarra Valdés
. --México : Editorial Limusa ; Grupo Noriega Editores, 1997
166 p. : gráfs
Incluye anexos y bibliografía
ADMINISTRACION DE EMPRESAS - SIGLO XXI / ORGANIZACION / CAMBIO ORGANIZACIONAL /
INTRAPRENEURING
ISBN: 968-18-5471-3
Existencias: G - 065316 Ej.1 G - 065317 Ej.2

GENERAL

658.81
I12c

Ibarra Valdés, David
¿Cómo le hago para vender más? : mercadotecnia en 6 pasos / David Ibarra Valdés
. --México : Editorial Limusa ; Grupo Noriega Editores, 1997
193 p. : il
En la portada : Instituto de Formación Emprendedora
Incluye anexos y bibliografía
ADMINISTRACION DE VENTAS / MERCADEO / SEGMENTACION DEL MERCADO / ESTRATEGIAS DE
MERCADEO / ESTUDIOS DE MERCADO
ISBN: 968-18-5470-5
Existencias: G - 065320 Ej.1 G - 065321 Ej.2

GENERAL

658.46
O32c
1999

Kubr, Milan, dir. Oficina Internacional del Trabajo Ginebra
La consultoría de empresas : guía para la profesión / dir. Milan Kubr
-- 3a ed. --México : Editorial Limusa ; Grupo Noriega Editores, 1999
xxiii, 956 p.
Incluye notas en cada capítulo e índice
ASESORES DE EMPRESAS - MANUALES / CONSULTORIA DE EMPRESAS COMO PROFESION /
ADMINISTRADORES DE RIESGOS
Oficina Internacional del Trabajo Ginebra
ISBN: 968-18-5908-1
Existencias: G - 065323 Ej.1 G - 065324 Ej.2

GENERAL

658.1599

B167i

Baker, James C.

International finance : management, markets, and institutions / James C. Baker

. --New Jersey, N.J. : Prentice-Hall, 1998

xxii, 538 p.

Incluye referencias bibliográficas e índice

EMPRESAS INTERNACIONALES - FINANZAS / FINANZAS INTERNACIONALES / GLOBALIZACION

ISBN: 0-02-305891-9

Existencias: G - 065342 Ej.1

GENERAL

658.1599

G216a

García Rico, Luisa Fernanda

Así nació Nalco : historias de sus pioneros en América Latina / Luisa Fernanda García Rico; Libardo Saavedra Rivera

. --Santafé de Bogotá : Química Nalco de Colombia ; Fundayudas, 2000

163 p. : il.

Ej.1 en español; Ej.2 en inglés y Ej.3 en portugués

Incluye biografía de los autores, bibliografía e índice

EMPRESAS INTERNACIONALES - HISTORIA / COMPAÑIAS EXTRANJERAS - HISTORIA / EMPRESAS INTERNACIONALES - ORGANIZACION / ORGANIZACION INDUSTRIAL - RELATOS PERSONALES / EMPRESARIOS INDUSTRIALES - BIOGRAFIAS / QUIMICA NALCO DE COLOMBIA

Saavedra Rivera, Libardo

ISBN: 953000-2-8

Existencias: G - 065354 Ej.1 G - 065355 Ej.2 G - 065356 Ej.3

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658.4

H299a

Harrington, H. James

Administración total del mejoramiento continuo : la nueva generación / H. James Harrington y James S.

Harrington ; tr. Leonardo Cano ; rev.tecn. Kaizen Andina. --

. --Santafé de Bogotá : Editorial McGraw-Hill, 1997.

506 p. : il. --

Colección Nuevos Temas Empresariales. Management Siglo XXI

Incluye bibliografías, resúmenes, siglas e índice

ADMINISTRACION DEL CAMBIO EXTERIOR / RENDIMIENTO INDUSTRIAL / CALIDAD TOTAL / BENCHMARKING / PLANIFICACION ESTRATEGICA / ISO 9000

Harrington, James S.; Cano, James S.; Cano, Leonardo , tr.; Andina, Kaizen, rev.tecn.

ISBN: 958-600-687-5 (O.C.)

Existencias: CT - 065370 Ej.1

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658.4063

K95i

Kuczarski, Thomas D.

Innovación : estrategias de liderazgo para mercados de alta competencia / Thomas D. Kuczarski ; tr.

Cecilia Avila de Barón ; rev.téc. Roberto Rosero Hinestroza. --

. --Santafé de Bogotá : Editorial McGraw-Hill, 1997.

213 p. --

Colección Nuevos Temas Empresariales. Management Siglo XXI

Incluye epílogo, bibliografía e índice

INNOVACIONES EN ADMINISTRACION / DIFUSION DE INNOVACIONES / ADMINISTRACION DE MERCADEO / ADMINISTRACION INDUSTRIAL / LIDERAZGO

Avila de Barón, Cecilia , tr.; Rosero Hinestroza, Cecilia , tr.; Rosero Hinestroza, Roberto , revs. téc.

ISBN: 958-600-687-5 (O.C.)

Existencias: CT - 065371 Ej.1

GENERAL

658.31
H552f

- Herman, Roger E.
- **Turbulencia!** : retos y oportunidades en el mundo del trabajo / Roger E. Herman; tr. Ona Jurksaitis Lukauskis; rev. técn. Roberto Rosero Hinestroza
. --Santafé de Bogotá : Editorial McGraw-Hill, 1997
216 p.
Colección Nuevos Temas Empresariales. Management Siglo XXI
Incluye biografía del autor, comentario del autor e índice
MERCADERO LABORAL / TRABAJO Y TRABAJADORES / PRONOSTICO DE LOS NEGOCIOS / PLANIFICACION ECONOMICA / ADMINISTRACION DE PERSONAL
Lukauskis, Ona Jurksaitis, tr.; Rosero Hinestroza, Ona Jurksaitis, tr.; Rosero Hinestroza, Roberto, rev. técn.
ISBN: 958-600-689-1
Existencias: G - 065372 Ej.1

GENERAL

658.155
J82v

- Jorion, Philippe
Valor en riesgo / Philippe Jorion; tr. Juan González Herrera; rev. Jaime Díaz Tinoco
. --México : Editorial Limusa ; Grupo Noriega Editores, 1999
357 p. : il.
En carátula : El nuevo paradigma para el control de riesgos con derivados
Incluye biografía del autor, notas a pie de página, bibliografía, conclusiones e índice
ADMINISTRACION DE RIESGOS - INVESTIGACIONES / MERCADO DE VALORES - INVESTIGACIONES / RIESGO (FINANZAS) - INVESTIGACIONES
González Herrera, Juan, tr.; Díaz Tinoco, Juan, tr.; Díaz Tinoco, Jaime, rev.
ISBN: 968-18-5586-8
Existencias: G - 065398 Ej.1 G - 065399 Ej.2

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658.503
V924s

- Vollmann, Thomas E.
Sistemas de planificación y control de la fabricación / Thomas E. Vollmann, William L. Berry y Clay Whybark ; tr. Sergio Samuel Cornejo Reyes ; colab. Bernardo Prida. --
. --Santafé de Bogotá : Editorial McGraw-Hill ; Irwin, 1995.
867 p. : il., cuadros, figs.
Incluye bibliografías e índices
PLANIFICACION DE LA PRODUCCION / MANUFACTURAS-CONTROL DE CALIDAD / CONTROL DE LA PRODUCCION
Berry, William L.; Whybark, William L.; Whybark, Clay; Cornejo Reyes, Sergio Samuel, tr.; Prida, Bernardo , colab.
ISBN: 84-8086-195-9
Existencias: CT - 065409 Ej.1 CT - 066382 Ej.2 CT - 066383 Ej.3

GENERAL

658.406
A258i

- Afuah, Allan
Innovation management : strategies, implementation, and profits / Allan Afuah
. --New York, N.Y. : Oxford University Press, 1998
x, 403 p. : il
Incluye referencias bibliográficas e índice
CAMBIO ORGANIZACIONAL / ADMINISTRACION INDUSTRIAL / COMPAÑIAS - FINANZAS / ADMINISTRACION DE PRODUCTOS / PLANIFICACION ESTRATEGICA
ISBN: 0-19-511346-2
Existencias: G - 065417 Ej.1

GENERAL

658.403

C994b

Cyert, Richard M.

A behavioral theory of the firm / Richard M. Cyert; James G. March

-- 2nd ed. --Oxford : Blackwell Business, 1992 (impresión de 1999)

xii, 252 p.

Incluye índices

TOMA DE DECISIONES / ORGANIZACION INDUSTRIAL (TEORIA ECONOMICA) / ECONOMIA GERENCIAL

March, James G.

ISBN: 0-631-17451-6

Existencias: G - 065418 Ej.1

GENERAL

658.4038

S529i

Shapiro, Carl

Information rules : a strategic guide to the network economy / Carl Shapiro; Hal R. Varian

. --Boston, Mass : Harvard Business School Press, 1999

x, 352 p.

Incluye notas, bibliografía e índices

TECNOLOGIA DE LA INFORMACION - ASPECTOS ECONOMICOS / INFORMACION - ASPECTOS SOCIALES

Varian, Hal R.

ISBN: 0-87584-863-X

Existencias: G - 065419 Ej.1

GENERAL

658.1

M553a

Mercado H., Salvador

Administración aplicada : teoría y práctica / Salvador Mercado H. --

. --México : Editorial Limusa ; Grupo Noriega Editores, 1999.

2 v. : il., col.

v.1 : Primera parte. -- v.2 : Segunda parte. --

ADMINISTRACION DE EMPRESAS-SIGLO XXI / DIRECTORES DE COMPAÑIAS / PLANEACION ESTRATEGICA / PRESUPUESTO / RECURSOS HUMANOS / MOTIVACION DEL EMPLEADO / ADMINISTRACION POR OBJETIVOS / TOMA DE DECISIONES

ISBN: 968-18-2974-3

Existencias: G - 065497 Ej.1 v.1 G - 065498 Ej.1 v.2 G - 065499 Ej.2 v.1 G - 065500 Ej.2 v.2

GENERAL

658.152

M553c

658.152

M553c

Mercado H., Salvador

Compras : principios y aplicaciones / Salvador Mercado H. --

-- 3a ed. -- . --México : Editorial Limusa ; Grupo Noriega Editores, 1999.

200 p. : + 1 plegable del proceso de compras de importación

COMPRAS / DEPARTAMENTOS DE COMPRAS / DEPARTAMENTOS DE COMPRAS-ADMINISTRACION

ISBN: 968-18-5562-0

Existencias: G - 065520 Ej.1 G - 065521 Ej.2

GENERAL

658.81

LL791e

1998

Llamas, José María

Estructura científica de la venta : técnicas profesionales de ventas / José María Llamas. --

-- 2a ed. -- . --México : Editorial Limusa ; Grupo Noriega Editores, 1998

451 p. : il.

Incluye bibliografía e índice

ADMINISTRACION DE VENTAS / VENEDORES Y ARTE DE VENDER / PERSONAL DE VENTAS

ISBN: 968-18-4742-3

Existencias: G - 065546 Ej.1 G - 065547 Ej.2

GENERAL

658.4062

M346m

Makridakis, Spyros

Métodos de pronósticos / Spyros Makridakis y Steven C. Wheelwright ; tr.Héctor Cortés Fregoso. --

. --México : Editorial Limusa ; Grupo Noriega Editores, 1998.

482 p. : gráfs.

Incluye índice

PRONOSTICO DE LOS NEGOCIOS / ADMINISTRACION -METODOS DE SIMULACION / ADMINISTRACION DE EMPRESAS-SIGLO XXI / PROSPECTIVA EN ADMINISTRACION

Wheelwright, Steven C.

ISBN: 968-18-4879-9

Existencias: G - 065548 Ej.1 G - 065549 Ej.2

GENERAL

658.5038

P327d

Pauli, Gunter

Diversificación en el trópico : una propuesta para Colombia / Gunter Pauli. --

. --Santafé de Bogotá : Fundación Zeri, 1999.

201 p. : il., tablas

En portada : Servicio Nacional de Aprendizaje-SENA ; Informe Zeri. -- Incluye anexos e índice

DIVERSIDAD BIOLOGICA-COLOMBIA / DIVERSIFICACION EN LA INDUSTRIA-COLOMBIA / BIODIVERSIDAD / COMPETITIVIDAD

COLOMBIA-CONDICIONES ECONOMICAS

ISBN: 958-96564-3-9

Existencias: G - 065509 Ej.1

GENERAL

658.406

F877d

1996

French, Wendell L.Meza Staines, Guadalupe (tr.) ; Juárez Hernández, J. Othón (rev.téc.)

Desarrollo organizacional : aportaciones de las ciencias de la conducta para el mejoramiento de la organización / Wendell L. French ; Cecil H. Bell

-- 5a ed. -- . --México : Prentice-Hall Hispanoamericana 1996

xviii, 375 p.

Incluye índices

CAMBIO ORGANIZACIONAL / MEJORAMIENTO CONTINUO / INVESTIGACION ACCION / RECURSOS HUMANOS / GLOBALIZACION / CALIDAD TOTAL

Bell, Cecil H.; Meza Staines, Guadalupe (tr.); Juárez Hernández, J. Othón (rev.téc.)

ISBN: 968-880-584-X

Existencias: G - 065524 Ej.1 G - 065525 Ej.2 G - 065526 Ej.3

GENERAL

658.5

M553p

Mercado Ramírez, Ernesto

Productividad : base de la competitividad / Ernesto Mercado Ramírez ; Esther A. Díaz T y M. Diana

Flores R. --

. --México : Editorial Limusa ; Grupo Noriega Editores, 1997.

400 p.

Incluye conclusiones y bibliografías en cada capítulo, apéndices y anexos

ADMINISTRACION DE LA PRODUCCION / PRODUCTIVIDAD DEL TRABAJO / COMPETITIVIDAD / MEDICION DEL TRABAJO / INVESTIGACION OPERACIONAL

Díaz T., Esther A.; Flores R., M. Diana

ISBN: 968-18-5409-8

Existencias: G - 065522 Ej.1 G - 065523 Ej.2

GENERAL

658.0072

B517m

Bernal Torres, César Augusto

Metodología de la investigación para administración y economía / César Augusto Bernal Torres ; rev. téc. Duván Salavarieta, Tomás Sánchez Amaya y Rosalba Salazar. --
. --Santafé de Bogotá : Pearson Educación de Colombia, 2000.

xvi, 262 p. : il. + 1 disquete : incluye aplicativo para el procesamiento de datos.

Incluye preguntas de repaso, anexos e índice

ADMINISTRACION -INVESTIGACIONES - METODOLOGIA / ECONOMIA -INVESTIGACIONES -
METODOLOGIA / INVESTIGACION CIENTIFICA / METODOLOGIA CIENTIFICA

Salavarieta, Duván (rev.téc.)

ISBN: 958-699-002-8

Existencias: G - 065585 Ej.1 G - 065586 Ej.2 G - 065587 Ej.3 G - 065588 Ej.4 G - 065589
Ej.5

GENERAL

658.5

R397p

Render, Barry

Principios de administración de operaciones / Barry Render, Jay Heizer ; tr. Juan Purón Mier y Terán ;
rev. téc. Ángel Fernández Gamero. --

. --México : Prentice-Hall Hispanoamericana, 1996.

624 p. : il. gráfs.

Incluye índice y glosario

ADMINISTRACION DE LA PRODUCCION / CALIDAD TOTAL-ADMINISTRACION / PLANIFICACION
ESTRATEGICA

Purón Mier y Terán, Juan, tr.; Fernández Gamero, Ángel, rev. téc.; Heizer, Jay

ISBN: 968-880-722-2

Existencias: G - 066668 Ej.1 G - 066669 Ej.2 G - 066670 Ej.3

GENERAL

658.3

G796b

Greenberg, Jerald

Behavior in organizations : understanding and managing the human side of work / Jerald Greenberg y
Robert A. Baron. --

-- 7th ed. --. --Upper Saddle River, N.J. : Prentice Hall, 2000

xxvi, 687 p. : il.

Incluye notas, glosario, créditos e índices

ADMINISTRACION DE PERSONAL / ADAPTACION (PSICOLOGIA) / COMUNICACION ORGANIZACIONAL /
CAMBIO ORGANIZACIONAL

Baron, Robert A.

ISBN: 0-13-085026-8

Existencias: G - 066120 Ej.1 G - 066121 Ej.2 G - 066122 Ej.3 G - 066464 Ej.4 G - 067563
Ej.5 G - 067564 Ej.6

GENERAL

658.562

A662g

Arango Vieira, Nelly

Gestión de calidad en Colombia y el mundo / Nelly Arango Vieira. --

. --Santafé de Bogotá : ICONTEC, 1999.

146 p. il.

Incluye biografía del autor, bibliografía e índice

CONTROL DE CALIDAD-NORMAS / CALIDAD TOTAL-NORMAS / CALIDAD DE VIDA-NORMAS / GESTION
DE CALIDAD-NORMAS / ISO 9000 / NORMALIZACION -COLOMBIA

INSTITUTO COLOMBIANO DE NORMAS TECNICAS

Existencias: G - 065790 Ej.1 G - 065791 Ej.2

GENERAL

658.041
E55
1993

La empresa familiar 4 / ed. Miguel Angel Gallo. -- -- [3a ed.?). -- --Barcelona : Estudios y Ediciones IESE, 1993.
249 p.

En la carátula : Publicaciones de la Cátedra de Empresa Familiar. Universidad de Navarra. -- Incluye índice

EMPRESAS FAMILIARES / RELACION FAMILIA-EMPRESA / EXITO EN LOS NEGOCIOS

Gallo, Miguel Angel, ed.

ISBN: 84-86851-19-X

Existencias: G - 065827 Ej.1 G - 065828 Ej.2

GENERAL

658.041017
E84

Ética en la empresa familiar : texto y casos / eds. Miguel Angel Gallo y Doménec Melé. -- --Barcelona : Editorial Praxis, 1998.

xviii, 373 p. : il. --

Incluye índice y anexos

EMPRESAS FAMILIARES / RELACION FAMILIA-EMPRESA - MORAL Y ASPECTOS ETICOS / EXITO EN LOS NEGOCIOS / EMPRESAS FAMILIARES-CASOS

Gallo, Miguel Ángel, ed.; Melé, Doménec, ed.

ISBN: 84-7197-493-2

Existencias: G - 066054 Ej.1 G - 066055 Ej.2

GENERAL

658.4
B791h

Boyett, Joseph H.

Hablan los gurús : las mejores ideas de los máximos pensadores de la administración / Joseph H. Boyett y Jimmie T. Boyett ; tr. Betty Trabal ; ed. María del Mar Ravassa G.. --

. --Barcelona : Grupo Editorial Norma, 1999.

381 p. : il. --

ADMINISTRACION DE EMPRESAS / LIDERAZGO / CAMBIO ORGANIZACIONAL / TRABAJO EN EQUIPO / MOTIVACION DEL EMPLEADO / MEJORAMIENTO CONTINUO

Boyett, Jimmie T.; Trabal, Betty, tr.; Ravassa G., María del Mar, ed.

ISBN: 958-04-5291-1

Existencias: G - 066052 Ej.1 G - 066053 Ej.2

GENERAL

658.1
L438

Learning organizations : developing cultures for tomorrow's workplace / eds. Sarita Chawla y John Renesch. -- . --Portland : Productivity Press, 1995.

547 p. : il.

Incluye bibliografía e índice

INVESTIGACION ORGANIZACIONAL / CAMBIO ORGANIZACIONAL / ADMINISTRACION -TEORIAS

Chawla, Sarita , ed.; Renesch, John , ed.

ISBN: 1-56327-110-9

Existencias: G - 066100 Ej. 1

GENERAL

658.4092
D475m

Dessler, Gary

Management : leading people and organizations in the 21st century / Gary Dessler. --

. --Upper Saddle River, N.J. : Prentice Hall, 1998.

xxi, 703 p. : gráfs., fotos col.+ 1 CD-ROM, con instrucciones para su instalación

Incluye índices y glosario

ADMINISTRACION DE EMPRESAS-SIGLO XXI / LIDERAZGO / ORGANIZACION / TOMA DE DECISIONES /
CULTURA CORPORATIVA / COMUNICACION ORGANIZACIONAL / CAMBIO ORGANIZACIONAL
ISBN: 0-13-862970-6

Existencias: G - 066736 Ej.1 G - 066737 Ej.2 G - 066738 Ej.3

GENERAL

658.3
G348e

George, Jennifer M.

Essentials of managing organizational behavior / Jennifer M. George y Gareth R. Jones. --

. --Upper Saddle River, N.J. : Prentice-Hall, 2000

xvi, 318 p. : cuadros

Incluye índice

ADMINISTRACION DE PERSONAL / ACTITUD (PSICOLOGIA) / SATISFACCION EN EL TRABAJO /
MOTIVACION DEL EMPLEADO / LIDERAZGO / CULTURA CORPORATIVA / CAMBIO ORGANIZACIONAL /
GLOBALIZACION

Jones, Gareth R.

ISBN: 0-201-61548-7

Existencias: G - 066725 Ej.1 G - 066726 Ej.2 G - 066727 Ej.3

GENERAL

658.314
C624c

Clegg, Brian

Creativity and innovation for managers / Brian Clegg. --

. --Oxford : The Institute of Management Foundation ; Butterworth Heinemann, 1999.

113 p. : il.

En portada : Publicado en asociación con el Institute of Management. --

Incluye índice

APTITUD CREADORA EN LOS NEGOCIOS / CREATIVIDAD (ADMINISTRACION) / INNOVACIONES EN
ADMINISTRACION / APTITUD CREADORA EN TECNOLOGIA

ISBN: 0-7506-4255 6

Existencias: G - 067556 Ej.1 G -

GENERAL

658.0017
T813m

Treviño, Linda Klebe

Managing business ethics : straight talk about how to do it right / Linda Klebe Treviño y Katherine A.

Nelson. --

-- 2nd ed.. -- . --New York : John Wiley & Sons, 1999.

338 p.

Incluye referencias e índice y notas en cada capítulo

ETICA EN LOS NEGOCIOS / ETICA EN LOS NEGOCIOS-ESTUDIO DE CASOS

Nelson, Katherine A.

ISBN: 0-471-24652-2

Existencias: G - 066723 Ej.1 G - 067595 Ej.2 G - 067596 Ej.3

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658
A238b

Abe, Joseph M.

Business ecology : giving your organization the natural edge / Joseph M. Abe, Patricia E. Dempsey y

David A. Bassett. --

. --Boston : Butterworth Heinemann, 1998.

238 p. : gráfs.

Incluye apéndice, bibliografía e índice

ORGANIZACION INDUSTRIAL / ADMINISTRACION INDUSTRIAL

Dempsey, Patricia E.; Bassett, David A.

ISBN: 0-7506-9955-8

Existencias: CT - 066720 Ej.1 CT - 067804 Ej.2 CT - 067805 Ej.3

GENERAL

658.4

K14l

Kalthoff, Otto

La luz y la sombra / Otto Kalthoff, Ikujiro Nonaka y Pedro Nueno ; tr. Luis Corrons Prieto. --

. --Bilbao : Ediciones Deusto, 1998.

225 p.

Incluye bibliografía e índice

INNOVACIONES TECNOLOGICAS / ADMINISTRACION DE EMPRESAS / DIRECTORES DE COMPAÑIAS /
CAMBIO ORGANIZACIONAL / COMPETITIVIDAD / EXITO EN LOS NEGOCIOS / LIDERAZGO

Nonaka, Ikujiro; Nueno, Pedro; Corrons Prieto, Luis, tr

ISBN: 84-234-1587-2

Existencias: G - 066423 Ej.1 G - 066424 Ej.2 G - 066425 Ej.3

GENERAL

658.812

F855l

Freemantle, David

Lo que les gusta a los clientes de su marca / David Freemantle ; tr. María Elena Aparicio Aldazabal. --

. --Bilbao : Ediciones Deusto, 1998.

348 p. : gráfs.

Incluye apéndices e índice

SERVICIO AL CLIENTE / SATISFACCION DEL CLIENTE / RELACIONES CON LOS CLIENTES / MERCADEO

Aparicio Aldazábal, María Elena, tr.

ISBN: 84-234-1644-5

Existencias: G - 066421 Ej.1 G - 066422 Ej.2

GENERAL

658.827

G914b

Guardia Massó, Ramón

El beneficio de compartir valores : márketing social corporativo, una nueva estrategia para diferenciar
las marcas / Ramón Guardia Massó

. --Bilbao : Ediciones Deusto, 1998.

217 p. : gráfs.

Incluye bibliografía e índices

MERCADEO SOCIAL / MARCAS DE FABRICA / CONSUMIDORES / ESTRATEGIA DE MERCADEO

ISBN: 84-234-1.630-5

Existencias: G - 066416 Ej.1 G - 066417 Ej.2 G - 066418 Ej.3

GENERAL

658.041

K78n

Koenig, Neil N.

¡No puedes despedirme soy tu padre! : claves para el equilibrio entre empresa y familia / Neil N. Koenig
; tr. María Elena Aparicio Aldazábal. --

. --Bilbao : Ediciones Deusto, 2000.

270 p.

Incluye notas, lecturas recomendadas e índice

EMPRESAS FAMILIARES / RELACIONES FAMILIA-EMPRESA / EXITO EN LOS NEGOCIOS / EMPRESAS
FAMILIARES-ADMINISTRACION / TRABAJO Y VIDA FAMILIAR

Aparicio Aldazábal, María Elena, tr.

ISBN: 84-234-1700-X

Existencias: G - 066419 Ej.1 G - 066420 Ej.2

GENERAL

658.314

W427i

Weisinger, Hendrie

La inteligencia emocional en el trabajo / Hendrie Weisinger ; tr. Melissa Arcos y Daniel Laks. --

. --Buenos Aires : Javier Vergara Editor, 1998.

221 p.
Incluye índice , apéndice y bibliografía
INTELIGENCIA EMOCIONAL / EMOCIONES / CONDUCTA EN PSICOLOGIA / MOTIVACION /
SATISFACCION EN EL TRABAJO-PROGRAMAS / EXITO PERSONAL / RELACIONES INDUSTRIALES /
ADMINISTRACION DE PERSONAL-ASPECTOS PSICOLOGICOS

Arcos, Melissa, tr.; Laks, Daniel, tr.

ISBN: 950-15-1840-X

Existencias: G - 066770 Ej.1 G - 066771 Ej.2 G - 066772 Ej.3

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658.9161

M516g

Mejía García, Braulio

Gerencia de procesos : para la organización y el control de empresas de salud / Braulio Mejía García ;
colabs. Ricardo Caycedo Bustos, Elizabeth Martínez Ramírez y Alejandro Rodríguez Garzón. --
-- 2a ed. -- . --Santafe de Bogotá : ECOE Ediciones, 1999.

208 p. : il., cuadros. --

Colección Textos universitarios. Area Ciencias médicas

Incluye anexos, bibliografía e índice

GERENCIA DE PROCESOS / CAMBIO ORGANIZACIONAL / GESTION DE PROCESOS-MANUALES / SERVICIO
AL CLIENTE / INSTITUCIONES DE SALUD / INSTITUCIONES PRESTADORAS DE SERVICIOS DE SALUD /
ADMINISTRACION DE SERVICIOS DE SALUD

Caycedo Bustos, Ricardo, colab.; Martínez Ramírez, Elizabeth, colab.; Rodríguez Garzón, Alejandro,
colab.

ISBN: 958-648-184-0

Existencias: CT - 067530 Ej.1 CT - 067531 Ej.2 067532 Ej.3

GENERAL

658.402

S397d

Schvarstein, Leonardo

Diseño de organizaciones : tensiones y paradojas / Leonardo Schvarstein. --

. --Buenos Aires : Editorial Paidós Ibérica, 1998 (impresión de 2000).

424 p. : cuadros

Incluye índices, bibliografía, anexo y epílogo

DISEÑO ORGANIZACIONAL / MODERNIDAD / DISEÑO / CAMBIO ORGANIZACIONAL

ISBN: 950-12-3253-0

Existencias: G - 066753 Ej.1 G - 066754 Ej.2

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658.4092

H465l

Heifetz, Ronald A.

Liderazgo sin respuestas fáciles : propuestas para un nuevo diálogo social en tiempos difíciles / Ronald
A. Heifetz ; tr. Jorge Piatigorsky. --

. --Barcelona : Ediciones Paidós, 1997.

360 p.. --

Colección Paidós estado y sociedad ; no. 55

Incluye prólogo e índices

LIDERAZGO / AUTORIDAD / TOMA DE DECISIONES

Piatigorsky, Jorge, tr.

ISBN: 84-493-0403-2

Existencias: CT - 068152 Ej.1

GENERAL

658

S851r

Stewart, Rosemary

The reality of management / Rosemary Stewart. --

-- 3rd ed.. -- . --Oxford : Butterworth Heinemann, 1997.

xvi, 208 p.

Incluye referencias e índice

ADMINISTRACION DE EMPRESAS / TOMA DE DECISIONES / LIDERAZGO / ORGANIZACION

ISBN: 0-7506-4289-0

Existencias: G - 066766 Ej.1 G - 067627 Ej.2 G - 067628 Ej.3

GENERAL

659.2

M294

Manual de relaciones públicas empresariales / dir. y coord José Daniel Barquero Cabrero. -- . --Barcelona : Ediciones Gestión 2000, 1994.

783 p. : il., fotos

Colección Universitaria Eserp

En carátula : "Toda la experiencia de los más importantes expertos en esta disciplina. La obra más actual y completa sobre la actividad que nadie puede eludir". -- Incluye notas a pie de página, apéndices e índices

ADMINISTRACION DE EMPRESAS / RELACIONES PUBLICAS EN EMPRESAS / RELACIONES PUBLICAS Y POLITICA / COMUNICACION / PUBLICIDAD / INFORMACION PUBLICA

BARCELONA (ESPAÑA)-BIOGRAFIAS

Barquero Cabrero, José Daniel, dir. y coord.

ISBN: 84-8088-024-4

Existencias: G - 066241 Ej.1

GENERAL

652.109

O84h

Ossa, Felipe

Historia de la escritura y la letra impresa / Felipe Ossa ; ed. Mireya Fonseca Leal. --

. --Santafé de Bogotá : Editorial Planeta, 1993.

335 p. : il.

Incluye notas a pie de página y bibliografía

ESCRITURA -HISTORIA / LIBROS -HISTORIA / IMPRENTA -HISTORIA / ALFABETO -HISTORIA

Fonseca Leal, Mireya, ed.

ISBN: 958-614-383-X

Existencias: G - 066249 Ej. 1

GENERAL

658.406

J69q

Johnson, Spencer

¿Quién se ha llevado mi queso? : una manera sorprendente de afrontar el cambio en el trabajo y la vida privada / Spencer Johnson ; tr. Montserrat Gurguí. --

. --Barcelona : Ediciones Urano, 1999.

93 p. : il.

Incluye índice

CAMBIO ORGANIZACIONAL / RESISTENCIA AL CAMBIO / EXITO PERSONAL / ADAPTACION SOCIAL

Gurguí, Montserrat, tr.

ISBN: 84-7953-338-2

Existencias: G - 066316 Ej.1 G - 066317 Ej.2

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658.91362

T279m

1997

Temes Montes, José Luis

Manual de gestión hospitalaria / José Luis Temes Montes, Vicente Pastor y Aldeguer y José Luis Díaz Fernández. --

-- 2a ed.. -- . --Madrid : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1997.

x, 552 p. : cuadros.

Incluye bibliografía en cada capítulo

ADMINISTRACION HOSPITALARIA / ADMINISTRACION HOSPITALARIA-MANUALES

Pastor y Aldeguer, Vicente; Díaz Fernández, José Luis

ISBN: 84-486-0170-X

Existencias: CT - 066846 Ej.1 CT - 066847 Ej.2 CT - 066848 Ej.3

GENERAL

659.11
L847

Londoño F., J. Arturo

Publicidad : una propuesta para la discusión / J. Arturo Lonfoño F., --
. --Santafé de Bogotá : Centro de Ediciones y Documentacion - CED, 1997.
287 p.

En portada: temas de continua discusión entre la gente de administración y mercadeo analizados a la luz de la estrategia publicitaria. -- Incluye índice

PUBLICIDAD / PUBLICIDAD-ASPECTOS SOCIALES / PUBLICIDAD-ASPECTOS PSICOLOGICOS / ESTRATEGIA PUBLICITARIA

Existencias: G - 066896 Ej.1

GENERAL

658.401
M684c

Mitroff, Ian I.

Cómo gestionar una crisis : guía para mejorar la preparación frente a una crisis / Ian I. Mitroff, Christine M. Pearson. --

. --Barcelona : Ediciones Gestión 2000, 1997.
136 p. : il., cuadsr.

Suspensión de pagos -- Accidente -- Pérdida de imagen -- Proceso judicial -- OPA -- Contaminación -- Destituciones -- Huelga

Incluye notas a pie de página, apéndice, bibliografía e índice

POLITICA EMPRESARIAL / ORGANIZACION / CRISIS EMPRESARIAL / ADMINISTRACION DE EMPRESAS / DISCIPLINA LABORAL / GESTION DE CRISIS / GESTION INDUSTRIAL

Pearson, Christine M.

ISBN: 84-8088-195-X

Existencias: G - 067548 Ej.1 G - 067549 Ej.2

GENERAL

658.3
U45f

Ulrich, Dave

El futuro de la dirección de recursos humanos / Dave Ulrich, Michael R. Losey y Gerry Lake. --

. --Barcelona : Ediciones Gestión 2000, 1998.

390 p.

En la portada : con la colaboración de 48 líderes más. -- Incluye índice. -- Contiene información biográfica

ADMINISTRACION DE PERSONAL / RECURSOS HUMANOS / HUMANIZACION DEL TRABAJO / TRABAJO Y TRABAJADORES / GLOBALIZACION

Losey, Michael R.; Lake, Gerry

ISBN: 84-8088-256-5

Existencias: G - 066702 Ej.1 G -

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658.0151
H137ma

Haeussler, Ernest F.

Matemáticas para administración, economía, ciencias sociales y de la vida / Ernest F. Haeussler y Richard S. Paul ; trs. José E. de la Cera Alonso y Víctor Hugo Ibarra Mercado ; revs. María del Carmen López Laiseca y Orlando Vanegas Gordillo. --

-- 8a ed.. -- . --México : Prentice-Hall Hispanoamericana, 1997.

xviii, 941 [85] p. : gráfs.

Incluye índice y apéndice

MATEMATICAS PARA ADMINISTRADORES / MATEMATICAS PARA ECONOMISTAS / CIENCIAS SOCIALES Y MATEMATICAS / ALGEBRA / ECUACIONES / FUNCIONES EXPONENCIALES / PROGRAMACION LINEAL / MATEMATICAS FINANCIERAS / PROBABILIDADES

Paul, Richard S.; Cera Alonso, José E. de la, tr.; Ibarra Mercado, Víctor Hugo, tr.; López Laiseca, María del Carmen, rev.; Vanegas Gordillo, Orlando, rev.

ISBN: 968-880-963-2

Existencias: CT - 066698 Ej.1 CT - 066699 Ej.2 CT - 066700 Ej.3 CT - 066701 Ej.4

GENERAL

658.409

V195d

Valls, Antonio

Las 12 habilidades directivas clave / Antonio Valls. --

. --Barcelona : Ediciones Gestión 2000, 1998.

163 p. : gráfs.

Toma de decisiones y resolución de problemas. Diseño de la propia estrategia profesional. Gestión del tiempo. Gestión del estrés. Interacción personal y comunicación. Negociación. Asertividad. Gestión del jefe. Liderazgo. Motivación. Hábitos de la gente efectiva. Presentaciones en público.

Incluye índice, bibliografía, epílogo y anexos

DIRECTORES DE COMPAÑIAS / LIDERAZGO / TOMA DE DECISIONES / SOLUCION DE PROBLEMAS /
MOTIVACION / NEGOCIACION / AUTODESARROLLO

ISBN: 84-8088-299-9

Existencias: G - 066755 Ej.1 G - 066756 Ej.2

GENERAL

658.041

L433g

Le Van, Gerald

Guía para la supervivencia de la empresa familiar / Gerald Le Van ; tr. Rafael Jiménez Larrea. --

. --Bilbao : Ediciones Deusto, 1999.

209 p. : gráfs.

Incluye índice, apéndice y bibliografía

EMPRESAS FAMILIARES / RELACION FAMILIA-EMPRESA / EMPRESAS FAMILIARES-ADMINISTRACION / EXITO
EN LOS NEGOCIOS

Jiménez Larrea, Rafael, tr.

ISBN: 84-234-1687-9

Existencias: G - 066471 Ej.1 G - 066472 Ej.2

GENERAL

658.568

V436i

Vélez Sobrino, Netzahualcóyotl

Introducción a la estadística para la calidad total / Netzahualcóyotl Vélez Sobrino. --

. --México : Editorial Limusa ; Grupo Noriega Editores, 1998.

244 p. : gráfs. --

Colección Textos politécnicos. Serie matemáticas

Incluye apéndices, bibliografía e índice

CONTROL DE CALIDAD-ESTADISTICAS / ESTADISTICA INDUSTRIAL / PROBABILIDADES / ESTADISTICA
DESCRIPTIVA / CONFIABILIDAD

ISBN: 968-18-5550-7

Existencias: G - 066475 Ej.1 G - 066476 Ej.2

GENERAL

658.562

B136c

Badia Giménez, Albert

Calidad enfoque ISO 9000 : normalización, homologación, certificación, acreditación, aseguramiento (ISO 9000) y auditoría / Albert Badia Giménez ; colabs. Ricardo Santoma, J.C. Rodríguez-Ferrera y Jordi Sánchez. --

. --Bilbao : Ediciones Deusto, 1998.

393 p. : gráfs.

Incluye apéndices, anexo e índice

CALIDAD TOTAL / CONTROL DE CALIDAD / ISO 9000 / NORMALIZACION / ACREDITACION / AUDITORIA
Santomá, Ricardo.,colab.,; Rodríguez-Ferrera, J.C.,colab.,; Sánchez, Jordi.,colab.,

ISBN: 84-234-1.606-2

Existencias: G - 067375 Ej. 1 G - 067376 Ej. 2 G - 067462 Ej. 3

GENERAL

658.5

Ch487a

Chase, Richard B.

Administración de producción y operaciones : manufactura y servicios / Richard B. Chase, Nicholas J. Aquilano y F. Robert Jacobs ; trs. Ángela García Rocha y Mildred Ciociano González ; rev. téc. Ángela Soler Castillo y Guillermo Alzate Vargas. --

-- 8a ed.. -- . --Santafé de Bogotá : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 2000.

xx, 885 p. : Gráfs., fotos col. + 1CD-ROM (Modelo de las hojas de cálculo, presentaciones de transparencias en PowrPoint, glosario de videos, direcciones WEB para referenciar textos y recorridos de planta)

Incluye apéndice, índice y bibliografía recomendada en cada capítulo

ADMINISTRACION DE LA PRODUCCION / ADMINISTRACION DE PROYECTOS / MANUFACTURAS / PLANIFICACION ESTRATEGICA / PROGRAMACION LINEAL / INVENTARIOS

Aquilano, Nicholas J.; Jacobs, F. Robert ; García Rocha, Ángela, tr.; Ciociano González, Mildred, tr.; Soler Castillo, Ángela, rev. téc.; Alzate Vargas, Guillermo, rev. téc.

ISBN: 958-41-0071-8

Existencias: G - 066830 Ej.1 G - 066831 Ej.2 G - 066832 Ej.3 G - 066833 Ej.4

GENERAL

658.8

P825I

Popcorn, Faith

Lo que vendrá / Faith Popcorn. --

. --Barcelona : Ediciones Juan Granica, 1997.

301 p.. --

Colección Management y contexto

Incluye glosario y apéndice

MERCADEO-PREDICCIONES / NEGOCIOS-ASPECTOS SOCIALES / CAMBIO SOCIAL / INFORME POPCORN / INNOVACIONES TECNOLOGICAS / PRODUCTOS NUEVOS / PREDICCIONES SOCIALES

ISBN: 84-7577-512-8

Existencias: G - 066661 Ej.1 G - 067475 Ej.2

GENERAL

658.409

G625i

Goleman, Daniel

La inteligencia emocional en la empresa / Daniel Goleman ; tr. Zilli, Edith. --

. --Buenos Aires : Javier Vergara Editor ; Ediciones B, 1999 (impresión de 2000).

460 p.

Incluye índice y notas

INTELIGENCIA EMOCIONAL / INTELIGENCIA-ASPECTOS PSICOLOGICOS / EMOCIONES / EXCELENCIA EMPRESARIAL / SATISFACCION EN EL TRABAJO / APTITUD DE MANDO / TRABAJO EN EQUIPO

Zilli, Edith, tr.

ISBN: 950-15-1950-3

Existencias: G - 066692 Ej.2 G - 066693 Ej.3 G - 066694 Ej.4

GENERAL

658.4034

T128i

1998

Taha, Hamdy A.

Investigación de operaciones : una introducción / Hamdy A. Taha ; trs. Guadalupe Meza Staines y Ricardo Cruz ; rev. téc. Ángel Fernández Gamero ; ed. Pablo Eduardo Roig Vázquez. --

. --México : Prentice-Hall Hispanoamericana, 1998.

xx, 916 p. : gráfs. + 1 Disquete (Tora sistema de optimización v.2.0, SIMNET II lenguaje de simulación versión estudiantil 2.102)

Incluye apéndice e índice, bibliografía y resumen en cada capítulo

INVESTIGACION OPERACIONAL / TOMA DE DECISIONES / PROGRAMACION (MATEMATICAS) / PERT CPM (ANALISIS DE REDES) / PROGRAMACION LINEAL / PROGRAMACION DINAMICA

Meza Staines, Guadalupe, tr.; Cruz, Ricardo, tr.; Fernández Gamero, Ángel, rev. téc.; Roig Vázquez, Pablo Eduardo, ed.

ISBN: 970-17-0166-6
Existencias: G - 066799 Ej.1 G - 066800 Ej.2 G - 066801 Ej.3 G - 066802 Ej.4 G - 066803
Ej.5

GENERAL

658.562
P355m

Peach, Robert W.
Manual de ISO 9000 / Robert W. Peach ; tr. Francisco A. Lancaster y Jones Campero ; colabs. Maricel Carreras Montiel ... [et.al.]. --
-- 3a ed. en inglés, 1a ed. en español. -- . --México : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1999.
xvi, 926 p. : il.
Incluye apéndices e índice
CONTROL DE CALIDAD-MANUALES / CALIDAD TOTAL-MANUALES / ISO 9000-MANUALES / ISO 9001-MANUALES
Lancaster, Francisco A., tr.; Campero, Jones, tr. ; Carreras Montiel, Maricel, colab.; Mariscal Gracia, Alberto, colab.; Corona Rodríguez, Rosa María, colab.; Palafox Odé, Fernando, colab.
ISBN: 970-10-2264-5
Existencias: G - 067236 Ej.1

GENERAL

658.562
B218c

Banks, Jerry
Control de calidad / Jerry Banks ; colab. Fernando Ibarra Aispuro. --
. --México : Editorial Limusa ; Grupo Noriega Editores, 1998.
666 p. : gráfs.
Incluye índices, apéndice y bibliografía en cada capítulo
CONTROL DE CALIDAD / CONTROL DE CALIDAD-HISTORIA / ADMINISTRACION DE CALIDAD TOTAL /
CONTROL DE PROCESOS INDUSTRIALES / MUESTREO DE ACEPTACION (CONTROL DE CALIDAD)
Ibarra Aispuro, Fernando , colab.
ISBN: 968-18-4508-0
Existencias: G - 066795 Ej.1 G - 066796 Ej.2

GENERAL

658.4032
S486g
2000

Serna Gómez, Humberto
Gerencia estratégica : planeación y gestión - teoría y metodología / Humberto Serna Gómez. --
-- 7a ed. act., corr. y aument.. -- . --Santafé de Bogotá : 3R Editores, 2000.
xii, 385 p. : cuadros, tablas. --
Colección Temas gerenciales
Incluye guía para el Diagnóstico Estratégico cómo diseñar un Sistema de Información Estratégica
basado en índices de gestión. SIMEG (Sistema Integrado de Medición de Gestión). --
Incluye anexos y bibliografía
PLANEACION ESTRATEGICA / TOMA DE DECISIONES / GESTION INDUSTRIAL / INDICES DE GESTION
ISBN: 958-96137-7-2
Existencias: G - 067128 Ej.1 G - 067129 Ej.2 G - 067130 Ej.3 G - 067131 Ej.4 G - 067781
Ej.5 G - 067782 Ej.6 G - 067783 Ej.7

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658.812
A341r

Albrecht, Karl
La revolución del servicio : lo único que cuenta es un cliente satisfecho / Karl Albrecht ; tr. Jesús Villamizar Herrera ; rev. téc. Humberto Serna Gómez. --
. --Santafé de Bogotá : 3R Editores, 1998.
235 p. : gráfs.. --
Colección Temas gerenciales
Incluye índice

SERVICIO AL CLIENTE / SATISFACCION DEL CLIENTE / MERCADEO DE SERVICIOS / LIDERAZGO
Villamizar Herrera, Jesús, tr.; Serna Gómez, Humberto, rev. téc.
ISBN: 958-8017-27-0
Existencias: CT - 067132 Ej.6 CT - 067133 Ej.7 CT - 067134 Ej.8 CT - 067135 Ej.9 CT - 067136
Ej.10 CT - 067137 Ej.11 CT - 067138 Ej.12 CT - 067139 Ej.13 CT - 067140 Ej.14 CT - 068066 Ej.15

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658.812

A341e

Albrecht, Karl

La excelencia en el servicio : [conozca y comprenda a sus clientes] / Karl Albrecht y Lawrence J. Bradford ; tr. Jesús Villamizar Herrera ; rev. téc. Humberto Serna Gómez. --

. --Santafé de Bogotá : 3R Editores, 1998.

237 p. : gráfs.. --

Colección Temas gerenciales

Incluye índice y notas en cada capítulo

SERVICIO AL CLIENTE / VENDEDORES Y ARTE DE VENDER / CALIDAD TOTAL EN SERVICIOS / RELACIONES
CON LOS CLIENTES / SATISFACCION DEL CLIENTE

Bradford, Lawrence J.; Villamizar Herrera, Jesús, tr.; Serna Gómez, Humberto, rev. téc.

ISBN: 958-8017-28-9

Existencias: CT - 067202 Ej.7 CT - 067203 Ej.8 CT - 067204 Ej.9 CT - 067205 Ej.10 CT - 067206
Ej.11 CT - 067207 Ej.12 CT - 067208 Ej.13 CT - 067209 Ej.14

GENERAL

658.812

S486s

Serna Gómez, Humberto

Servicio al cliente : métodos de auditoría y medición / Humberto Serna Gómez y John Jairo Gómez ; colabs. Patricia Serna H., Sergio Serna H. y María Dolores Rodríguez. --

-- 2a ed.. -- . --Santafé de Bogotá : 3R Editores, 1999.

ix, 222 p. : gráfs.. --

Colección Temas gerenciales

Incluye bibliografía

SERVICIO AL CLIENTE / SATISFACCION DEL CLIENTE / RELACIONES CON LOS CLIENTES / AUDITORIA EN EL
SERVICIO

Gómez, John Jairo; Serna H., Patricia, colab.; Serna H., Sergio, colab.; Rodríguez, María Dolores, colab.

ISBN: 958-96137-0-5

Existencias: G - 067100 Ej.1 G - 067101 Ej.2 G - 067102 Ej.3 G - 067103 Ej.4 G - 067104
Ej.5 G - 067105 Ej.6 G - 067106 Ej.7 G - 067107 Ej.8

GENERAL

658.4

B453i

2000

Beltrán Jaramillo, Jesús Mauricio

Indicadores de Gestión : guía práctica para estructurar acertadamente esta herramienta clave para el logro de la competitividad / Jesús Mauricio Beltrán Jaramillo. --

. --Santafé de Bogotá : 3R Editores, 1999.

xiv, 145 p. : tablas, cuadros. --

Colección Temas gerenciales

Incluye índice y bibliografía

GESTION DE NEGOCIOS / ADMINISTRACION DE EMPRESAS / COMPETITIVIDAD / INDICADORES DE
GESTION

ISBN: 958-8017-00-9

Existencias: G - 067113 Ej.1 G - 067114 Ej.2 G - 067115 Ej.3 G - 067116 Ej.4 G - 067117
Ej.5 G - 067118 Ej.6 G - 067119 Ej.7 G - 067120 Ej.8 G - 067121 Ej.9 G - 067122 Ej.10

GENERAL

658.1

H361o

Hatch, Mary Jo

Organization theory : modern, symbolic, and postmodern perspectives / Mary Jo Hatch. --

. --New York : Oxford University Press, 1997.
xxviii, 387 p. : il., tablas
Incluye biografía del autor, notas a pie de página, referencias bibliográficas, sumario e índice
ORGANIZACION-TEORIAS / ADMINISTRACION-TEORIAS / ORGANIZACION INDUSTRIAL /
POSTMODERNISMO EN LA ORGANIZACION / POSTMODERNISMO EN LA ADMINISTRACION
ISBN: 0-19-877491-5
Existencias: G - 067562 Ej.1 G - 067666 Ej.2 G - 067667 Ej.3 G - 067668 Ej.4 G - 067669
Ej.5

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658.4093
W474c

Wenger, Etienne

Communities of practice : learning, meaning, and identity / Etienne Wenger. --
. --New York : Cambridge University Press, 1998 (impresión de 1999).
318 p. : il. --
Colección Learning in doing : social, cognitive, and computational perspectives
Incluye biografía del autor, bibliografía, notas e índice
COMPORTAMIENTO SOCIAL EN LA EMPRESA / APRENDIZAJE ORGANIZACIONAL / COMPROMISO
INSTITUCIONAL / SOCIOLOGIA INDUSTRIAL / RELACIONES INDUSTRIALES
ISBN: 0 521 6636 6
Existencias: CT - 067644 Ej.1 CT - 067645 Ej.2

GENERAL

658.5
A6661

Arbones Malisani, Eduardo A.

Logística empresarial / Eduardo A. Arbones Malisani. --
. --Santafé de Bogotá : Alfaomega ; Marcombo Boixareu Editores, 1999.
157 p. : gráfs. --
Colección Productiva ; no. 44
Incluye índice general
ADMINISTRACION DE EMPRESAS / LOGISTICA / ADMINISTRACION DE LA PRODUCCION / ALMACENES
GENERALES DE DEPOSITO / DISTRIBUCION FISICA DE MERCANCIAS / CONTROL DE INVENTARIOS
ISBN: 958-682-127-7
Existencias: G - 067142 Ej.1 G - 067143 Ej.2 G - 067144 Ej.3

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

659.11
A194a

Adam, Jean-Michel

La argumentación publicitaria : retórica del elogio y de la persuasión / Jean-Michel Adam, Marc
Bonhomme ; tr. María A. Pérez Harguindey y Manuel Talens. --
. --Madrid : Ediciones Cátedra, 2000.
288 p. : il. --
Colección Signo e Imágen
Incluye notas a pie de página, bibliografía e índice
PUBLICIDAD -ASPECTOS PSICOLOGICOS / GUERRA PSICOLOGICA / PROPAGANDA / COMUNICACION /
PSICOLOGIA Y PUBLICIDAD
Bonhomme, Marc; Pérez Harguindey, María A., tr.; Talens, Manuel, tr.
ISBN: 84-376-1804-5
Existencias: CT - 067886 Ej. 1

GENERAL

659.1
S211e

Sánchez Franco, Manuel Jesús

Eficacia publicitaria : teoría y práctica / Manuel Jesús Sánchez Franco ; colab. Ana María Gutiérrez
Arranz, María José Miquel Romero y Josefa D. Martín Santana. --
. --Madrid : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1999.
xiii, 294 p. : gráfs. --
Serie McGraw-Hill de management

Incluye anexos, bibliografía e índice
PUBLICIDAD / PUBLICIDAD-ASPECTOS PSICOLOGICOS / PUBLICIDAD-TOMA DE DECISIONES / ESTRATEGIA
DE MERCADEO
Gutiérrez Arranz, Ana María, colab.; Miquel Romero, María José, colab.; Martín Santana, Josefa D.,
colab.
ISBN: 84-481-2451-0
Existencias: G - 067810 Ej.1

GENERAL

658.4
L343a

Laseter, Timothy M.
Alianzas estratégicas con proveedores : un modelo de abastecimiento equilibrado / Timothy M.
Laseter ; tr. Felipe Cárdenas Arroyo ; rev. téc. Angélica Burbano Collazos. --
. --Santafé de Bogotá : Grupo Editorial Norma, 2000.
xxii, 281 p. : il. --
Incluye índice
PLANEACION ESTRATEGICA / ALIANZAS ESTRATEGICAS (NEGOCIOS) / ADMINISTRACION DE EMPRESAS-
SIGLO XXI / MANUFACTURAS / CASOS EN ALIANZAS ESTRATEGICAS
Cárdenas Arroyo, Felipe ,tr.; Burbano Collazos, Angélica ,rev. téc.
ISBN: 958-04-5424-8
Existencias: G - 067840 Ej. 1 G - 067841 Ej. 2 G - 067842 Ej. 3

GENERAL

658.4
Ch453a

Champy, James
Ambición : la cualidad que establece la diferencia entre gerenciar y liderar / James Champy, Nitin
Nohria ; tr. Jorge Cárdenas Nannetti. --
. --Santafé de Bogotá : Grupo Editorial Norma, 2000.
x, 220 p.
Incluye Biografía, epílogo e índice
DIRECTORES DE COMPAÑIAS - ENTREVISTAS / LIDERAZGO / ADMINISTRACION DE EMPRESAS / AMBICION
/ EXITO EN LOS NEGOCIOS
Nohria, Nitin; Cárdenas Nannetti, Jorge, tr.
ISBN: 958-04-5739-5
Existencias: G - 067811 Ej.1 G - 067812 Ej.2 G - 067813 Ej.3

GENERAL

658.42
B948p

Buckingham, Marcus
Primero, rompa todas las reglas : [qué diferencia a los mejores gerentes del mundo de los demás] /
Marcus Buckingham y Curt Coffman ; tr. Adriana de hassan. --
. --Santafé de Bogotá : Grupo Editorial Norma, 2000.
xix, 327 p.
Entrevistas realizadas por la Organización Gallup a más de 80.000 gerentes en más de 400 empresas. --
Libro Bestseller. --
Incluye apéndices e índice
DIRECTORES DE COMPAÑIAS / LIDERAZGO / DIRECTORES DE COMPAÑIAS-ENTREVISTAS / SELECCION DE
PERSONAL / RENDIMIENTO INDUSTRIAL
Coffman, Curt; Hassan, Adriana, tr.
ISBN: 958-045668-2
Existencias: G - 067519 Ej.1 G - 067520 Ej.2 G - 067521 Ej.3

GENERAL

658.311
M866s

Mornell, Pierre
¡Seleccione ganadores! : en ellos está el futuro de la empresa / Pierre Mornell ; tr. Gonzalo Mallarino. --
. --Santafé de Bogotá : Grupo Editorial Norma, 2000.
193 p. : il. --

Incluye conclusión, cuadro de resúmenes, datos prácticos e índice
ADMINISTRACION DE PERSONAL / SELECCION DE PERSONAL / CAPACITACION DE EMPLEADOS /
ENTREVISTAS

Mallarino, Gonzalo ,tr.

ISBN: 958-04-5669-0

Existencias: G - 067922 Ej. 1 G - 067923 Ej. 2 G - 067924 Ej. 3

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658.31
N424m

Nelson, Bob

1001 formas de tomar la iniciativa en el trabajo : [responsabilícese de su cargo y de su carrera] / Bob Nelson ; tr. Affan Buitrago Valencia. --

. --Santafé de Bogotá : Grupo Editorial Norma, 2000.

220 p. : il.

Autor de dos bestsellers. -- Incluye índice

INCENTIVOS EN LA INDUSTRIA / ADMINISTRACION DE PERSONAL / TRABAJO Y TRABAJADORES /
LIDERAZGO / TRABAJO EN EQUIPO / MOTIVACION DEL EMPLEADO

Buitrago Valencia, Affan , tr.

ISBN: 958-04-5666-6

Existencias: CT - 067648 Ej.1 CT - 067649 Ej.2 CT - 067650 Ej.3

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658.81
K12s

Kahle, Dave

Los seis sombreros del vendedor exitoso : un enfoque dinámico para producir resultados excelentes en todas las situaciones de ventas / Dave Kahle ; tr. Affan Buitrago. --

. --Santafé de Bogotá : Grupo Editorial Norma, 2000.

xiii, 331 p. : gráfs. --

Colección Interés general

Incluye índice

VENEDORES Y ARTE DE VENDER / VENTAS / EXITO EN LOS NEGOCIOS / PERSONAL DE VENTAS /
RELACIONES CON LOS CLIENTES

Buitrago Valencia, Affan, tr.

ISBN: 958-04-5667-4

Existencias: CT - 067908 Ej.1 CT - 067909 Ej.2 CT - 067910 Ej.3 CT - 067911 Ej.4 CT - 067912
Ej.5

GENERAL

658.4012
K43n

Kets de Vries, Manfred F. R.

Los nuevos líderes globales : Richard Branson, Percy Barnevik, David Simon / Manfred F. R. Kets de Vries, Elizabeth Florent Treacy ; tr. Efraín Sánchez. --

. --Santafé de Bogotá : Grupo Editorial Norma, 1999.

xix, 223 p.

Incluye biografía de los autores y bibliografía

BRANSON, RICHARD -CRITICA E INTERPRETACION / BARNEVIK, PERCY -CRITICA E INTERPRETACION /
SIMON, DAVID -CRITICA E INTERPRETACION

GLOBALIZACION / LIDERAZGO / NEGOCIOS

Florent Treacy, Elizabeth; Sánchez, Efraín, tr.

ISBN: 958-04-5495-7

Existencias: G - 067877 Ej.1 G - 067925 Ej.2 G - 067926 Ej.3

GENERAL

658.4092
U45I

Ulrich, Dave

Liderazgo basado en resultados : de cómo los líderes fortalecen el negocio e incrementan las utilidades / Dave Ulrich, Jack Zender y Norm Smallwood ; tr. Margarita Cárdenas. --

. --Santafé de Bogotá : Grupo Editorial Norma, 1999.
260 p. : cuads. --
Colección Harvard Business School Press
Incluye índice
LIDERAZGO / EXITO EN LOS NEGOCIOS / MOTIVACION DEL EMPLEADO / ORGANIZACION /
SATISFACCION DEL CLIENTE / INVERSIONES
Zenger, Jack; Smallwood, Norm; Cárdenas, Margarita, tr.
ISBN: 958-04-5423-X
Existencias: G - 067514 Ej.1 G - 067515 Ej.2 G - 067516 Ej.3 G - 067517 Ej.4 G - 067518
Ej.5

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658.4092
K87v

Kotter, John P.
La verdadera labor de un líder / John P. Kotter ; tr. Affan Buitrago. --
. --Santafé de Bogotá : Grupo Editorial Norma, 1999.
211 p. --
Colección Harvard Business Review
Incluye notas e índice
LIDERAZGO / CAMBIO ORGANIZACIONAL / DIRECTORES DE COMPAÑIAS
Buitrago Valencia, Affan, tr.
ISBN: 958-04-5427-2
Existencias: CT - 067597 Ej.1 CT - 067598 Ej.2 CT - 067599 Ej.3

GENERAL

658.155
O12u

O'Boyle, Thomas F.
Utilidades a cualquier costo : la revolución de Jack Welch, presidente de General Electric, sus
realizaciones y consecuencias sociales / Thomas F. O'Boyle ; tr. Jorge Cárdenas Nannetti. --
. --Santafé de Bogotá : Grupo Editorial Norma, 1999.
406 p. --
Colección Interes general
Incluye índice
GANANCIAS / ESTADOS FINANCIEROS / EMPRESARIOS INDUSTRIALES / GENERAL ELECTRIC-ASPECTOS
ECONOMICOS
Cárdenas Nannetti, Jorge, tr.
ISBN: 958-04-5326-8
Existencias: G - 067918 Ej.1 G - 067919 Ej.2 G - 067920 Ej.3

GENERAL

658.001
E24c

Edvinsson, Leif
El capital intelectual : cómo identificar y calcular el valor inexplorado de los recursos intangibles de su
empresa / Leif Edvinsson y Michael S. Malone ; tr. Jorge Cárdenas Nannetti. --
. --Santafé de Bogotá : Grupo Editorial Norma, 1998.
xiii, 246 p. : gráfs. --
Colección Interés general
Incluye notas e índice
ADMINISTRACION DE EMPRESAS-SIGLO XXI / CAPITAL INTELECTUAL / ORGANIZACION (CONOCIMIENTO) /
CAPITAL HUMANO / SATISFACCION DEL CLIENTE / INTELLECTUALES / INNOVACIONES TECNOLOGICAS /
MEJORAMIENTO CONTINUO / MARCAS DE FABRICA
Malone, Michael S.; Cárdenas Nannetti, Jorge, tr.
ISBN: 958-04-4818-3
Existencias: G - 067837 Ej.1 G - 067838 Ej.2 G - 067839 Ej.3

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658.812
B258u
Barlow, Janelle

Una queja es un favor : cómo utilizar los comentarios de los clientes como herramienta estratégica / Janelle Barlow y Claus Moller. --
. --Santafé de Bogotá : Grupo Editorial Norma, 1999.
x, 251 p. --
Colección Interes general
ESTUDIOS DE MERCADO / SATISFACCION DEL CLIENTE / SERVICIO AL CLIENTE
Moller, Claus
ISBN: 958-04-4997-X
Existencias: CT - 067915 Ej.1 CT - 067916 Ej.2 CT - 068196 Ej.3

GENERAL

658.42
F792c

Fox, Jeffrey J.
Cómo llegar a ser gerente : reglas para ascender a la cima de cualquier organización / Jeffrey J. Fox ; tr. Adriana de Hassan. --
. --Santafé de Bogotá:Grupo Editorial Norma, 1999.
133 p.
Incluye: epílogo e índice
DIRECTORES DE COMPAÑIAS / LIDERAZGO / VISION CORPORATIVA / AUTOESTIMA / RESPETO POR LAS PERSONAS
Hassan, Adriana de, tr.
ISBN: 958-04-4996-1
Existencias: G - 067498 Ej. 1 G - 067499 Ej. 2 G - 067500 Ej. 3 G - 067501 Ej. 4 G - 067502 Ej. 5

GENERAL

658.4
N169c

Nalebuff, Barry J.
Coo-petencia / Barry J. Nalebuff y Adam M. Brandenburger ; tr. Jorge Cárdenas Nannetti. --
. --Bogotá : Grupo Editorial Norma, 1996.
373 p. : il. --
1. Un modo de pensar revolucionario que combina la competencia y la cooperación -- 2. La estrategia de la teoría de los juegos que está cambiando el juego de los negocios. --
Incluye notas e índice
PLANEACION ESTRATEGICA / COMPETENCIA ECONOMICA / COOPERATIVISMO / TEORIA DE LOS JUEGOS
Brandenburger, Adam M.; Cárdenas Nannetti, Jorge ,tr.
ISBN: 958-04-3503-0
Existencias: G - 067843 Ej. 1 G - 067844 Ej. 2 G - 067845 Ej. 3

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

650.19
F535s

Fisher, Roger
¡Sí... ¡de acuerdo! en la práctica : el manual de trabajo del bestseller sí... ¡de acuerdo! / Roger Fisher y Danny Ertel ; tr. Aída Santapau ; dir., ed. María del Mar Ravassa G. ; ed. María Lucrecia Monares. --
. --Santafé de Bogotá : Grupo Editorial Norma, 1998.
260 p.
En carátula : Guía paso a paso para cerrar con éxito cualquier negociación
EXITO / NEGOCIOS -ASPECTOS PSICOLOGICOS / NEGOCIACION -ASPECTOS MORALES Y ETICOS / PREDICCION DEL EXITO LABORAL / NEGOCIACION -MANUALES
Ertel, Danny; Santapau, Aída, tr.; Ravassa G., María del Mar , dir. ed.; Monares, María Lucrecia, ed.
ISBN: 958-04-4488-9
Existencias: CT - 067865 Ej.1 CT - 068061 Ej.2 CT - 068062 Ej.3 CT - 068063 Ej.4 CT - 068064 Ej.5

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658.406
C182d

Cameron, Kim S.

Diagnosing and changing organizational culture : based on the competing values framework / Kim S. Cameron y Robert E. Quinn. --
. --Reading, Mass. : Addison-Wesley, 1999.
221 p. : gráfs. --
Series on organization development
Incluye: apéndices, referencias y lecturas selectas, hojas de respuestas para el inventario de evaluación de capacidades de manejo e índice
CAMBIO ORGANIZACIONAL / CULTURA CORPORATIVA
Quinn, Robert E.
ISBN: 0-201-33871-8
Existencias: CT - 067437 Ej. 1

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658.46
S319p

Schein, Edgar H.

Process consultation revisited : building the helping relationship / Edgar H. Schein. --
. --Reading, Mass. : Addison-Wesley, 1999.
xvi, 256 p. : gráfs.
Incluye índices y referencias
ASESORES DE EMPRESAS / PSICOLOGIA SOCIAL / ADMINISTRACION INDUSTRIAL
ISBN: 0-201-34596-X
Existencias: CT - 067483 Ej.1

GENERAL

650.13
D441

Desarrollo humano y calidad : valores y actitudes / Frida Díaz Barriga Arceo ... [et al.] ... ; Coord. Rolando Emilio Maggi Yáñez. -- 3a ed.. -- . --México : Editorial Limusa ; Grupo Noriega Editores, 1999.
223 p. : il.
Incluye glosario y bibliografía
FORMACION PROFESIONAL / VALORES MORALES / ACTITUD (PSICOLOGIA) / INTERACCION SOCIAL / EXCELENCIA EMPRESARIAL / AUTOESTIMA / COMPORTAMIENTO DEL ALUMNO
Maggi Yáñez, Rolando Emilio, Coord.; Madrigal Mexía, Concepción; Ríos Pérez, Patricia; Zavala, Juárez, Javier
ISBN: 968-18-5653-8
Existencias: G - 067277 Ej.1 G - 067278 Ej.2

GENERAL

658.562
A474c

Alvear Sevilla, Celina

Calidad total : conceptos y herramientas prácticas / Celina Alvear Sevilla ; coord. Marco Antonio Reséndiz Rivas ; rev. téc. Irma Díaz Pérez. --
. --México : Editorial Limusa ; Grupo Noriega Editores, 1998.
166 p. : il.
En la portada SEP y CONALEP (Colegio Nacional de Educación Profesional Técnica). -- Incluye glosario y bibliografía
CALIDAD TOTAL / ADMINISTRACION DE PERSONAL / CONTROL DE CALIDAD / MEJORAMIENTO CONTINUO / CALIDAD TOTAL-TEORIAS / SATISFACCION DEL CLIENTE / SERVICIO AL CLIENTE
Reséndiz Rivas, Marco Antonio, coord.; Díaz Pérez, Irma, rev. téc.
ISBN: 968-18-5728-3
Existencias: G - 067279 Ej.1 v.1 G - 067280 Ej.1 v.2 G - 067281 Ej.2 v.1 G - 067282 Ej.2 v.2

GENERAL

658.15
T174e

Tapscott, Don

La economía digital : las nuevas oportunidades y peligros en un mundo empresarial y personal

interconectado en red / Don Tapscott ; tr. Magaly Bernal Osorio ; rev. tec. Roberto Rosero Hinestroza. --
. --Santafé de Bogotá : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1997.
322 p. : il. --
Colección Nuevos temas empresariales : management siglo XXI
Incluye apéndices, siglas, lecturas recomendadas e índices
ECONOMIA DIGITAL / ADMINISTRACION DE EMPRESAS / COMUNICACION EN ADMINISTRACION /
COMPUTADORES EN ECONOMIA / TECNOLOGIA DIGITAL / LIDERAZGO
Bernal Osorio, Magaly, tr.; Rosero Hinestroza, Roberto, rev.tec.
ISBN: 958-600-687-5 (O.C.)
Existencias: G - 067415 Ej.1

SALA DE ARTES Y HUMANIDADES

658.5
C761

Contemporary logistics / James C. Johnson ... [etal.]. -- 7th ed. -- Upper Saddle River, N.J. : Prentice Hall, 1999.
xx, 586 p. : il.
Incluye sumario, preguntas, lecturas sugeridas, casos en cada capítulo, glosario e índices
DISTRIBUCION FISICA DE MERCANCIAS / LOGISTICA / ADMINISTRACION DE LA PRODUCCION /
LOGISTICA EN LOS NEGOCIOS
Johnson, James C.; Wood, Donald F.; Wardlow, Daniel L.; Murphy, Paul R.
ISBN: 0-13-798548-7
Existencias: AH - 068058 Ej. 1

GENERAL

658.78
B193b

Ballou, Ronald H.
Business logistics management : planning, organizing, and controlling the supply chain / Ronald H. Ballou. --
-- 4th ed. -- Upper Saddle River, N.J. : Prentice Hall, 1999.
xiv, 681 p. : gráfs. + 1 CD-ROM con instrucciones de instalación (Word versión 6.0 o superior.
Logware.doc)
Incluye apéndice, bibliografía e índice
LOGISTICA / DISTRIBUCION FISICA DE MERCANCIAS / LOGISTICA EN LOS NEGOCIOS
ISBN: 0-13-795659-2
Existencias: G - 067784 Ej.1

GENERAL

658.049
D431i

Deresky, Helen
International management : managing across borders and cultures / Helen Deresky. --
-- 3rd ed. -- Upper Saddle River, N.J. : Prentice Hall, 2000.
xxv, 614 p. : il., mapas
Incluye índice, glosario y bibliografía en cada capítulo
EMPRESAS INTERNACIONALES-ADMINISTRACION / EMPRESAS INTERNACIONALES-ADMINISTRACION -
ESTUDIO DE CASOS / ADMINISTRACION INDUSTRIAL
ISBN: 0-321-02829-5
Existencias: G - 067698 Ej.1 G - 067699 Ej.2 G - 067700 Ej.3

GENERAL

658.404
E37p

Elbeik, Sam
Project Skills / Sam Elbeik y Mark Thomas. --
--Oxford : Butterworth Heinemann, 1998.
197 p. : il., tablas, cuadros. --
The new skills portfolio series
Incluye índice
ADMINISTRACION DE PROYECTOS INDUSTRIALES / ADMINISTRACION DE PROYECTOS

Thomas, Mark
ISBN: 0-7506-3978-4
Existencias: G - 067768 Ej.1 G - 067769 Ej.2

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658.8
S486m

Serna Gómez, Humberto
Mercadeo interno : una estrategia para gerenciar la cultura empresarial, principios, metodología y estrategias / Humberto Serna Gómez. --
. --Bogotá : 3R Editores, 2000
ix, 280 p. : il. --
Colección Temas gerenciales
Incluye bibliografía, anexos e índice
MERCADERO / SERVICIO AL CLIENTE / COMUNICACION EN ADMINISTRACION / PRODUCTIVIDAD DEL TRABAJO / ADMINISTRACION DE MERCADERO / CULTURA CORPORATIVA
ISBN: 958-8017-53-X
Existencias: CT - 068153 Ej.1 CT - 068154 Ej.2 CT - 068155 Ej.3 CT - 068156 Ej.4

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658.83
M134i

McDaniel, Carl
Investigación de mercados contemporánea / Carl McDaniel y Roger Gates ; tr. María Teresa Aguilar ; rev. téc. Luis Alfonso Pérez. --
-- 4a ed. --. --México : International Thomson Editores, 1999.
xxxvi, 858 p. : il.
Incluye resumen en cada capítulo, apéndices, glosario, índices y créditos fotográficos
ESTUDIOS DE MERCADO / INVESTIGACION DE MERCADOS-METODOLOGIA / CANALES DE DISTRIBUCION / MERCADERO
Gates, Roger; Aguilar, María Teresa ,tr.; Pérez, Luis Alfonso ,rev. téc.
ISBN: 968-7529-57-1
Existencias: CT - 068067 Ej. 1 CT - 068068 Ej. 2 CT - 068069 Ej. 3 CT - 068070 Ej. 4 CT - 068071 Ej. 5

GENERAL

659.14
S839p

Sterne, Jim
La publicidad en Web : ¡Atraiga a sus clientes! / Jim Sterne ; tr. Raúl Bautista Gutiérrez. --
. --México : Prentice-Hall Hispanoamericana, 1998.
xvii, 434 p. : il.
Incluye glosario, apéndice e índice
PUBLICIDAD / PUBLICIDAD POR INTERNET / WORLD WIDE WEB (SERVICIO DE INFORMACION SOBRE REDES)
Bautista Gutiérrez, Raúl, tr.
ISBN: 970-17-0118-6
Existencias: G - 067565 Ej.1

GENERAL

658.568
E92a
2000

Evans, James R.
La administración y el control de la calidad / James R. Evans y William M. Lindsay ; tr. Gabriel Sánchez García ; rev. téc. Jorge Olavarrieta de la Torre. --
-- 4a ed. --. --México : International Thomson Editores, 2000.
xxiii, 839 p. : tablas, cuadros
Incluye apéndice e índice y bibliografía en cada capítulo
ADMINISTRACION DE EMPRESAS / CONTROL DE CALIDAD / CALIDAD TOTAL / LIDERAZGO / PLANIFICACION ESTRATEGICA
Lindsay, William M.; Sánchez García, Gabriel , tr.; Olavarrieta de la Torre, Jorge, rev. téc.

ISBN: 968-7529-67-9
Existencias: G - 067706 Ej.1 G - 067707 Ej.2 G - 067708 Ej.3 G - 067709 Ej.4 G - 067710
Ej.5

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658.403

A546m

Anderson, David R.

Métodos cuantitativos para los negocios / David R. Anderson, Dennis J. Sweeney y Thomas A. Williams ;
tr. Gabriel Sánchez García ; rev. téc. César Acosta. --

-- 7a ed. -- . --México : International Thomson Editores, 1999.

xix, 834 p. : gráf. --

Colección Soluciones empresariales

Incluye glosario y resumen en cada capítulo, apéndices, bibliografía, respuestas a los problemas e
índice

TOMA DE DECISIONES / DISTRIBUCION (TEORIA DE LA PROBABILIDAD) / PRONOSTICO DE LOS NEGOCIOS
/ PROGRAMACION LINEAL / INVENTARIOS-ADMINISTRACION / PROCESOS DE MARKOV

Sweeney, Dennis J.; Williams, Thomas A.; Sánchez García, Gabriel, tr.; Acosta, César, rev. téc.

ISBN: 968-7529-56-3

Existencias: CT - 068147 Ej.1 CT - 068148 Ej.2 CT - 068149 Ej.3 CT - 068150 Ej.4 CT - 068151
Ej.5

GENERAL

658.404

G453a

Gido, Jack

Administración exitosa de proyectos / Jack Gido y James P. Clements ; tr. Julio Coro Pando ; rev. tec.
Cristina Gigola Paglialunga. --

. --México : International Thomson Editores, 1999.

xvii, 405 p. : gráf.

Incluye resumen, preguntas, ejercicios con Internet y caso para estudio en cada uno de los capítulos,
apéndices, referencias, respuestas, glosario e índice

ADMINISTRACION DE PROYECTOS / EVALUACION DE PROYECTOS / PROYECTOS INDUSTRIALES-
ADMINISTRACION

Clements, James P.; Coro Pando, Julio, tr.; Gigola Paglialunga, Cristina, rev. téc.

ISBN: 968-7529-84-9

Existencias: G - 067701 Ej. 1 G - 067702 Ej. 2 G - 067703 Ej. 3 G - 067704 Ej. 4 G - 067705 Ej.
5

GENERAL

658.4012

H676a

Hitt, Michael A.

Administración estratégica : conceptos, competitividad y globalización / Michael A. Hitt, R. Duane
Ireland y Robert E. Hoskisson ; tr. Verania de Parres Cárdenas ; rev. téc. Angel Sánchez Mejorada. --

-- 3a ed. --. --México : International Thomson Editores, 1999.

xxii, 539 p. : il. --

Incluye resumen, preguntas, ejercicio en internet y notas en cada capítulo e índices

PLANIFICACION EMPRESARIAL / COMPETITIVIDAD / ADMINISTRACION DE EMPRESAS-SIGLO XXI /
GLOBALIZACION DE EMPRESAS / LIDERAZGO / PLANIFICACION ESTRATEGICA

Duane Ireland, R; Hoskisson, Robert E; De Parres Cárdenas, Verania ,tr.; Sánchez Mejorada, Angel ,rev.
téc.

ISBN: 968-7529-77-6

Existencias: G - 067823 Ej. 1 G - 067824 Ej. 2 G - 067825 Ej. 3 G - 067826 Ej. 4 G - 067827 Ej.
5

GENERAL

658

D819f

DuBrin, Andrew J.

Fundamentos de administración / Andrew J. DuBrin ; tr. Pilar Mascaró Sacristán ; rev.téc. Martha Patricia
Guzmán Brito. --

-- 5a ed. -- . --México : International Thomson Editores, 2000.
 xviii, 472 : gráfs.
 Incluye glosario e índice y notas en cada capítulo
 ADMINISTRACION-FUNDAMENTOS / ORGANIZACION / LIDERAZGO / ADMINISTRACION DE PERSONAL
 Mascaró, Sacristán, , tr.; Guzmán Brito, Martha Patricia , rev.téc.
 ISBN: 970-686-020-7
Existencias: G - 067693 Ej.1 G - 067694 Ej.2 G - 067695 Ej.3 G - 067696 Ej.4 G - 067697
 Ej.5

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658.3
 S553a
 1999

Sherman, Arthur W.
Administración de los recursos humanos / Arthur Sherman W, George W. Bohlander y Scott Snell; tr.
 Juan Carlos Jolly Vallejo ; rev. téc. Enrique Rico López. --
 -- 11th ed. en inglés. -- . --México : International Thomson Editores, 1999.
 xl, 675 p. : il.
 Incluye resumen, términos clave, preguntas, casos, notas y referencias en cada capítulo, glosario e
 índices
 ADMINISTRACION DE PERSONAL / RECURSOS HUMANOS / RENDIMIENTO INDUSTRIAL /
 COMPENSACIONES A LOS TRABAJADORES / RELACIONES INDUSTRIALES / CASOS EN ADMINISTRACION DE
 PERSONAL
 Bohlander, George W.; Snell, Scott; Jolly Vallejo, Juan Carlos , tr.; Rico López, Enrique , rev. téc.
 ISBN: 968-7529-65-2
Existencias: CT - 067722 Ej. 1 CT - 067723 Ej. 2 CT - 067724 Ej. 3 CT - 067725 Ej. 4 CT - 067726
 Ej. 5

GENERAL

658
 D477a

Hellriegel, Don
Administración / Don Hellriegel y John W. Slocum ; tr. Enrique Mercado ; rev. téc. Patricia Marcos. --
 -- 7a ed. --. --México : International Thomson Editores, 1998.
 xlv, 864 p. : il.
 Incluye resumen, preguntas, ejercicios y casos en cada capítulo, referencias, glosario e índices
 ADMINISTRACION DE EMPRESAS / TOMA DE DECISIONES / ORGANIZACION / CAMBIO ORGANIZACIONAL
 / PLANIFICACION ESTRATEGICA
 Slocum, John W; Mercado, Enrique ,tr.; Marcos, Patricia ,rev. téc.
 ISBN: 968-7529-43-1
Existencias: G - 067717 Ej. 1 G - 067718 Ej. 2 G - 067719 Ej. 3 G - 067720 Ej. 4 G - 067721 Ej.
 5

GENERAL

658.401
 R636c
 1996

Robbins, Stephen P.
Comportamiento Organizacional : teoría y práctica / Stephen P. Robbins ; tr. Adolfo Deras Quiñones ;
 rev. téc. Alejandro Roberto Rodas Carpizo. --
 -- 7th ed. en inglés 3a ed. esp. -- . --México :Prentice-Hall Hispanoamericana,1996.
 xxiv, 809 p. :il.
 Incluye referencias bibliográficas y notas en cada capítulo, apéndices, glosario, créditos e índices.
 CULTURA EMPRESARIAL / CAMBIO ORGANIZACIONAL / LIDERAZGO / GRUPOS DE TRABAJO /
 SATISFACCION EN EL TRABAJO / MOTIVACION / TOMA DE DICISIONES / COMPORTAMIENTO
 ORGANIZACIONAL
 Deras Quiñones, Adolfo, tr.; Rodas Carpizo, Alejandro Roberto, rev. téc.
 ISBN: 968-880-709-5
Existencias: G - 067589 Ej. 1 G - 067590 Ej. 2 G - 067591 Ej. 3

GENERAL

658.404

E92

Evaluación : una herramienta de gestión para mejorar el desempeño de los proyectos. --. --New York : Oficina de Evaluación (EVO). Banco Interamericano de Desarrollo, 1997.

ix, 95 p. : il.

Incluye bibliografía y glosario

ADMINISTRACION DE PROYECTOS / EVALUACION DE PROYECTOS / PROYECTOS DE DESARROLLO ECONOMICO

Existencias: G - 067679 Ej. 1

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658.8

U58i

Universidad de La Sabana. Departamento de Mercadeo y Comunicación. Servicios Corporativos

Informe de los resultados generales sobre la aplicación de la encuesta de satisfacción al cliente :

Alumnos Programas de Distancia / La Universidad, Norella de Saretzki. --

. --[Santafé de Bogotá ?] : Ediciones Universidad de La Sabana ; Corporación Calidad, 1999.

[90] p. : il.

UNIVERSIDAD A DISTANCIA -ENCUESTAS / SERVICIO AL CLIENTE -ENCUESTAS / MERCADEO DE SERVICIOS -

ENCUESTAS / ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS -ENCUESTAS / EDUCACION A DISTANCIA -PROGRAMAS

UNIVERSIDAD DE LA SABANA -PLANES DE ESTUDIO; UNIVERSIDAD DE LA SABANA -ENCUESTAS

Saretzki, Norella de

Existencias: CT - 067753 Ej. 1

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658.8

U58in

Universidad de La Sabana. Departamento de Mercadeo y Comunicación. Servicios Corporativos

Informe de los resultados sobre la aplicación de la encuesta de satisfacción al cliente / La

Universidad, Norella de Saretzki. --

. --Santafé de Bogotá : Ediciones Universidad de La Sabana ; Corporación Calidad, 1998.

[250] p. : il.

SERVICIO AL CLIENTE -ENCUESTAS / MERCADEO DE SERVICIOS -ENCUESTAS / ESTUDIANTES

UNIVERSITARIOS -ENCUESTAS

UNIVERSIDAD DE LA SABANA -PLANES DE ESTUDIO; UNIVERSIDAD DE LA SABANA -ENCUESTAS

Saretzki, Norella de

Existencias: CT - 067754 Ej. 1

GENERAL

658.023

M828a

Morales, Hollmann

A puro pulso / Hollmann Morales ; ed. Gustavo Mauricio García Arenas. --

. --Santafé de Bogotá : Círculo de Lectores, 1996.

261 p. : il., fotos. --

Colección Crónicas y Reportajes

En carátula : Los dueños de Jolie de Vogue, Servientrega, Betatonio, OP Gráficas, Taxis 2111111 y otras empresas cuentan cómo lograron sus fortunas partiendo de cero. --

Incluye biografía del autor e índice

CHAVEZ, MARIA DE-RELATOS PERSONALES / GOMEZ CARO, GUMERCINDO-RELATOS PERSONALES / HERNANDEZ, JOSE EDUARDO -RELATOS PERSONALES / CARVAJAL, ADALBERTO -RELATOS PERSONALES / ALZATE, MANUEL ANTONIO -RELATOS PERSONALES / GUERRERO HERNANDEZ, JESUS -RELATOS PERSONALES / MEJIA AMAYA, ERNESTO -RELATOS PERSONALES / VARGAS, CARLOS JULIO -RELATOS PERSONALES / SAENZ H., HUGO -RELATOS PERSONALES / SAENZ H., JOSE -RELATOS PERSONALES
EMPRESARIOS INDUSTRIALES -COLOMBIA / COMERCIANTES COLOMBIANOS -BIOGRAFIAS / NEGOCIOS - COLOMBIA

García Arenas, Gustavo Mauricio, ed.

ISBN: 958-28-0869-1

Existencias: G - 067767 Ej.1

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658.54

A238

Administración de operaciones / Nigel Slack ... [et al.] ; tr. Marcia González Osuna ; rev. téc. Guillermo Martínez del Campo Varela. -- 2a ed. en inglés 1a ed. en español. --México : Compañía Editorial Continental, 1999.

xx, 863 p. : il., gráfs.

Incluye notas en cada capítulo, apéndice, técnicas de registro para el estudio de métodos e índice

ADMINISTRACION DE LA PRODUCCION / DISEÑO (ADMINISTRACION DE OPERACIONES) /
PLANIFICACION ESTRATEGICA / CONTROL DE LA PRODUCCION / ADMINISTRACION DE PROYECTOS /
CALIDAD TOTAL

Slack, Nigel; Chambers, Stuart; Harland, Christine; Harrison, Alan; Johnston, Robert; González Osuna, Marcia, tr.; Martínez del Campo Varela, Guillermo, rev. téc.

ISBN: 968-26-1163-6

Existencias: CT - 068252 Ej.1 CT - 068253 Ej.2 CT - 068254 Ej.3 CT - 068255 Ej.4

GENERAL

658.562

L799c

Lobos, Julio

Calidad : a través de las personas / Julio Lobos ; dir. Jaime Cordero ; tr. Claudia Gutiérrez ; rev. Paula Lozano. --

-- 2a ed. --. --Santiago de Chile : Ediciones Dolmen, 1994.

189 p. : il. --

Colección Economía y Gestión

Incluye índice

GESTION DE CALIDAD / CONTROL DE CALIDAD / CALIDAD TOTAL

Cordero, Jaime, dir.; Gutiérrez, Claudia, tr.; Lozano, Paula, rev.

ISBN: 956-201-165-8

Existencias: G - 067990 Ej. 1

**LISTADO DE:
ECONOMIA Y FINANZAS
(1990 AL 2001)**

332.1
C718c

Martínez Neira, Néstor Humberto Colombia. Superintendencia Bancaria
Circulares 1989 / Néstor Humberto, Martínez Neira
. --Bogotá : Superintendencia Bancaria, 1990
282 p.
Colección Legislación financiera; no.5
Btca. tiene años : 1989-1990
Incluye índices
BANCOS - COLOMBIA / INSTRUMENTOS LEGALES - COLOMBIA
Existencias: 037220 1989 Ej.1 039172 1989 Ej.2 039173 1990 Ej.1 039174 1990 Ej.2

330.9
S612a

Gómez Ordóñez, Florangela, ed. Simposio sobre mercado de capitales \{12§ : 1990 oct. 31, nov. 1-2 : Cali\}
Apertura económica y sistema financiero / ed. Florangela, Gómez Ordóñez
. --Bogotá : Asociación Bancaria de Colombia, 1990
439 p.
Incluye bibliografía en cada ponencia
APERTURA ECONOMICA / SISTEMA FINANCIERO COLOMBIANO
ISBN: 958-9040-18-7
Existencias: 039252 Ej.1 039253 Ej.2

330.986126
M516i

Mejía Valencia, Carlos Ariel
La industria antioqueña en los años ochenta / Carlos Ariel, Mejía Valencia; Albeiro, Acevedo Duque
. --Medellín : Universidad de Medellín, 1991
173 p. : gráf
Colección Universidad de Medellín
Incluye referencias bibliográficas
ANTIOQUIA - CONDICIONES ECONOMICAS / INDUSTRIAS - ANTIOQUIA
Acevedo Duque, Albeiro
Existencias: 039279 Ej.1

GENERAL

330.861
E18s
1991

Echavarría Olózaga, Hernán
El sentido común en la economía colombiana : textos de lectura para universitarios / Hernán
Echavarría Olózaga. --
-- 6a ed. act. -- . --Bogotá : Legis, 1991
247 p. : il
Colección Fondo editorial
DESARROLLO ECONOMICO
COLOMBIA-CONDICIONES ECONOMICAS; COLOMBIA-POLITICA ECONOMICA
ISBN: 958-653-015-9
Existencias: G - 039248 Ej.1 G - 039249 Ej.2

339.861

l61

Lora Torres, Eduardo, coord.

Introducción a la macroeconomía colombiana / coord. Eduardo, Lora Torres; coord. José Antonio, Ocampo

. --Bogotá : Tercer Mundo, 1991

460 p. : il

Incluye apéndice

MACROECONOMIA \{COLOMBIA\} / ECONOMIA \{COLOMBIA\}

Ocampo, José Antonio, coord.

ISBN: 958-601-207-7

Existencias: 039236 Ej.1 039237 Ej.2

330.982122

S211i

Sánchez-Gijón, Antonio

La integración en la cuenca del Plata / Antonio, Sánchez-Gijón

. --Madrid : Cultura Hispánica, 1990

277 p.

Sociología y política

Incluye bibliografía e índice onomástico

CUENCA DEL PLATA - INTEGRACION ECONOMICA / RECURSOS NATURALES - CUENCA DEL PLATA / CUENCA DEL PLATA - POLITICA ECONOMICA

ISBN: 84-7232-536-9

Existencias: 039662 Ej.1

SALA DE ARTES Y HUMANIDADES

330.9861

U54

Una aproximación al futuro : Colombia siglo XXI. -- . --Bogotá : Cámara de Comercio de Bogotá, 1990.

2 v. : il., gráfs.

Proyecto patrocinado y apoyado por las Cámaras de Comercio de Barranquilla, Bogotá, Bucaramanga y Cali, Confecámaras, Proantioquia y Colciencias

Incluye bibliografía al final de cada capítulo y anexo en capítulo 12

DESARROLLO ECONOMICO / PROYECTOS DE DESARROLLO ECONOMICO (COLOMBIA)

ISBN: 9113-26-5 (v.1) 9113-27-3 (v.2)

Existencias: AH - 039821 v.1 AH - 039822 v.2

330.9861

C718r

Colombia. Presidente \{1990-1994 : Gaviria Trujillo\}

La revolución pacífica : plan de desarrollo económico y social 1990-1994 / Colombia. Presidente \{1990-1994 :

. --Santafé de Bogotá : Presidencia de la República. Dept. Nal. de Planeación, 1991

695 p. : gráfs., mapas

Incluye anexos

PLANES DE DESARROLLO - COLOMBIA / COLOMBIA - CONDICIONES ECONOMICAS / POLITICA ECONOMICA

Existencias: 039819 Ej.1 039820 Ej.2 040263 Ej.3

330.1543

B642i

Blank, Leland T.

Ingeniería económica / Leland T., Blank

-- 3a ed. en inglés. --Bogotá : Editorial McGraw-Hill, 1991

546 p.

Tr. Tarquin Anthony; rev. téc. Carlos Freddy Mendoza

ECONOMIA INDUSTRIAL / MATEMATICAS PARA INGENIEROS

ISBN: 958-600-062-1

Existencias: 038361 Ej.1

331.89861

S245a

Sarkis, Bassam

Administración de los conflictos laborales : la negociación colectiva en Colombia / Bassam, Sarkis; Jorge, Merlano

. --Bogotá : Legis, 1990
233 p.
Colección Fondo editorial Legis
Incluye anexos y bibliografía
CONFLICTOS LABORALES - COLOMBIA / NEGOCIACIONES COLECTIVAS DE TRABAJO - COLOMBIA /
DERECHO MERCANTIL
Merlano, Jorge
ISBN: 958-9042-73-2
Existencias: 035978 Ej.1

GENERAL

R
338.9106
I43

Informe anual 1984. --Washington : Banco Mundial, 1990
284 p. : il
Incluye anexos, apéndices y cuadros
DESARROLLO ECONOMICO / POLITICA ECONOMICA / PAISES DESARROLLADOS / PAISES EN
DESARROLLO
ISBN: 0-8213-1505-6
Existencias: G - 037972 Ej.1

330.9
E18c

Echavarría Olózaga, Hernán
Cómo hacer la apertura económica / Hernán, Echavarría Olózaga
. --Bogotá : Legis, 1990
111 p.
Colección Taller y foro
COLOMBIA - CONDICIONES ECONOMICAS / COMERCIO EXTERIOR / APERTURA ECONOMICA
ISBN: 958-9042-81-3
Existencias: 037829 Ej.1 022553 Ej.2 038960 Ej.3

GENERAL

R
336.271
C718r

Colombia, leyes, etc.
Régimen colombiano de impuestos a las ventas : incluye impuesto de timbre / Colombia, leyes, etc.
. --Bogotá : Legis, 1991-1997
974 p.
Contenido : Aspectos prácticos y generales. Impuestos sobre las ventas. Impuestos de timbre.
Procesamiento tributario. Normas complementarias, índices
Obras de hojas sustituibles
IMPUESTOS SOBRE LAS VENTAS - COLOMBIA / IMPUESTOS DE TIMBRE - COLOMBIA / DERECHO FISCAL -
LEGISLACION
Existencias: G - 038494 Ej.1 G - 052802 Ej.2

332.11
B213

El Banco de la República : antecedentes, evolución y estructura. --Bogotá : Banco de la República, 1990
782 p. : il
Incluye bibliografía general
BANCO DE LA REPUBLICA / BANCOS CENTRALES - COLOMBIA
ISBN: 958-9028-65-9
Existencias: 036318 Ej.1 036319 Ej.2 036891 Ej.3 041265 Ej.4

332.4
M431f

Mathieu, Vittorio
Filosofía del dinero : \{tras el ocaso de Keynes\} / Vittorio, Mathieu
. --Madrid : Ediciones Rialp, 1990
329 p.
Colección Empresa y humanismo ; no. 1

Versión española Tomás Melendo, pról. Rafael Alvira
MONEDA / ECONOMIA KEYNESIANA
ISBN: 84-321-2567-9
Existencias: 037713 Ej.1 037714 Ej.2 042250 Ej.3 043227 Ej.4 003902 Ej.5

332.6
C718c

Martínez Neira, Néstor Humberto Colombia. Superintendencia Bancaria
Compañías financiamiento comercial / Néstor Humberto, Martínez Neira
. --Bogotá : Superintendencia Bancaria, 1990
v-xii, 372 p.
Colección Legislación financiera; no.4
Incluye índices cronológico y temático
DERECHO FINANCIERO / COMPAÑIAS FINANCIERAS COMERCIALES - LEGISLACION
Existencias: 036696 Ej.1

338.16
B622i

Bishop, C.E.
Introducción al análisis de economía agrícola / C.E., Bishop; W.D., Toussaint
. --México : Editorial Limusa, 1990
262 p. : il
Incluye índice alfabético
AGRICULTURA - ASPECTOS ECONOMICOS / DEMANDA \{TEORIA ECONOMICA\}
Toussaint, W.D.
ISBN: 968-18-0294-2
Existencias: 038759 Ej.1

330
C346i
1991

Castaño Tamayo, Ramón Abel
Ideas económicas mínimas : nociones de estructura económica, las leyes del mercado, el sistema económico / Ramón Abel, Castaño Tamayo
-- 14a ed. --Santa Fe de Bogotá : ECOE Ediciones, 1991
274 p.
Serie economía y finanzas
Edición revisada y compilada
Incluye bibliografía e índices de cuadros y de gráficos
ECONOMIA / ESTRUCTURA ECONOMICA
ISBN: 948-9074-19-7
Existencias: 040277 Ej.1 040278 Ej.2 040279 Ej.3

SALA DE ARTES Y HUMANIDADES

338.060861
C912p

El crecimiento de la productividad en Colombia : resumen de los resultados del Estudio Nacional sobre Determinantes del Crecimiento de la Productividad / coord. Ricardo Chica. -- . --[Santafé de Bogotá?] : Departamento Nacional de Planeación ; Colciencias ; FONADE, 1996.
30 p.
Incluye índice
PRODUCTIVIDAD DE CAPITAL-COLOMBIA / PRODUCTIVIDAD INDUSTRIAL-COLOMBIA / PRODUCTIVIDAD AGRICOLA-COLOMBIA / COLOMBIA-POLITICA ECONOMICA / AUMENTO DE LA PRODUCCION
Chica, Ricardo, coord.
Existencias: AH - 054351 Ej.1

GENERAL

339
F943m

Froyen, Richard T.
Macroeconomics : theories & policies / Richard T., Froyen
-- 5th ed.. --Upper Saddle River, N.J. : Prentice-Hall, 1996
570 gráfs.
Incluye índice
MACROECONOMIA - TEORIAS / MACROECONOMIA - MODELOS / ECONOMIA POLITICA

ISBN: 0-13-233867-X

Existencias: G - 063293 Ej,1

SALA DE ARTES Y HUMANIDADES

330.1
T794

The trend of economic thinking : essays on political economists and economic history / eds. William Warren Bartley y Stephen Kresge. -- . --London : Routledge, 1991.

388 p. --

Collected Works of Friedrich August Hayek ; v. 3

Incluye cronología, notas bibliográficas e índice

ECONOMIA (TEORIAS) / ECONOMIA-HISTORIA / ECONOMIA-ENSAYOS, CONFERENCIAS, ETC. /

ECONOMIA POLITICA

Kresge, Stephen , ed.; Bartley, William Warren, ed.

ISBN: 0-415-03515-5

Existencias: AH - 048129 Ej,1

GENERAL

331.8928
R629h

Romero Tobón, Juan Fernando

Huelga y servicio público en Colombia : evolución legal y regulación constitucional en 1991 / Juan Fernando, Romero Tobón

. --Santafé de Bogotá : Rodríguez Quito, 1992

xv, 192 p.

Incluye bibliografía, anexos y notas a pie de página

HUELGAS - FUNCIONARIOS Y EMPLEADOS - COLOMBIA / DERECHO LABORAL / FUNCIONARIOS PUBLICOS - COLOMBIA / COLOMBIA - CONSTITUCION / HUELGAS - LEGISLACION

ISBN: 958-9166-09-1

Existencias: G - 041036 Ej.1 G - 050215 Ej.2

332.04152
H731f

Holguín Holguín, Carlos

El fraude de los US\$13.5 millones : proceso de la República de Colombia ante la Corte de Londres / Carlos, Holguín Holguín

. --Santafé de Bogotá : Banco de la República, 1991

282 p.

Incluye índice temático-alfabético

PROCESOS POR FRAUDE - COLOMBIA / PROCEDIMIENTO PENAL / FALSIFICACION - COLOMBIA /

BANCOS

ISBN: 958-9028-82-9

Existencias: 041227 Ej.1 046284 Ej.2

332.11
A354g

Aguirre Carrillo, Ernesto

La génesis de la banca central : antecedentes, creación y evolución de bancos centrales en el mundo occidental / Ernesto, Aguirre Carrillo

. --Bogotá : Banco de la República, 1991

190 p.

Colección Bibliográfica Banco de la República. Historia y teoría económica

BANCOS INTERNACIONALES / BANCOS CENTRALES / BANCOS - COLOMBIA

ISBN: 958-9028-77-2

Existencias: 041159 Ej.1 041160 Ej.2

332.15
159

Archila, Rosario Peñalosa de, ed.

Las instituciones económico-financieras internacionales : participación colombiana y estructura de las mismas / ed. Rosario Peñalosa de, Archila

. --Bogotá : Banco de la República, 1990

2 t.

Colección Bibliográfica Banco de la República. Derecho económico

Incluye índice y bibliografía

BANCOS INTERNACIONALES - LEGISLACION / INSTITUCIONES FINANCIERAS - LEGISLACION / FONDO
MONETARIO INTERNACIONAL - LEGISLACION
ISBN: 958-9028-63-2
Existencias: 041161 t.1 041162 t.2

330.9861
l61

Introducción al análisis económico : el caso colombiano. --Bogotá : Banco de la República, 1990
364 p. : il
Colección Bibliográfica Banco de la República. Historia y teoría económica
COLOMBIA - CONDICIONES ECONOMICAS / MONEDA / COMERCIO EXTERIOR / POLITICA ECONOMICA
/ TEORIA ECONOMICA
ISBN: 958-9028-66-7
Existencias: 041226 Ej.1 046381 Ej.2

332.1
R332

Reforma financiera. --Bogotá : Superintendencia Bancaria, 1991
275 p.
Colección Legislación Financiera; no.7
Redacción Superintendencia Bancaria
BANCOS - COLOMBIA / INSTITUCIONES FINANCIERAS - COLOMBIA / DERECHO BANCARIO - COLOMBIA /
LEY 45 DE 1990
Existencias: 040406 Ej.1

330.9861
F727c

Tirado Mejía, Alvaro, coord. Foro sobre Colombia, Antioquia y la Cuenca del Pacífico \{1990 jul. : Medellín\}
Colombia, Antioquia y la Cuenca del Pacífico / coord. Alvaro, Tirado Mejía
. --Medellín : Gobernación de Antioquia, 1990
154 p. : il., mapas
Organizadores Gobernación de Antioquia, Asamblea Departamental, Encuentro de Dirigentes del
Suroeste
Incluye bibliografía
COLOMBIA - CONDICIONES ECONOMICAS / DESARROLLO SOCIAL - COSTA PACIFICA (COLOMBIA) /
ANTIOQUIA (COLOMBIA) - CONDICIONES ECONOMICAS
Existencias: 040556 Ej.1

333.717
R173l

Ramírez Rebolledo, Guillermo
Legislación ambiental en los países del convenio Andrés Bello / Guillermo, Ramírez Rebolledo
. --Bogotá : SECAB, 1990
267 p.
A la cabeza de la portada Programa del medio ambiente del Convenio Andrés Bello
CONTROL AMBIENTAL - LEGISLACION - COLOMBIA / POLITICA AMBIENTAL - AMERICA LATINA
ISBN: 958-9206-04-2
Existencias: 038262 Ej.1

332.112
R335

Régimen cambiario 1991. --Santafé de Bogotá : Banco de la República, 1991
212 p.
Colección Bibliográfica Banco de la República. Derecho económico
Con.: Ley 9ª de 1991. -- Decretos del Gobierno nacional. -- Inversión extranjera. -- Resoluciones de la
Junta Monetaria
INVERSIONES EXTRANJERAS / POLITICA MONETARIA - COLOMBIA / LEY 9ª DE 1991
Existencias: 041405 Ej.1

337.18
U76d

Uribe Restrepo, Fernando
El derecho de integración en el Grupo Andino / Fernando, Uribe Restrepo

. --Quito : Tribunal de Justicia del Acuerdo de Cartagena, 1990
259 p.
Incluye bibliografía
INTEGRACION ECONOMICA / AMERICA LATINA - INTEGRACION ECONOMICA / GRUPO ANDINO
Existencias: 040887 Ej.1

330.9861
A662e
1992

Arango Londoño, Gilberto
Estructura económica colombiana / Gilberto, Arango Londoño
-- 6a ed. renovada y act. --Santafé de Bogotá : Pontificia Universidad Javeriana. Facultad de Ciencias Jurídicas y Socio-económicas, 1992
498 p.
Colección Profesores; no.8
ECONOMIA (COLOMBIA) / APERTURA ECONOMICA / COLOMBIA - CONDICIONES ECONOMICAS
ISBN: 958-04-0045-8
Existencias: 041513 Ej.1

330
Ch431e
1992

Chacholiades, Miltiades
Economía internacional / Miltiades, Chacholiades
-- 2a ed. --Santafé de Bogotá : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1992
xx, 674 p.
Tr. por Carlos Felipe Arango Congote
Rev. téc. Luis Alfonso Bahamón Ardila y Sara González Fernández
Incluye apéndices y lista de aplicaciones
ECONOMIA INTERNACIONAL / COMERCIO EXTERIOR / FINANZAS INTERNACIONALES
ISBN: 958-600-100-8
Existencias: 041560 Ej.1 041561 Ej.2

338.91
G489e

Gilpin, Robert
La economía política de las relaciones internacionales / Robert, Gilpin
. --Buenos Aires : Grupo Editor Latinoamericano, 1990
449 p.
Colección Estudios internacionales
Con la colaboración de Jean M. Gilpin, tr. de Cristina Piña
Incluye bibliografía
ECONOMIA POLITICA / RELACIONES INTERNACIONALES / EMPRESAS TRANSNACIONALES / DESARROLLO ECONOMICO
ISBN: 950-694-121-1
Existencias: 041464 Ej.1

333.716
M578

Mesas de trabajo con ambientalistas y comunicadores. --Bogotá : SECAB, Fundación Konrad Adenauer, 1990
169 p.
Ciencia y tecnología; no.19
Programa de Medio Ambiente del Convenio Andres Bello. Proyecto MADS
Incluye anexo (p.135-169)
PROTECCION DEL MEDIO AMBIENTE - REGION ANDINA
ISBN: 958-9206-11-5
Existencias: 040558 Ej.1

333.716
M491

Medio ambiente y desarrollo social : aportes de los países del Convenio Andrés Bello. --Bogotá : SECAB, Fundación Konrad Adenauer, 1990
299 p.

Ciencia y tecnología; no.18
Programa de Medio Ambiente del Convenio Andrés Bello. Proyecto MADS
Incluye bibliografías
PROTECCION DEL MEDIO AMBIENTE - REGION ANDINA / DESARROLLO SOCIAL - REGION ANDINA
ISBN: 958-9206-09-3
Existencias: 040546 Ej.1

333.717
S471g

Seminario Internacional Gestión Ambiental \{1990 nov. 7-9 : Concepción, Chile\
Gestión ambiental en los países del Convenio Andrés Bello / Concepción, Chile\
Seminario Internacional Gestión Ambiental \{1990 nov. 7-9 :
. --Bogotá : SECAB, Fundación Konrad Adenauer, 1990
208 p. : il
Programa de Medio Ambiente del Convenio Andrés Bello. Proyecto MADS
CONTROL AMBIENTAL - REGION ANDINA / POLITICA AMBIENTAL - REGION ANDINA
ISBN: 958-9206-12-3
Existencias: 040559 Ej.1

GENERAL

338.1773
E19

Junguito Bonnet, Roberto, coord.
Economía cafetera colombiana / coord. Roberto, Junguito Bonnet; coord. Diego, Pizano Salazar
. --Santafé de Bogotá : Fedesarrollo ; Fondo Cultural Cafetero, 1991-1997
3 v.diagr
Biblioteca fiene : v.1 : Producción de café en Colombia. -- v.2 : El comercio exterior y la política
internacional del café. -- V.3 : Instituciones e instrumentos de política cafetera en Colombia (1927-1997)
Incluye bibliografía e índices
CAFE - COLOMBIA - PRODUCCION / CAFE - COMERCIO / CAFE - ASPECTOS ECONOMICOS /
FEDERACIONAL NACIONAL DE CAFETEROS
Pizano Salazar, Diego, coord.
ISBN: 958-9144-29-2 (O.C.)
Existencias: G - 040473 v.1 G - 044072 Ej.1 v.2 G - 045835 Ej.2 v.2 G - 057670
v.3

336.3435
S691s

Soluciones a los problemas de la deuda de los países en desarrollo. --México : Fondo de Cultura
Económica, 1990
172 p. : diagr
El trimestre económico. Lecturas; no.68
Rudiger Dornbusch, John H. Makin y David Zlowe, compiladores
Texto basado en las minutas de la Conferencia sobre diversas soluciones para los problemas de la
deuda de los países en desarrollo, celebrada el 18 de abril de 1989
Incluye bibliografía en algunos capítulos de la primera parte, apéndice y autores
DEUDA EXTERNA / PAISES EN DESARROLLO - ASPECTOS ECONOMICOS
ISBN: 968-16-3448-9
Existencias: 040089 Ej.1

335.5
P419d

Peñalosa Londoño, Enrique
Democracia y capitalismo : los desafíos del siglo que llega / Enrique, Peñalosa Londoño
. --Bogotá : Fundación Hacia el Desarrollo, 1990
226 p.
DEMOCRACIA / CAPITALISMO - COLOMBIA - POLITICA ECONOMICA
Existencias: 040162 Ej.1

330.09
H877b
1997

Huberman, Leo
Los bienes terrenales del hombre / Leo, Huberman
-- 3a ed.. --Santafé de Bogotá : Panamericana, 1997

xvi, 373 p.
Incluye índice
HISTORIA SOCIAL / FEUDALISMO / ECONOMIA - HISTORIA / CAPITALISMO
ISBN: 958-30-0158-9
Existencias: P - 024846 Ej.1

SALA DE ARTES Y HUMANIDADES

339
V642m

Victoria Wilches, Pablo Eduardo
Macroeconomía analítica / Pablo Eduardo Victoria Wilches. --
. --Santafé de Bogotá : ECOE Ediciones ; FENALCO; FES, 1993.
438 p. : gráfs.
Incluye bibliografía
Texto a doble columna
MACROECONOMIA / OFERTA Y DEMANDA / TEORIA MONETARIA / INGRESO NACIONAL
ISBN: 958-648-049-6
Existencias: AH - 041728 Ej.1 AH - 041729 Ej.2 AH - 041730 Ej.3 AH - 045013 Ej.4

338.88
G653n

Goodman, Louis W.
Naciones pequeñas, empresas gigantes / Louis W., Goodman
. --México : Editorial Limusa ; Grupo Noriega Editores, 1992
207 p. : il
Versión en español Julio Caro Pando, rev. Pablo Reyes Pruneda
EMPRESAS INTERNACIONALES / ECONOMIA INTERNACIONAL / ADMINISTRACION INDUSTRIAL
ISBN: 968-18-4333-9
Existencias: 041791 Ej.1

338.4762131
S35p

Seminario La participación Privada en el Sector Eléctrico Colombiano \{1991 : Cartagena\}
Privatización del sector eléctrico : la experiencia internacional / Seminario La participación Privada en el Sector Eléctrico Colombiano \{1991 :
. --Santafé de Bogotá : Comisión Nacional de Energía, 1991
380 p. : il. diagr
Tr. Jeannette de Escobar, Mariana Paredes ; ed. Francisco J. Ochoa F.
A la cabeza del título : Ministerio de Minas y Energía ; Comisión Nacional de Energía ; Banco Mundial-ESMAP ; Agencia Internacional para el Desarrollo de los Estados Unidos. Oficina de Energía
EMPRESAS ELECTRICAS - PRIVATIZACION - CONGRESOS, CONFERENCIAS, ETC. / PRIVATIZACION DE LA ENERGIA - CONGRESOS, CONFERENCIAS, ETC. / POLITICA ENERGETICA - COLOMBIA - CONGRESOS, CONFERENCIAS, ETC.
Ministerio de Minas y Energía
Existencias: 041919 Ej.1

338.91
C733d

Comisión del Sur
Desafío para el Sur / Comisión del Sur
. --México : Fondo de Cultura Económica, 1991
335 p. : gráf
Economía contemporánea
Incluye anexo e índices
ASISTENCIA ECONOMICA / PAISES EN DESARROLLO / DESARROLLO ECONOMICO
ISBN: 968-16-3576-0
Existencias: 041931 Ej.1

GENERAL

330.98
I24r

Iglesias, Enrique V.
Reflexiones sobre el desarrollo económico : hacia un nuevo consenso latinoamericano / Enrique V., Iglesias

. --Washington, Wash. : Banco Interamericano de Desarrollo, 1992
171 p.
ECONOMIA - AMERICA LATINA / DESARROLLO ECONOMICO - AMERICA LATINA / AMERICA LATINA -
POLITICA ECONOMICA
ISBN: 0-940602-51-2
Existencias: G - 041986 Ej.1 G - 062295 Ej.2

338.09519
A528c

Amsden, Alice H.
Corea, un proceso exitoso de industrialización tardía / Alice H., Amsden
. --Santafé de Bogotá : Norma, 1992
442 p. : tab
Colección Vitral. Literatura y ensayo
Tr. de Ernesto Samper Nieto
Incluye bibliografía e índice
COREA - INDUSTRIAS / INDUSTRIALIZACION - ENSEÑANZA / PAISES EN DESARROLLO
ISBN: 958-04-1663-X
Existencias: 042066 Ej.1

338.476213
S471m

Seminario Organización Institucional del Sector Eléctrico : La Experiencia Internacional (1991, may. 31 y jun.
1§ : Paipa, Boyacá)
Modelos internacionales de organización del sector eléctrico / La Experiencia Internacional (1991,
may. 31 y jun. 1§ : Seminario Organización Institucional del Sector Eléctrico :
. --Santafé de Bogotá : Comisión Nacional de Energía, 1991
429 p. : mapas
A la cabeza de la portada República de Colombia. Ministerio de Minas y Energía, Comisión Nacional
de Energía, Banco Mundial - ESMAP
POLITICA ENERGETICA - CHILE - MODELOS / POLITICA ENERGETICA - FRANCIA - MODELOS / POLITICA
ENERGETICA - ESPAÑA - MODELOS / POLITICA ENERGETICA - COLOMBIA - MODELOS / DISTRIBUCION DE
ENERGIA ELECTRICA
Existencias: 042141 Ej.1

332
S241c

Saporosi, Claudia
170= Ciento setenta respuestas que su dinero necesita / Claudia, Saporosi; Gerardo, Saporosi
-- 3a ed. --Buenos Aires : Macchi, 1993
182 p. : il
FINANZAS / INVERSIONES / MONEDA / INFLACION / ACCIONES / ECONOMIA / SISTEMAS ECONOMICOS
Saporosi, Gerardo
ISBN: 950-537-169-1
Existencias: 042235 Ej.1

332.67
S632p

Sleight, Steve
Patrocinadores : un nuevo y eficaz sistema de marketing / Steve, Sleight
. --Madrid : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1992
x, 237 p. : il
Serie McGraw-Hill de management
Pról. Josep Chías
Incluye bibliografía e índice
CAPITALISTAS / PROYECTOS DE INVERSION - FINANCIACION
ISBN: 84-7615-937-4
Existencias: 042254 Ej.1

338.6048
J37e

Jarillo, José Carlos
Estrategia internacional : más allá de la exportación / José Carlos, Jarillo; Jon I., Martínez Echezárraga
. --México : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1992
xiii, 208 p.
Serie McGraw-Hill de management

Incluye conclusiones
COMPETENCIA ECONOMICA INTERNACIONAL / INTERNACIONALIZACION / EXPANSION DE LA EMPRESA /
EMPRESAS TRANSNACIONALES

Martínez Echezárraga, Jon I.
ISBN: 970-10-0112-5

Existencias: 042274 Ej.1

332.1
D923b

Dunnan, Nancy

Banking / Nancy, Dunnan
. --Englewood Cliffs, N.J. : Silver Burdett, 1990
128 p. : il

Inside track library

Incluye apéndice e índice

BANCOS - LITERATURA JUVENIL / HACIENDA PRIVADA - LITERATURA JUVENIL

ISBN: 0-382-09917-6

Existencias: 042419 Ej.1

332.1
C789e

Corbett, Jim

English : for international banking and finance / Jim, Corbett
. --New York, N. Y. : Cambridge University Press, 1990 (impresión de 1991)
114 p. : il

Incluye instrucciones para juegos de roles y lista de abreviaturas

BANCOS / FINANZAS / HACIENDA PRIVADA

ISBN: 0-521-31999-4

Existencias: 042420 Ej.1

332.1
C789eg

Corbett, Jim

English : for international banking and finance, guide for teachers / Jim, Corbett
. --New York, N. Y. : Cambridge University Press, 1991
81 p.

BANCOS / FINANZAS / HACIENDA PRIVADA

ISBN: 0-521-32000-3

Existencias: 042421 Ej.1

SALA DE ARTES Y HUMANIDADES

330.985
R173p

Ramírez, Susan E.

Patriarcas provinciales : la tenencia de la tierra y la economía del poder en el Perú colonial / Susan E.

Ramírez ; ver. Nellie Manso Zúñiga. --

. --Madrid : Alianza Editorial, 1991.

378 p. --

Alianza América. Monografías ; no. 26

Incluye apéndices, bibliografía e índice

ECONOMIA-HISTORIA - HASTA 1800 / TENENCIA DE LA TIERRA PERU

PERU-CONDICIONES ECONOMICAS-SIGLO XVIII

Manso Zúñiga, Nellie, ver.

ISBN: 84-206-4226-6

Existencias: AH - 040953 Ej.1

330.9861
R288

Tirado Mejía, Alvaro

Realidad social / Alvaro, Tirado Mejía

. --Medellín : Gobernación de Antioquia. Dept. Administrativo de Planeación, 1990

v. : il

Biblioteca tiene v.1 y v.2

ANTIOQUIA (MEDELLIN) - ASPECTOS SOCIOECONOMICOS / ANTIOQUIA (MEDELLIN) - ADMINISTRACION
PUBLICA / ANTIOQUIA (MEDELLIN) - DIVISIONES POLITICAS Y ADMINISTRATIVAS / CAFE (ANTIOQUIA) -
COLOMBIA / POLITICA ENERGETICA (ANTIOQUIA) - COLOMBIA

Existencias: 042545 v.1 Ej.1 042546 v.1 Ej.2 042547 v.2 Ej.1 042548 v.2 Ej.2

SALA DE ARTES Y HUMANIDADES

332.32
O16

80 años Caja Social de Ahorros : socios de la historia universal / tex. Alfredo Iriarte. -- . --Bogotá : Editorial Litografía Arco, 1991.
220 p. : il.
CAJA SOCIAL DE AHORROS-HISTORIA / CAJAS DE AHORROS-COLOMBIA / INSTITUCIONES FINANCIERAS-COLOMBIA
Iriarte, Alfredo, tex.
Existencias: AH - 042825 Ej.1

338.18861
P463c

Perry, Santiago
Cuatro ensayos sobre política agraria / Santiago, Perry
. --Bogotá : El Áncora Editores, 1990
234 p. : il
AGRICULTURA - COLOMBIA / AGRICULTURA - ASPECTOS ECONOMICOS / AGRICULTURA Y ESTADO / POLITICA NUTRICIONAL - COLOMBIA
ISBN: 958-9012-20-6
Existencias: 042845 Ej.1

R
330.03
M971g

Muñiz Castro, Emilio Germán
General dictionary of economics, business and law = Diccionario general de economía, comercio y derecho : english-spanish = inglés-español / Emilio Germán, Muñiz Castro
. --Madrid : Fontenebro, 1990
2 v.
Pról. de Miguel Muñiz de las Cuevas
Edición especial para Ediciones Daly
Incluye apéndices
ECONOMIA - DICCIONARIOS / COMERCIO - DICCIONARIOS / DERECHO - DICCIONARIOS
ISBN: 84-87532-02-0 (O. C.)
Existencias: 043368 v.1 043369 v.2

330.9
S612ap

Martínez Ortiz, Astrid, ed.Simposio sobre Mercado de Capitales \{13§ : 1992 oct. 28-30 : Medellín\}
Apertura : dos años después / ed. Astrid, Martínez Ortiz
. --[Bogotá?] : Asociación Bancaria y de Entidades Financieras de Colombia, 1992
606 p.
Comp. de los documentos presentados en el simposio
APERTURA ECONOMICA / MACROECONOMIA \{COLOMBIA\} / TASAS DE INTERES / MERCADO FINANCIERO
ISBN: 958-9040-21-7
Existencias: 043332 Ej.1 043333 Ej.2

GENERAL

330.9861
S127o

Sáenz Rovner, Eduardo
La ofensiva empresarial : industriales, políticos y violencia en los años 40 en Colombia / Eduardo, Sáenz Rovner
. --Santafé de Bogotá : Tercer Mundo, 1992 (Impresión de 1993)
279 p.
Historia económica
En coedición con Ediciones Uniandes
Incluye apéndices y bibliografía
COLOMBIA - CONDICIONES ECONOMICAS, 1945-1950 / CAPITALISMO / VIOLENCIA / EMPRESARIOS INDUSTRIALES
ISBN: 958-601-371-5

Existencias: G - 043331 Ej.1

330.9861
C718an

Urrutia M., Miguel, comp.

Colombia ante la economía mundial / comp. Miguel, Urrutia M.

. --Bogotá : Tercer Mundo, 1993

263 p.

Economía colombiana

Coedición con Fedesarrollo

COLOMBIA - POLITICA ECONOMICA / INTERNACIONALIZACION / APERTURA ECONOMICA

ISBN: 958-601-426-6

Existencias: 043279 Ej.1 043280 Ej.2

GENERAL

338.91
L764e

Lipietz, Alain

Espejismos y milagros : problemas de la industrialización en el tercer mundo / Alain, Lipietz

. --Bogotá : Tercer Mundo, 1992

231 p.

Economía

Tr. del francés por Félix Pérez Rivera, rev. téc. de César Calvo

Incluye bibliografía

ESTADOS UNIDOS - INDUSTRIAS / PAISES EN DESARROLLO / ESTADOS UNIDOS - POLITICA ECONOMICA

ISBN: 958-601-360-X

Existencias: G - 043359 Ej.1

SALA DE ARTES Y HUMANIDADES

330.9861
C175

Cambios estructurales y crecimiento / Oscar Landerretche ... [et al.]. -- . --Bogotá : Ediciones Uniandes ; Tercer Mundo, 1992.

288 p. : gráfs. --

Economía colombiana

El libro fue elaborado por profesores investigadores de la Facultad de Economía de la Universidad de los Andes

Incluye anexos y bibliografías

ECONOMIA / TEORIA ECONOMICA / CASOS EN ECONOMIA / POLITICA FISCAL-COLOMBIA / AHORRO E INVERSION-COLOMBIA / POLITICA DE VIVIENDA - -COLOMBIA

Sarmiento Palacio, Eduardo; Landerretche, Oscar

ISBN: 958-601-354-5

Existencias: AH - 043362 Ej.1 AH - 045762 Ej.2 AH - 045763 Ej.3

330.9861
L865t

Lora Torres, Eduardo

Técnicas de medición económica : metodología y aplicaciones en Colombia / Eduardo, Lora Torres

. --Santafé de Bogotá : Tercer Mundo; Fedesarrollo, 1991 (Impresión de 1993)

490 p.

Economía colombiana

Incluye ejercicios y preguntas, soluciones a ejercicios, apéndice estadístico, bibliografía y fuentes estadísticas e índices

COLOMBIA - CONDICIONES ECONOMICAS / ANALISIS ESTADISTICO / DEMOGRAFIA / INDICADORES ECONOMICOS - COLOMBIA / RENTAS NACIONALES - CONTABILIDAD

ISBN: 958-601-336-7

Existencias: 043349 Ej.1

338.9861
C718p

Colombia. Ministerio de Desarrollo Económico

Plan de economía social : 1986-1990 / Colombia. Ministerio de Desarrollo Económico

. --Bogotá : Banco de la República, 1990

544 p.

Incluye índice

PLANES DE DESARROLLO - 1987-1990 - COLOMBIA / COLOMBIA - POLITICA Y GOBIERNO - 1986-1990 / COLOMBIA - POLITICA ECONOMICA - 1987-1990 / COLOMBIA - POLITICA SOCIAL - 1987-1990 / BARCO VARGAS, VIRGILIO, 1921-

Existencias: 016691 Ej.1 025279 Ej.2

SALA DE ARTES Y HUMANIDADES

338.9861

C718re

Colombia. Presidencia de la República

La revolución pacífica : modernización y apertura de la economía /

. --Bogotá : Departamento Nacional de Planeación, 1991.

v.

Contenido : v.1: Apertura económica. Reforma cambiaria. Reforma de comercio exterior. Reforma de inversiones internacionales. Reforma financiera. Reforma tributaria. Reforma portuaria. Reforma laboral. La reforma del sistema de vivienda. la reforma del endeudamiento

Plan expuesto por el presidente César Gaviria Trujillo

Incluye índice

APERTURA ECONOMICA-COLOMBIA / PROYECTOS DE DESARROLLO ECONOMICO-COLOMBIA / PLANES DE DESARROLLO-COLOMBIA / REFORMA ECONOMICA

COLOMBIA-POLITICA ECONOMICA-1990-1994; COLOMBIA-ADMINISTRACION PUBLICA

Existencias: AH - 027707 Ej.1 v.1 AH - 027708 Ej.2 v.1 AH - 039942 Ej.3 v.1

330.91866

C718a

Colombia. Presidencia de la República

Así cumplimos con el Guainía : proyecto minero y desarrollo regional / Colombia. Presidencia de la República

. --Bogotá : Presidencia de la República, 1990

390 p.

GUAINIA \{COLOMBIA\} - POLITICA ECONOMICA

Existencias: 029618 Ej.1 029619 Ej.2

333.711

B878s

Brown, Lester R.

La salvación del planeta : cómo desarrollar una economía global para el medio ambiente / Lester R., Brown; Christopher, Flavin; Sandra, Postel

. --Buenos Aires : Sudamericana, 1992

215 p.

Incluye notas e índice de referencias

GEOGRAFIA HUMANA / HOMBRES - INFLUENCIA SOBRE LA NATURALEZA / PROTECCION AL MEDIO AMBIENTE / POLITICA AMBIENTAL

Flavin, Christopher; Postel, Sandra

ISBN: 950-07-0765-9

Existencias: 044304 Ej.1 045816 Ej.2

R

330

A881

Atlas económico del siglo XX. --Barcelona : Instituto Parramón, 1992

92 p. : il., mapas

Incluye índice y fuentes de documentación

ECONOMIA - SIGLO XX - ATLAS

ISBN: 84-342-1656-6

Existencias: 044712 Ej.1

330.986

E79

Steiner, Roberto, Comp.

Estabilización y crecimiento : nuevas lecturas de macroeconomía colombiana / Comp. Roberto, Steiner

. --Santafé de Bogotá : Fedesarrollo; Tercer Mundo, 1994

249 p.

Economía colombiana

Incluye bibliografía y anexo

MERCADO DE CAPITALES - COLOMBIA / COLOMBIA - POLITICA ECONOMICA / COLOMBIA -
CONDICIONES ECONOMICAS

ISBN: 958-601-474-6

Existencias: 044545 Ej.1 044546 Ej.2 044547 Ej.3

SALA DE ARTES Y HUMANIDADES

333.72

S587u

Silver, Cheryl Simon

Una sola tierra, un solo futuro / Cheryl Simon Silver ; Ruth S. Defries. --

. --Santafé de Bogotá : Ediciones Uniandes ; Tercer Mundo, 1993.

265 p. --

Medio ambiente

Incluye bibliografía selecta y apéndices

PROTECCION DEL MEDIO AMBIENTE / CONTAMINACION / HOMBRE-INFLUENCIA SOBRE LA NATURALEZA /
CAMBIOS CLIMATICOS / IMPACTO AMBIENTAL

Defries, Ruth S.

ISBN: 958-601-448-7

Existencias: AH - 044534 Ej.1 AH - 044535 Ej.2 AH - 044536 Ej.3

GENERAL

330.9861

H673

1994

Ocampo, José Antonio, comp.

Historia económica de Colombia / comp. José Antonio, Ocampo; Germán, Colmenares; Jaime,
Jaramillo Uribe; Hermes, Tovar Pinzón; Jorge Orlando, Melo

-- 4a ed. --Santafé de Bogotá : Fedesarrollo; Tercer Mundo, 1994

336 p.

Historia económica

Incluye bibliografías de referencias y bibliografía

ECONOMIA - HISTORIA - COLOMBIA / COLOMBIA - CONDICIONES ECONOMICAS

Colmenares, Germán; Jaramillo Uribe, Jaime; Tovar Pinzón, Hermes; Melo, Jorge Orlando

ISBN: 958-601-466-5

Existencias: G - 044529 Ej.1 G - 044530 Ej.2 G - 044531 Ej.3 G - 045152 Ej.4 G - 053851
Ej.5 G - 064348 Ej.6

338.06

O83c

Osorio, Oscar M.

La capacidad de producción y los costos / Oscar M., Osorio

-- 2a ed. --Buenos Aires : Macchi, 1991

494 p.

Incluye apéndice

COSTOS DE PRODUCCION / CONTABILIDAD DE COSTOS

ISBN: 950-537-111-X

Existencias: 044563 Ej.1 044564 Ej.2

332.401

A257

Steiner, Roberto, comp.

Afluencia de capitales y estabilización en América Latina / comp. Roberto, Steiner

. --Santafé de Bogotá : Fedesarrollo; Tercer Mundo, 1994

267 p. : grafs

Oeconómica

Incluye bibliografías y anexos

MOVIMIENTO DE CAPITALES - AMERICA LATINA / CAPITAL - AMERICA LATINA

ISBN: 958-601-503-3

Existencias: 044516 Ej.1 044517 Ej.2 044518 Ej.3

SALA DE ARTES Y HUMANIDADES

333.716

C733p

Comisión sobre Países en Desarrollo y Cambio Mundial

Por el bien de la tierra / Comisión sobre Países en Desarrollo y Cambio Mundial. --
. --Santafé de Bogotá : Ediciones Uniandes ; Tercer Mundo, 1993.
234 p. --
Medio ambiente
Incluye bibliografía
POLITICA AMBIENTAL-COLOMBIA / DESARROLLO ECONOMICO-ASPECTOS AMBIENTALES / PROTECCION
DEL MEDIO AMBIENTE-COLOMBIA / CONSERVACION DE LOS RECURSOS NATURALES
ISBN: 958-601-449-5
Existencias: AH - 044513 Ej.1 AH - 044514 Ej.2 AH - 044515 Ej.3

SALA DE ARTES Y HUMANIDADES

333.716
D441

Desarrollo económico sostenible : avances sobre el Informe Brundtland / Robert Goodland ... [et al.]. -- . --
Santafé de Bogotá : Ediciones Uniandes ; Tercer Mundo, 1994.
185 p. : il. --
Académica
POLITICA AMBIENTAL / DESARROLLO ECONOMICO-ASPECTOS AMBIENTALES / POLITICA ECONOMICA-
ASPECTOS AMBIENTALES / DESARROLLO SOSTENIBLE
Goodland, Robert; Daly, Herman E.; Haavelmo, Trygve; Hansen, Stein; Tinbergen, Jan; Huetting, Roefie;
El Serafy, Salah
ISBN: 958-601-483-5
Existencias: AH - 044519 Ej.1 AH - 044520 Ej.2 AH - 044521 Ej.3

339.861
l61
1994

Lora Torres, Eduardo, coord.
Introducción a la macroeconomía colombiana / coord. Eduardo, Lora Torres; coord. José Antonio,
Ocampo; coord. Roberto, Steiner
-- 3a ed. rev. y act. --Bogotá : Fedesarrollo ; Tercer Mundo, 1994
441 p.
Economía colombiana
Incluye bibliografías y glosario
MACROECONOMIA / POLITICA FISCAL - COLOMBIA / COLOMBIA - POLITICA COMERCIAL / COLOMBIA -
POLITICA ECONOMICA
Ocampo, José Antoniocoord.; Steiner, Robertocoord.
ISBN: 958-601-467-3
Existencias: 044508 Ej.1 044509 Ej.2 044510 Ej.3 045758 Ej.4

333.7932
C569

Henao W., Myriam, coord.
Ciencia contra la oscuridad : bases para un plan del programa nacional de investigaciones en
energía y minería / coord. Myriam, Henao W.
. --Santafé de Bogotá : Colciencias, 1993
160 p.
Programas nacionales de ciencia y tecnología
Incluye índice y anexos
ENERGIA ELECTRICA - COLOMBIA / POLITICA ENERGETICA - COLOMBIA / RECURSOS ENERGETICOS -
COLOMBIA
ISBN: 958-9037-31-3
Existencias: 044778 Ej.1

338.4
C753

Henao W., Myriam, coord.
Conocimiento y competitividad : bases para un plan del programa nacional de desarrollo
tecnológico, industrial y calidad / coord. Myriam, Henao W.
. --Santafé de Bogotá : Colciencias, 1993
262 p.
Programas nacionales de ciencia y tecnología
Incluye índice y anexos
DESARROLLO INDUSTRIAL - COLOMBIA / CIENCIA Y ESTADO - COLOMBIA / TECNOLOGIA Y ESTADO -
COLOMBIA / COMPETITIVIDAD

ISBN: 958-9037-28-3
Existencias: 044780 Ej.1

337
T278

González, Sara, coord.

Temas de organización económica internacional / coord. Sara, González
. --Madrid : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1993
387 p.
Incluye bibliografías y glosario
ECONOMIA INTERNACIONAL / POLITICA MUNDIAL - SIGLO XX / COOPERACION INTERNACIONAL /
ESPAÑA - RELACIONES ECONOMICAS EXTERIORES
ISBN: 84-481-0033-6
Existencias: 044990 Ej.1 044991 Ej.2

SALA DE ARTES Y HUMANIDADES

336.266
R111f

Raab, Steven S.

Franquicias : cómo multiplicar su negocio / Steven S. Raab y Gregory Matusky ; ver. Franquicias
México ; tr. Roberto Haas ; rev. Jorge Carrasco D.. --
. --México : Editorial Limusa ; Grupo Noriega Editores, 1994.
330 p.
Incluye índice
PRIVILEGIOS E INMUNIDADES / FRANQUICIAS (COMERCIO MINORISTA) / EXITO
Matusky, Gregory; Haas, Roberto, tr.; Carrasco D., Jorge, rev.
ISBN: 968-18-4101-8
Existencias: AH - 044941 Ej.1 AH - 044942 Ej.2

GENERAL

R
338.9106
I43

Informe sobre el desarrollo mundial 1994 : infraestructura y desarrollo. --Washington, Wash. : Banco Mundial,
1994

264 p. : il
Incluye nota bibliográfica, apéndice, indicadores del desarrollo mundial, recuadros, figuras y cuadros
DESARROLLO ECONOMICO / POLITICA ECONOMICA / INFRAESTRUCTURA (ECONOMIA)
ISBN: 0-8213-2535-3
Existencias: G - 044971 Ej.1

GENERAL

339
S121m

Sachs, Jeffrey D.

Macroeconomía en la economía global / Jeffrey D. Sachs y Felipe Larraín B. ; tr. Roberto Muñoz Gomá.
--
. --México : Prentice-Hall Hispanoamericana, 1993.
789 p. : il.
Incluye conceptos claves, problemas y preguntas e índice
MACROECONOMIA / OFERTA Y DEMANDA / INVERSIONISTAS / CAMBIO EXTERIOR / INFLACION /
POLITICA ECONOMICA / DESEMPLEO
Larraín B., Felipe; Muñoz Gomá, Roberto, tr.
ISBN: 968-880-289-1
Existencias: G - 045141 Ej.1 G - 045142 Ej.2 G - 045143 Ej.3

338
H669m
1994

Hirshleifer, Jack

Microeconomía, teoría y aplicaciones / Jack, Hirshleifer; Amihai, Glazer
-- 5a ed. --México : Prentice-Hall Hispanoamericana, 1994
610, 10 p. : il
Tr. por Pilar Mascaró Sacristán, rev. téc. de Alejandro Roberto Rodas Carpizo
Incluye repuestas e índices

MICROECONOMIA / DEMANDA \{TEORIA ECONOMICA\}

Glazer, Amihai

ISBN: 968-880-353-7

Existencias: 045144 Ej.1 045145 Ej.2 045146 Ej.3

336.26

B736v

Boroian, Donald D.

Las ventajas del franchising / Donald D., Boroian

. --Buenos Aires : Ediciones Macchi, 1993

189 p. : il

PRIVILEGIOS E INMUNIDADES / FRANQUICIAS \{COMERCIO MINORISTA\}

ISBN: 950-537-226-4

Existencias: 045233 Ej.1 045234 Ej.2

SALA DE ARTES Y HUMANIDADES

330.9861

C718s

Colombia. Presidencia de la República

El salto social : bases para el plan nacional de desarrollo 1994-1998 /

. --Bogotá : Departamento Nacional de Planeación, 1994?

227 p.

Incluye citas

PLANES DE DESARROLLO-COLOMBIA

COLOMBIA-POLITICA Y GOBIERNO, 1994-1998; COLOMBIA-ASPECTOS SOCIOECONOMICOS

Existencias: AH - 045262 Ej.1 AH - 046392 Ej.2 AH - 062393 Ej.3

339.9861

C718p

Nule Amín, Guido Alberto Colombia. Ministerio de Minas y Energía

Proyecto de ley de regalías : proyecto de ley 126 de 1992 / Guido Alberto, Nule Amín

. --Santafé de Bogotá : Ministerio de Minas y Energía, 1992

84 p.

REGALIAS \{COLOMBIA\} - LEGISLACION / FONDO NACIONAL DE REGALIAS / Ley 126 de 1992 /

RECURSOS NATURALES - COLOMBIA - LEGISLACION

Existencias: 045540 Ej.1

330.98

W731c

Williamson, John

El cambio en las políticas económicas de América Latina / John, Williamson

. --México : Gernika, 1991

132 p.

Serie de economía ; no.13

Incluye apéndice y cuadros

POLITICA ECONOMICA \{AMERICA LATINA\} / ECONOMIA INTERNACIONAL

ISBN: 968-6642-96-X

Existencias: 045833 Ej.1

GENERAL

338.5

K19m

Katz, Michael L.

Microeconomía / Michael L. Katz y Harvey S. Rosen ; vers. esp. Francisco Reyes Guerrero ; colab.

Eduardo Ley Echave-Sustaeta. --

. --Buenos Aires : Addison-Wesley Iberoamericana, 1994.

742 p. : il.

Incluye soluciones, bibliografía e índice

MICROECONOMIA / CONSUMIDORES / MERCADEO

Rosen, Harvey S.; Reyes Guerrero, Francisco, vers. esp.; Ley Echave-Sustaeta, Eduardo, colab.

ISBN: 0-201-60128-1

Existencias: G - 045605 Ej.1 G - 045606 Ej.2

330.9861

L865t

Lora Torres, Eduardo

- Técnicas de medición económica** : metodología y aplicaciones en Colombia / Eduardo, Lora Torres
 -- 2a ed. --Santafé de Bogotá : Tercer Mundo ; Fedesarrollo, 1991 (Impresión de 1994)
 490 p.
 Economía Colombiana
 Incluye ejercicios y preguntas, soluciones a ejercicios, apéndice estadístico, bibliografía y fuentes estadísticas e índices
 COLOMBIA - CONDICIONES ECONOMICAS / ANALISIS ESTADISTICO / DEMOGRAFIA / INDICADORES ECONOMICOS - COLOMBIA / RENTAS NACIONALES - CONTABILIDAD
 ISBN: 958-601-336-7
Existencias: 045759 Ej.2 045760 Ej.3
- 332.673
 S687i
 Solnik, Bruno
Inversiones internacionales / Bruno, Solnik
 -- 2a ed. --Wilmington, Del. : Addison-Wesley Iberoamericana, 1993
 457 p.
 Versión en español de Patricia Ibarra Colado, con la colaboración de Fernando Gil Sanguinetti
 Incluye resúmenes, preguntas y problemas, notas, bibliografías, apéndice e índice
 INVERSIONES INTERNACIONALES / MERCADO DE EXPORTACION / MERCADOS DE DIVISAS
 ISBN: 0-201-60100-1
Existencias: 045764 Ej.1 045765 Ej.2
- 330.9861
 C986
 Montenegro, Armando, coord.
Cusiana : un reto de política económica / coord. Armando, Montenegro; coord. Miguel, Kiguel
 -- 2a ed. --Santafé de Bogotá : Tercer Mundo ; Departamento Nacional de Planeación en coord. con el Banco Mundial, 1994
 439 p. : il
 Economía Colombiana
 Documentos presentados en el Seminario : "Cusiana y la economía colombiana en los años noventa" (julio, 1993) Santafé de Bogotá, Colombia
 COLOMBIA - POLITICA ECONOMICA / CAMPOS PETROLIFEROS - ASPECTOS SOCIOECONOMICOS / POZOS PETROLEROS - COLOMBIA
 Kiguel, Miguel, coord.
 ISBN: 958-601-514-9
Existencias: 045766 Ej.1 045767 Ej.2 045768 Ej.3
- 330.9
 G212a
 Garay Salamanca, Luis Jorge
Apertura y protección : evaluación de la política de importaciones / Luis Jorge, Garay Salamanca . --Bogotá : Tercer Mundo ; Univ. Nacional de Colombia. Facul. de Ciencias económicas, 1991
 255 p.
 Economía Colombiana
 Incluye anexos y bibliografía del capítulo 5
 APERTURA ECONOMICA / COMERCIO EXTERIOR / POLITICA COMERCIAL / PROTECCIONISMO Y LIBRE CAMBIO
 ISBN: 958-601-326-X
Existencias: 045769 Ej.1 045770 Ej.2
- 330.9861
 C718an
 Urrutia Montoya, Miguel, comp.
Colombia ante la economía mundial / comp. Miguel, Urrutia Montoya
 . --Santafé de Bogotá : Tercer Mundo ; Fedesarrollo, 1993 (impresión de 1994)
 263 p.
 Economía colombiana
 Incluye bibliografías
 COLOMBIA - POLITICA ECONOMICA / INTERNACIONALIZACION / APERTURA ECONOMICA / POLITICA AMBIENTAL - COLOMBIA
 ISBN: 958-601-426-6
Existencias: 045774 Ej.3

330.9
S246n

Sarmiento Palacio, Eduardo

Los nuevos desafíos del desarrollo : fundamentos y políticas / Eduardo, Sarmiento Palacio
-- 2a ed. --Bogotá : Tercer Mundo ; Uniandes, 1990

249 p.

Economía

Premio de ciencias Alejandro Angel Escobar. Mención de honor 1989

Incluye apéndices e índices

COLOMBIA - ASUNTOS ECONOMICOS / DESARROLLO ECONOMICO / RECURSOS NATURALES

ISBN: 958-601-260-3

Existencias: 045776 Ej.1 045777 Ej.2

339.8
M174

Cárdenas Santa-María, Mauricio, comp.

Macroeconomía de los flujos de capital : en Colombia y América Latina / comp. Mauricio, Cárdenas Santa-María; comp. Luis Jorge, Garay Salamanca

. --Santafé de Bogotá : Tercer Mundo ; Fedesarrollo ; FESCOL, 1993

335 p.

Colección Académica. Economía colombiana

Incluye bibliografías

MACROECONOMIA \{COLOMBIA\} / MACROECONOMIA \{AMERICA LATINA\} / POLITICA ECONOMICA / FLUJO DE CAPITAL

Garay Salamanca, Luis Jorge, comp.

ISBN: 958-601-425-8

Existencias: 045780 Ej.1 045781 Ej.2

R
333.783
G215g

Garcés Guerrero, Diego Miguel

Gran libro de los parques nacionales de Colombia / Diego Miguel, Garcés Guerrero; Susana, De La Zerda Lerner

. --Santafé de Bogotá : Intermedio Editores ; Círculo de Lectores, 1994

230 p. : il., mapas

Incluye listado de nombres vulgares y sus referencias científicas y bibliografía

PARQUES NACIONALES - COLOMBIA / RESERVAS FORESTALES - COLOMBIA

De La Zerda Lerner, Susana

ISBN: 958-28-0662-1

Existencias: 045925 Ej.1

GENERAL

336
V483

Suárez Melo, Mario

La verdadera reforma financiera de 1993 / Mario, Suárez Melo

. --Medellín : Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario ; Biblioteca Jurídica DIKE, 1993

348 p.

Fernando Silva G. ... [et al.]

Incluye anexos

REFORMA ECONOMICA \{COLOMBIA\} / DERECHO FINANCIERO / Ley 45 de 1990 / Ley 31 de 1992 / Ley 35 de 1993

ISBN: 958-9276-42-3

Existencias: G - 045916 Ej.1 G - 062876 Ej.2

330.9861
A641

Caballero Argaez, carlos

Apertura y crecimiento : el reto de los noventa / carlos, Caballero Argaez

. --Bogotá : Fedesarrollo ; Tercer Mundo Editores, 1991

228 p. : il

Catalina Crane ...[et al.]

Ed. Eduardo lora

Incluye índice y bibliografía

ECONOMIA \{COLOMBIA\} / APERTURA ECONOMICA / CUESTION MONETARIA / COLOMBIA - POLITICA

ECONOMICA

ISBN: 958-601-308-1

Existencias: 046211 Ej.1

330.972

E96m

Executive Intelligence Review

México : estalla la bomba de la deuda ; ¿quién sigue? : Executive Intelligence Review

. --Washington : EIR News Service, 1995

121 p. : gráfs

Coord. Carlos Coña Meza y Dennis Small, colaboradores Lorenzo Carrasco Bazúa ... [et al.]

ECONOMIA \{MEXICO\} / MEXICO - ASUNTOS ECONOMICOS

Existencias: 046162 Ej.1

330.156

M828d

Moral Santín, José A.

Demanda efectiva, competencia y crédito : ensayos sobre economía postkeynesiana / José A., Moral Santín; Manuel, Román

. --Madrid : Editorial Trotta, 1994

165 p. : il., gráf

Colección Estructuras y procesos. Serie Economía

Incluye índice

ECONOMIA KEYNESIANA / DEMANDA \{TEORIA ECONOMICA\} / CREDITO

Román, Manuel

ISBN: 84-87699-88-X

Existencias: 046183 Ej.1

GENERAL

330.01

C292h

Carol i Hostench, Antoni

Hombre, economía y ética / Antoni Carol i Hostench. --

. --Pamplona : EUNSA, 1993

230 p. --

Biblioteca NT. Economía

Incluye anexos y bibliografía

HAYEK, FRIEDRICH AUGUSTO VON --CRITICA E INTERPRETACION
FILOSOFIA DE LA ECONOMIA / ECONOMIA-TEORIAS / ECONOMIA MARXISTA / ECONOMIA KEYNESIANA /
ECONOMISTAS -ETICA PROFESIONAL

ISBN: 84-313-1228-9

Existencias: G - 046295 Ej.1 G - 046296 Ej.2 G - 059851 Ej.3

GENERAL

330.9861

V422e

Vega Cantor, Renán

Economía y violencia : el antidemocrático desarrollo capitalista de Colombia en los años cincuenta /
Renán, Vega Cantor; Eduardo, Rodríguez Ruíz

. --Bogotá : Universidad Distrital Francisco José de Caldas, 1990

14, 248 p. : il

Colección Cultura universitaria ; no. 4

Incluye índices y bibliografía

ECONOMIA - HISTORIA - COLOMBIA / COLOMBIA - ASPECTOS SOCIOECONOMICOS / ECONOMIA
COLOMBIANA - DECADA DE LOS CINCUENTA

Rodríguez Ruíz, Eduardo

ISBN: 958-9160-17-4

Existencias: G - 046498 Ej.1

330.9861

C718co

Santos Calderón, Juan Manuel Colombia. Ministerio de Comercio Exterior

Colombia sin fronteras : para un nuevo futuro / Juan Manuel, Santos Calderón

. --Bogotá : Ministerio de Comercio Exterior, 1994

389 p.

COLOMBIA - ADMINISTRACION PUBLICA / COMERCIO EXTERIOR / COLOMBIA - REALCIONES
ECONOMICAS EXTERIORES / MERCANTILISMO - COLOMBIA

Existencias: 046457 Ej.1

R

332.103

G463e

Gil Estebán, Rafael

English-spanish banking dictionary = diccionario bancario español-inglés / Rafael, Gil Estebán

-- 4a ed. --Madrid : Paraninfo, 1993

457 p.

BANCOS - DICCIONARIOS - INGLES / BANCOS - DICCIONARIOS - ESPAÑOL

ISBN: 84-283-1848-4

Existencias: 046397 Ej.1

330.9861

C718e

Colombia. Presidente \{1990-1994 : Gaviria Trujillo\}

Economía : discursos / Colombia. Presidente \{1990-1994 :

. --Santafé de Bogotá : Presidencia de la República, 1993

368 p.

Incluye índices

APERTURA ECONOMICA - COLOMBIA - DISCURSOS / COLOMBIA - POLITICA ECONOMICA - DISCURSOS /
REFORMA ADMINISTRATIVA - COLOMBIA - DISCURSOS

Existencias: 046523 Ej.1

330.86126

E18u

Echeverry, Rodrigo Instituto de Estudios Regionales I

Urabá : potencialidades y restricciones biofísicas para el desarrollo regional / Rodrigo, Echeverry; Iván
Dario, Gómez

. --Medellín : Instituto de Estudios Regionales. INER ; Corporación para el Desarrollo de Urabá.

CORPOURABA, 1991

51 p. : il. mapas

Incluye índices

URABA - POLITICA ECONOMICA / ANTIOQUIA (COLOMBIA) - POLITICA ECONOMICA / COLOMBIA -
ASPECTOS SOCIOECONOMICOS

Gómez, Iván Dario

Corporación para el desarrollo de Urabá

ISBN: 958-655-062-1

Existencias: 046556 Ej.1

338.6

E18i

Echeverri Correa, Fabio

La industria de los tiempos del proteccionismo a los de la apertura / Fabio, Echeverri Correa

. --Bogotá : Intermedio Editores, 1991

239 p.

Pról. de Carlos Lleras Restrepo

INDUSTRIALIZACION - HISTORIA / DESARROLLO INDUSTRIAL / POLITICA DE INDUSTRIALIZACION /
SEGURIDAD INDUSTRIAL / ESTADO / GREMIOS - COLOMBIA / ETICA SOCIAL

ISBN: 958-637-158-1

Existencias: 046669 Ej.1

330.9

A512

Beccaria, Luis A.

América Latina : el reto a la pobreza ; conceptos, métodos, magnitud, características y evolución / Luis
A., Beccaria

. --Santafé de Bogotá : Proyecto Regional para la Superación de la Pobreza en América Latina y el
Caribe ; PNUD, 1992

501 p. : il

La pobreza en América Latina y el Caribe ; v. 6

Julio Boltvinik ... [et al.]

Incluye índice

POBREZA - AMERICA LATINA / AMERICA LATINA - ASPECTOS SOCIOECONOMICOS / AMERICA LATINA -

ASUNTOS ECONOMICOS

Existencias: 046695 Ej.1

GENERAL

338.7

I29a

Illera Dulce, Luis Eduardo

Análisis estratégico del entorno empresarial / Luis Eduardo Illera Dulce. --

. --Santafé de Bogotá : Universidad de La Salle, 1995.

227 p.. --

Colección Universidad

Incluye bibliografía

MACROECONOMIA / INFLACION / DESEMPLEO / ENTORNO EMPRESARIAL / MERCADEO

Existencias: G - 046907 Ej.1

336.36

B727e

Borda, Alejandro

El estado en cesación de pago : la consolidación de la deuda pública interna y la llamada "Ley del bono" / Alejandro, Borda; Guillermo Julio, Borda

. --Buenos Aires : Abeledo-Perrot, 1991

213 p.

Incluye índice y anexos

DEUDA PUBLICA / ARGENTINA - POLITICA ECONOMICA

Borda, Guillermo Julio

ISBN: 950-20-0642-9

Existencias: 046891 Ej.1

GENERAL

332.112

K31

Kemmerer y el Banco de la República : diarios y documentos. --Santafé de Bogotá : Banco de la República, 1994

xxi, 767 p. : il

Colección Bibliográfica Banco de la República. Historia y teoría económica

KEMMERER, EDWIN WALTER-CRITICA E INTERPRETACION

BANCO DE LA REPUBLICA - HISTORIA; EL TIEMPO (DIARIO)-1923-1930

ISBN: 958-664-006-X

Existencias: G - 047229 Ej.1 G - 023698 Ej.2

331.8

A256d

Afanador Nuñez, Fernando

Derecho colectivo del trabajo : obra actualizada con la ley 50 de 1990 : Fernando, Afanador Nuñez

-- 2a ed. rev. y act. --Santafé de Bogotá : Universidad Externado de Colombia, 1994

307 p.

Incluye índice, apéndice y bibliografía

CONFLICTOS LABORALES - COLOMBIA / NEGOCIACIONES COLECTIVAS DE TRABAJO - COLOMBIA /

SINDICATOS - COLOMBIA

ISBN: 958-616-179-X

Existencias: 046916 Ej.1

336.2026

S586e

Silva Cabrera, Fabio

Estatuto tributario : normas reglamentarias {de Enero 10 de 1994 a Diciembre 22 de 1994\} / Fabio,

Silva Cabrera

. --Santafé de Bogotá : ECOE Ediciones, 1995

ix, 102 p. : il

Serie Las leyes de Colombia

Incluye índice

DERECHO FISCAL - LEGISLACION - COLOMBIA / DERECHO FISCAL - ESTATUTO - COLOMBIA

ISBN: 958-648-100-X

Existencias: 047316 Ej.1

SALA DE ARTES Y HUMANIDADES

330.9861

C718sa

Colombia. Presidencia de la República

El salto social : plan nacional de desarrollo, ley de inversiones 1994-1998 / Colombia. Presidencia de la República

. --Bogotá : Departamento Nacional de Planeación, 1994.

368 p.

PLANES DE DESARROLLO-COLOMBIA / INVERSIONES PUBLICAS-COLOMBIA / LEY 188 DE 1995 COLOMBIA-POLITICA Y GOBIERNO, 1994-1998; COLOMBIA-ASPECTOS SOCIOECONOMICOS

Existencias: AH - 047330 Ej.1

330.155

S471e

Seminario Taller Internacional para la Implementación de la Escuela Latinoamericana de Economía Solidaria \{1 : 1993 : Santafé de Bogotá, Colombia\}

La economía solidaria : experiencias y perspectivas educativas / Seminario Taller Internacional para la Implementación de la Escuela Latinoamericana de Economía Solidaria \{1 :

. --Santafé de Bogotá : Unisur, 1993

291 p.

A la cabeza de la portada Unisur y Confederación Latinoamericana de Cooperativas y Mutuales de Trabajadores

Incluye índice, ponencias y anexos

MUTUALISMO \{ECONOMIA\} / COOPERATIVISMO / ECONOMIA

Existencias: 047250 Ej.1

333.7309043

B748a

Botero Villa, Juan José

Adjudicación, explotación y comercialización de baldíos y bosques nacionales : evolución histórico-legislativa 1830-1930 / Juan José, Botero Villa

. --Santafé de Bogotá : Banco de la República, 1994

231 p.

Colección Bibliográfica Banco de la República. Historia y teoría económica

Incluye bibliografía y bibliografía de la documentación recopilada

TIERRAS BALDIAS - COLOMBIA - SIGLO XIX-XX / TENENCIA DE LA TIERRA - LEGISLACION / EXPLOTACION

FORESTAL - COLOMBIA / ADJUDICACION DE TIERRAS - SIGLO XIX-XX

ISBN: 958-664-008-6

Existencias: 047397 Ej.1

332.45

R555m

Riehl, Heinz

Mercados de divisas y mercados de dinero : operaciones de monedas nacionales y extranjeras /

Heinz, Riehl; Rita M., Rodríguez

. --México : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1990

511 p.

Tr. José García Solanes, rev. téc. J. M. Winand

Incluye apéndice, glosario, bibliografía e índice

MERCADOS DE DIVISAS / MERCADO FINANCIERO / OFERTA Y DEMANDA

Rodríguez, Rita M.

ISBN: 968-422-734-5

Existencias: 047688 Ej.1 047689 Ej.2 047690 Ej.3

332.6

C836a

1994

Coss Bu, Raúl

Análisis y evaluación de proyectos de inversión / Raúl, Coss Bu

-- 2a ed. --México : Editorial Limusa ; Grupo Noriega Editores, 1994

375 p.

Incluye apéndices

EVALUACION DE PROYECTOS EN INVERSIONES / ANALISIS DE COSTOS / TASAS DE INTERES / CUESTION MONETARIA / INFLACION

ISBN: 968-18-1327-8
Existencias: 047701 Ej.1 047702 Ej.2
330.9861
E59

Colmenares, Germán

Ensayos de historia económica de Colombia / Germán, Colmenares
. --Bogotá : Legis ; Academia Colombiana de Ciencias Económicas, 1990
x, 148 p. : il
Colección Fondo editorial
Jesús Antonio Bejarano ... [et al.]
Incluye índice y bibliografías
HISTORIA ECONOMICA / ECONOMIA - HISTORIA - COLOMBIA
ISBN: 958-9042-82-1
Existencias: 047731 Ej.1

GENERAL

338.6048
C912

Creación de la ventaja competitiva para Colombia. --Santafé de Bogotá : Cámara de Comercio de Bogotá, 1996
291 p. : il., cuadros
Traducción adaptada por la Cámara de Comercio de Bogotá
Incluye índice
COMPETITIVIDAD / COMPETENCIA ECONOMICA - COLOMBIA / JUGOS DE FRUTAS - ASPECTOS SOCIALES / ARTES GRAFICAS - ASPECTOS SOCIALES / CUERO CURTIDO - ASPECTOS SOCIALES / PETROQUIMICOS - ASPECTOS SOCIALES / TELAS - ASPECTOS SOCIALES / ADMINISTRACION INDUSTRIAL
ISBN: 958-9113-92-3
Existencias: G - 054352 Ej.1 G - 054353 Ej.2

330.9861
A837b
1993

Farfán Mojica, Rita Beatriz, comp. Asociación Bancaria y de Entidades Financieras de Colombia
Balance social del sector financiero colombiano 1993 / comp. Rita Beatriz, Farfán Mojica
. --Santafé de Bogotá : Asociación Bancaria y de Entidades Financieras de Colombia, 1995
243 p. : grafs
Incluye índice de gráficas
ESTADOS FINANCIEROS - COLOMBIA / ESTADOS DE CUENTAS - ASPECTOS SOCIALES / SISTEMA FINANCIERO COLOMBIANO - ASPECTOS SOCIALES
ISBN: 9589040-25-X
Existencias: 047798 Ej.1

330.122
D749s

Drucker, Peter Ferdinand

La sociedad postcapitalista / Peter Ferdinand, Drucker
. --Bogotá : Norma, 1993 \{impresión de 1995\
244 p.
Tr. Jorge Cárdenas Nannetti
Incluye índice
CAPITALISMO - ASPECTOS SOCIALES / INDUSTRIA - ASPECTOS SOCIALES / ESTADO - ASPECTOS SOCIALES
ISBN: 958-04-2748-8
Existencias: 047852 Ej.1 047853 Ej.2 047854 Ej.3

SALA DE ARTES Y HUMANIDADES

330.9861
C718po

Colombia. Presidencia de la República

Las políticas de el salto social : documentos Conpes Agosto de 1994-Junio de 1995 / Colombia.
Presidencia de la República
. --Santafé de Bogotá : Departamento Nacional de Planeación, 1995.
3 v. : gráfs.
PLANES DE DESARROLLO-COLOMBIA / COMPETITIVIDAD
COLOMBIA-POLITICA Y GOBIERNO, 1994-1998; COLOMBIA-ASPECTOS SOCIOECONOMICOS;
COLOMBIA-POLITICA ECONOMICA; COLOMBIA-POLITICA SOCIAL

Existencias: AH - 048050 v.1 AH - 048051 v.2 AH - 054330 v.3

330.098

G151v

Galeano, Eduardo

Las venas abiertas de América Latina / Eduardo, Galeano

-- 64a ed. --Bogotá : Tercer Mundo, 1995

402 p.

Biblioteca Eduardo Galeano

Incluye índice analítico

AMERICA LATINA - CONDICIONES ECONOMICAS / AMERICA LATINA - POLITICA ECONOMICA / AMERICA LATINA - ASPECTOS SOCIALES

ISBN: 958-601-581-5

Existencias: P - P - 053655 Ej.2

338.09861

Ch532c

Chica Avella, Ricardo

Crisis y reconversión en la industria colombiana / Ricardo, Chica Avella

. --Santafé de Bogotá : Pontificia Universidad Javeriana, 1994

322 p.

Incluye anexo metodológico y bibliografía

INDUSTRIA \{COLOMBIA\} / INDUSTRIA - ASPECTOS SOCIALES / INDUSTRIA - ASUNTOS ECONOMICOS

ISBN: 958-9716-38-0

Existencias: 048091 Ej.1

338.6048

J37e

Jarillo, José Carlos

Estrategia internacional : más allá de la exportación / José Carlos, Jarillo; Jon I., Martínez Echezárraga

. --Santafé de Bogotá : Editorial McGraw-Hill, 1994

208 p.

Serie McGraw-Hill comercio internacional ; T. 3

Incluye conclusiones

COMPETENCIA ECONOMICA / INVERSIONES EXTRANJERAS / PLANIFICACION ESTRATEGICA

Martínez Echezárraga, Jon I.

ISBN: 958-600-306-X

Existencias: 048359 Ej.2

GENERAL

330.017

Ch433e

Chafuen, Alejandro A.

Economía y ética : raíces cristianas de la economía de libre mercado / Alejandro A. Chafuen ; Preset.

Rafael Termes. --

. --Madrid : Ediciones Rialp, 1991.

205 p.

Incluye índice onomástico

ECONOMISTAS-ETICA PROFESIONAL / HACIENDA PUBLICA / TEORIA MONETARIA / POLITICA ECONOMICA / PROPIEDAD PRIVADA / INFLACION / LIBRE COMERCIO / ESCOLASTICISMO (ECONOMIA) / FILOSOFIA DE LA ECONOMIA

Termes, Rafael , Preset.

ISBN: 84-321-2793-0

Existencias: G - 048394 Ej.1 G - 058902 Ej.2 G - 066259 Ej. 3

GENERAL

339.21

V715z

Villamizar Alvargonzález, Rodrigo

Zenshin : lecciones de los países del Asia-Pacífico para Colombia / Rodrigo, Villamizar Alvargonzález;

Juan Carlos, Mondragón A.

. --Bogotá : Norma, 1995

210 p.

Incluye bibliografía

MEJORAMIENTO CONTINUO / COMPETENCIA ECONOMICA INTERNACIONAL / DESARROLLO ECONOMICO (MODELO)

Mondragón A., Juan Carlos
ISBN: 958-04-3067-5
Existencias: G - 048634 Ej.1

GENERAL

338.9861
C718t

Colombia. Presidente, 1994-1998 (Samper Pizano)
El tiempo de la gente / Colombia. Presidente, 1994-1998 (Samper Pizano)
. --Santafé de Bogotá : Imp. Nacional de Colombia, 1995
275 p.
En la portada : Informe al Congreso
COLOMBIA - POLITICA Y GOBIERNO, 1994-1995 / RED DE SOLIDARIDAD SOCIAL / PLANES DE
DESARROLLO (COLOMBIA) / PAZ / DERECHOS CIVILES
Existencias: G - 048645 Ej.1

GENERAL

330.98
B213i
1994

Banco Interamericano de Desarrollo
Informe anual 1994 / Banco Interamericano de Desarrollo
. --Washington : BID, 1995
171 p. : il
Incluye anexos
ECONOMIA (AMERICA LATINA) / ASISTENCIA ECONOMICA / ECONOMIA INTERNACIONAL / ESTADOS
FINANCIEROS
Existencias: G - 026438 Ej.1

GENERAL

330.98
B213i
1995

Banco Interamericano de Desarrollo
Informe anual 1995 / Banco Interamericano de Desarrollo
. --Washington : BID, 1996
177 p. : il
Incluye anexos
ECONOMIA (AMERICA LATINA) / ASISTENCIA ECONOMICA / ECONOMIA INTERNACIONAL / ESTADOS
FINANCIEROS
Existencias: G - 027383 Ej.1 G - 027384 Ej.2 G - 027385 Ej.3

GENERAL

338.98
P712

Díaz Ahumada, Jaime Humberto
Planificación de proyectos y diseño de indicadores / Jaime Humberto, Díaz Ahumada; Henry, Mateus;
Oscar, Pinto; Diana Lucía, Maya; Roberto, Vela; Luz, Arciniegas; Edgar, Villabona; Alvaro, Montes
. --Santafé de Bogotá : Corporación de Servicios a Proyectos de Desarrollo-PODION, 1993
77 p.
Incluye bibliografía
PLANIFICACION COMUNITARIA - METODOLOGIA / PROYECTOS DE DESARROLLO - EVALUACION /
PROYECTOS DE DESARROLLO - PLANIFICACION / EVALUACION DE PROYECTOS / INDICADORES
ECONOMICOS / INDICADORES SOCIALES
Mateus, Henry; Pinto, Oscar; Maya, Diana Lucía; Vela, Roberto; Arciniegas, Luz; Villabona, Edgar;
Montes, Alvaro
Existencias: G - 048748 Ej.1 G - 048749 Ej.2 G - 048750 Ej.3

GENERAL

330.983
R332

Muñoz, Oscar, ed.
Reformas económicas en Chile / ed. Oscar, Muñoz
. --Washington, Wash. : Banco Interamericano de Desarrollo, 1992
99 p. : il
Serie de Monografías del BID ; no. 7

Incluye referencias
REFORMA ECONOMICA EN CHILE / CHILE - CONDICIONES ECONOMICAS / CHILE - POLITICA
ECONOMICA

ISBN: 0-940602-49-0

Existencias: G - 048868 Ej.1 G - 048869 Ej.2

GENERAL

330.9861

R896n

Rubio, Mauricio

Normas, justicia y economía en Colombia / Mauricio, Rubio

. --Santafé de Bogotá : Centro de Estudios sobre Desarrollo Económico de la Universidad de los Andes-
CEDE, 1995

60, 17 p. : il

En la carátula : Documento CEDE 95-07 de Septiembre de 1995

Incluye anexos y bibliografía

ECONOMIA (COLOMBIA) - NORMAS / CRECIMIENTO ECONOMICO / DESARROLLO ECONOMICO /
ADMINISTRACION DE JUSTICIA - FALLAS / INFLACION

Existencias: G - 048891 Ej.1

GENERAL

339.46

C748h

Conferencia Regional sobre la Pobreza en América Latina y el Caribe (2ª : 1990, Nov. 20-23 : Quito, Ecuador

Hacia un desarrollo sin pobreza / 1990, Nov. 20-23 : Conferencia Regional sobre la Pobreza en América
Latina y el Caribe (2ª :

. --Bogotá : Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, 1991

62 p.

POBREZA - AMERICA LATINA - CONGRESOS, CONFERENCIAS, ETC. / POBREZA - CARIBE (REGION) -
CONGRESOS, CONFERENCIAS, ETC. / AMERICA LATINA - CONDICIONES SOCIALES / CARIBE (REGION) -
CONDICIONES SOCIALES

Existencias: G - 048894 Ej.1

GENERAL

339.46

S161s

Salcedo Guarín, José Joaquín

Sin producir riqueza no se acaba la pobreza / José Joaquín, Salcedo Guarín

. --Santafé de Bogotá : Publicaciones Violeta ; Presencia, 1994

xi, 91 p.

POBREZA - AMERICA LATINA / POBREZA - CAUSAS / SOCIEDADES DE CONSUMO / COLOMBIA -
CONDICIONES ECONOMICAS

ISBN: 958-95643-0-5

Existencias: G - 048895 Ej.1

GENERAL

330.122

E67e

Erhard, Ludwig

Economía social de mercado : su valor permanente / Ludwig, Erhard; tr. Ignacio, Miralbell

. --Madrid : Ediciones Rialp, 1994

169 p.

Colección Empresa y humanismo ; no. 8

Incluye biografía y tabla de correspondencias

ECONOMIA SOCIAL / MERCADEO - MORAL Y ASPECTOS ETICOS / DESARROLLO ECONOMICO / ERHARD,
LUDWIG, 1897-1977 / COMUNIDAD ECONOMICA EUROPEA

Miralbell, Ignacio, tr.

ISBN: 84-321-3038-9

Existencias: G - 048941 Ej.1

GENERAL

336.2

G984i

Gutiérrez Casas, Alejandro

Impuestos y aduanas nacionales : administración y centralismo. Hacienda regional. Evasión, elusión y
contrabando / Alejandro, Gutiérrez Casas

. --Santafé de Bogotá : Corporación Instituto de Estudios Tributarios y Aduaneros-CIETA, 1995
128 p. : il
IMPUESTOS - COLOMBIA / ADUANAS - ADMINISTRACION - COLOMBIA / HACIENDA PUBLICA
Existencias: G - 048986 Ej.1 G - 057528 Ej.2

SALA DE ARTES Y HUMANIDADES

335.609
P346h

Payne, Stanley G.

Historia del fascismo / Stanley G. Payne ; tr. C. Boune. --
. --Barcelona : Editorial Planeta, 1995.
757 p. : il. --
Colección La línea del horizonte
Incluye epílogo, bibliografía e índice
FASCISMO-HISTORIA / NACIONALISMO-ALEMANIA / FASCISMO-ITALIA / GUERRA MUNDIAL II, 1939-1945
Boune, C., tr.
ISBN: 84-08-01470-6
Existencias: AH - 048860 Ej.1 AH - 055515 Ej.2

GENERAL

R
338.5443
P467

Perspectivas de la economía mundial octubre de 1995 : estudio elaborado por el personal del Fondo Monetario Internacional. --Washington, Wash. : Fondo Monetario Internacional, 1995
ix, 177 p. : il
Colección Estudios económicos y financieros
Incluye anexos
ECONOMIA - HISTORIA / POLITICA MUNDIAL - 1995-1996 / POLITICA ECONOMICA / APERTURA ECONOMICA
ISBN: 1-55775-547-7
Existencias: G - 049058 Ej.1

GENERAL

R
338.5443
P467e

Perspectivas de la economía mundial mayo de 1995 : estudio elaborado por el personal del Fondo Monetario Internacional. --Washington, Wash. : Fondo Monetario Internacional, 1995
ix, 206 p. : il
Colección Estudios económicos y financieros
Incluye anexos
ECONOMIA - HISTORIA / POLITICA MUNDIAL / POLITICA ECONOMICA / AHORROS Y ECONOMIA
ISBN: 1-55775-483-3
Existencias: G - 049059 Ej.1

GENERAL

338
G633g

Gómez F., Oberto

Generación de conocimientos en la industria : módulo 8 / Oberto, Gómez F.
. --Santafé de Bogotá : SECAB ; CONICIT, 1994
61 p. : il
Colección Ciencia y tecnología ; no.44
Incluye glosario y bibliografía
PRODUCCION (TEORIA ECONOMICA) / INGENIERIA INDUSTRIAL / EMPRESAS PRIVADAS - VENEZUELA / ESTUDIO DE CASOS EN INDUSTRIA / PROGRAMA NACIONAL DE GERENCIA EN CIENCIA Y TECNOLOGIA edit.
Existencias: G - 049119 Ej.1 G - 049120 Ej.2

GENERAL

R
338.9106
I43

Informe sobre el desarrollo mundial 1995 : el mundo del trabajo en una economía integrada. --Washington, Wash. : Banco Mundial, 1995

x, 275 p. : il

En la carátula : Indicadores del desarrollo mundial

Incluye nota bibliográfica y apéndice

MERCADO DE TRABAJO / TRABAJO Y TRABAJADORES / INTEGRACION ECONOMICA INTERNACIONAL / TRABAJADORES - SIGLO XXI / DESARROLLO ECONOMICO

ISBN: 0-8213-2893-X

Existencias: G - 049060 Ej.1

GENERAL

338.0685

T693e

Torres A., Iván D.

Experimentación en planta : módulo 14 / Iván D., Torres A.

. --Santafé de Bogotá : SECAB ; CONICIT, 1994

53 p. : il

Colección Ciencia y tecnología ; no.50

ADMINISTRACION DE LA PRODUCCION / INVESTIGACION CIENTIFICA / METODOS EXPERIMENTALES / PROGRAMA NACIONAL DE GERENCIA EN CIENCIA Y TECNOLOGIA edit.

Existencias: G - 049131 Ej.1 G - 049132 Ej.2

GENERAL

338.98

B213pr

1992

Banco Interamericano de Desarrollo

Progreso económico y social en América Latina : informe 1992 / Banco Interamericano de Desarrollo

. --Washington, Wash. : BID, 1992

v, 352 p. : il

Con. : Exportación de manufacturas en América Latina

Incluye apéndices y referencias

ECONOMIA - AMERICA LATINA / AMERICA LATINA - ASPECTOS SOCIOECONOMICOS / AMERICA LATINA - MANUFACTURAS / POLITICA COMERCIAL

Existencias: G - 049177 Ej.1

GENERAL

338.27282

A715i

Aristizábal Fernández, Jesús

ICP, diez años de progreso tecnológico / Jesús, Aristizábal Fernández

. --Santafé de Bogotá : ICP. Departamento de Comunicaciones, 1994

175 p. : il

Incluye epílogo, apéndices, bibliografía y glosario

INSTITUTO COLOMBIANO DEL PETROLEO - HISTORIA / PETROLEO - HISTORIA / INDUSTRIA DEL PETROLEO - COLOMBIA / CAPITAL HUMANO - COLOMBIA / TRANSFERENCIA DE TECNOLOGIA / PROPIEDAD INTELECTUAL

Existencias: G - 049180 Ej.1 G - 049181 Ej.2

GENERAL

338.9

A466

Arias Jiménez, Enrique

Alternativas de privatización para el sector público colombiano / Enrique, Arias Jiménez; Enrique,

Peñalosa Londoño; Juan Gabriel, Uribe Vegalara; Alexandra, Vaquero Neira; Beatriz, Arbeláez Martínez

. --Bogotá : Universidad Externado de Colombia, 1993

182 p.

PRIVATIZACION - COLOMBIA / PRIVATIZACION - AMERICA LATINA / APERTURA ECONOMICA - COLOMBIA / DESCENTRALIZACION ADMINISTRATIVA

Peñalosa Londoño, Enrique; Uribe Vegalara, Juan Gabriel; Vaquero Neira, Alexandra; Arbeláez Martínez, Beatriz

ISBN: 958-616-196-X

Existencias: G - 049193 Ej.1 G - 049194 Ej.2

GENERAL

335.40947

F983p

Furet, Francois

El pasado de una ilusión : ensayo sobre la idea comunista en el siglo XX / François, Furet; tr. Mónica, Utrilla; rev. Diana Luz, Sánchez; rev. María Guadalupe, Benítez

. --México : Fondo de Cultura Económica, 1995

583 pp.

Sección de Obras de política y derecho

Incluye epílogo e índice

COMUNISMO - RUSIA / SOCIALISMO / RUSIA - HISTORIA - REVOLUCION, 1917-1921

Utrilla, Mónica; Sánchez, Diana Luz; rev.; Benítez, María Guadalupe; rev.

ISBN: 84-375-0415-5

Existencias: G - 049213 Ej.1

SALA DE ARTES Y HUMANIDADES

336.861

P116f

Pachón, Alvaro

Las finanzas del distrito capital : visión retrospectiva, estado actual y perspectivas : Alvaro Pachón. --

. --Santafé de Bogotá : Departamento Nacional de Planeación, 1992.

ii, 116, 15 p. : il.

Incluye conclusiones, recomendaciones y anexos

FINANZAS-BOGOTA (COLOMBIA) / PRESUPUESTO DISTRITAL-COLOMBIA, 1992 / SERVICIOS PUBLICOS-

BOGOTA - EVOLUCION / DEUDA PUBLICA / GASTOS PUBLICOS

Existencias: AH - 049217 Ej.1

GENERAL

338.17373

N677c

1999

Nieto Arteta, Luis Eduardo

El café en la sociedad colombiana / Luis Eduardo, Nieto Arteta

-- 12a ed. --Bogotá : El Áncora Editores, 1999

71 p.

CAFE - ASPECTOS SOCIOECONOMICOS / CAFE - COLOMBIA - HISTORIA

ISBN: 84-89209-05-7

Existencias: G - 049220 Ej.1

GENERAL

330.09

M337u

Marín Bernal, Rodrigo

Una tentativa intelectual por Colombia : selección de intervenciones / Rodrigo, Marín Bernal

. --Manizales : Universidad de Manizales. Departamento de Publicaciones, 1994

172 p.

CRISIS ECONOMICA / CAFE - COMERCIO - COLOMBIA / CUSIANA / COLOMBIA - POLITICA ECONOMICA

/ CAMPOS PETROLIFEROS - ASPECTOS SOCIOECONOMICOS / NARCOTRAFICO - COLOMBIA /

DESCENTRALIZACION ADMINISTRATIVA / SECTOR AGROPECUARIO - COLOMBIA / SUBSIDIOS FAMILIARES -

COLOMBIA / VIVIENDA - COLOMBIA

Existencias: G - 049239 Ej.1

GENERAL

339

D713m

1994

Dornbusch, Rudiger

Macroeconomía / Rudiger, Dornbusch; Stanley, Fischer; tr. Esther, Rabasco; tr. Luis, Toharia; rev. téc.

José A., García-Durán; adap. y tr. del software Fernando, Balcells González; adap. y tr. del software Jordi,

Melé Carné

-- 6a ed. --Madrid : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1994

xix, 785 p. : il. + 1 disquete : PC-Macroeconomics

Incluye resumen en cada capítulo, problemas, términos clave, apéndice, casos particulares e índice

MACROECONOMIA / ECONOMIA - FUNDAMENTOS / RENTAS NACIONALES - CONTABILIDAD / POLITICA

MONETARIA / POLITICA FISCAL / RELACIONES INTERNACIONALES / OFERTA Y DEMANDA / CONSUMO /

INFLACION

Fischer, Stanley; Rabasco, Esther; tr.; Toharia, Luistr.; García-Durán, José A.; rev. téc.; Balcells González,

Fernandoadap. y tr. del software; Melé Carné, Jordiadap. y tr. del software

Existencias: G - 049322 Ej.1

GENERAL

338.18

D419m

Departamento Nacional de Planeación-DNP1

Manual metodológico para la identificación, preparación y evaluación de proyectos de infraestructura menor y de servicios del sector agropecuario / Departamento Nacional de Planeación-DNP; Organización de Estados Americanos-OEA

. --Santafé de Bogotá : Banco de Programas y Proyectos de Inversión Nacional-BPIN, 1994

p. irr.

Serie de Metodologías ; no. 020

A la cabeza de la portada : República de Colombia. Departamento Nacional de Planeación. El salto social

Incluye anexos

SECTOR AGROPECUARIO - FINANCIACION - COLOMBIA / EVALUACION DE PROYECTOS - METODOLOGIA / PROYECTOS DE INVESTIGACION - MANUALES / ADMINISTRACION PUBLICA - PLANEACION / MUJERES EN EL DESARROLLO RURAL / ACUICULTURA - COLOMBIA

Organización de Estados Americanos-OEA

Existencias: G - 049394 Ej.1

GENERAL

333.7932

D419m

Departamento Nacional de Planeación-DNP1

Manual metodológico para la identificación, preparación y evaluación de proyectos de electrificación rural / Departamento Nacional de Planeación-DNP; Organización de Estados Americanos-OEA

. --Santafé de Bogotá : Banco de Programas y Proyectos de Inversión Nacional-BPIN, 1994

p. irr.

Serie de Metodologías ; no. 021

A la cabeza de la portada : República de Colombia. Departamento Nacional de Planeación. El salto social

Incluye glosario y anexos

ELECTRIFICACION RURAL - FINANCIACION - COLOMBIA / EVALUACION DE PROYECTOS - METODOLOGIA / ELECTRIFICACION RURAL - ASPECTOS ECONOMICOS / PROYECTOS DE INVESTIGACION - MANUALES

Organización de Estados Americanos-OEA

Existencias: G - 049395 Ej.1

GENERAL

332.6

D419m

Departamento Nacional de Planeación-DNP1

Manual metodológico para la identificación, preparación y evaluación de estudios de preinversión / Departamento Nacional de Planeación-DNP; Organización de Estados Americanos-OEA

. --Santafé de Bogotá : Banco de Programas y Proyectos de Inversión Nacional-BPIN, 1994

p. irr.

Serie de Metodologías ; no. 026

A la cabeza de la portada : República de Colombia. Departamento Nacional de Planeación. El salto social

Incluye apéndice y anexos

EVALUACION DE PROYECTOS - MANUALES / PROYECTOS DE INVESTIGACION - FINANCIACION - METODOLOGIA / PROYECTOS DE INVERSION

Organización de Estados Americanos-OEA

Existencias: G - 049595 Ej.1

GENERAL

R

330.03

P326d

Paulet, Jean Pierre

Diccionario de economía y empresa / Jean Pierre, Paulet; Eliseo, Santandreu

. --Barcelona : Eyrolles ; Gestión 2000, 1994

166 p. : il

Incluye índice de siglas

ECONOMIA - DICCIONARIOS / ADMINISTRACION DE EMPRESAS - DICCIONARIOS

Santandreu, Eliseo
ISBN: 84-8088-041-4
Existencias: G - 049741 Ej.1

GENERAL

332.6
K81i

Kolb, Robert W.
Inversiones / Robert W., Kolb; vers. esp. Julio, Coro Pando; rev. Luis, Porrugas Ruiz
. --México : Editorial Limusa ; Grupo Noriega Editores, 1993
746 p. : il
Incluye apéndices, glosario, soluciones a problemas seleccionados e índices
INVERSIONES / INVERSIONES INTERNACIONALES / BONOS - ADMINISTRACION / ACCIONES (BOLSA) /
BOLSA DE VALORES / MERCADEO - INNOVACIONES TECNOLOGICAS
Coro Pando, Juliovers. esp.; Porrugas Ruiz, Luisrev.
ISBN: 968-18-3340-6
Existencias: G - 049807 Ej.1

GENERAL

332.64
R696i

Rodríguez de Castro, José
Introducción al análisis de productos financieros derivados : futuros. Opciones. Forwards. Swaps / José,
Rodríguez de Castro
. --México : Editorial Limusa ; Grupo Noriega Editores ; Bolsa Mexicana de Valores ; CDN, 1995
258 p. : il
En la portada : Incluye régimen fiscal
Incluye conclusiones
FINANZAS / OPCIONES (FINANZAS) / RIESGO (FINANZAS) / FINANZAS - CONTRATOS Y ESPECIFICACIONES /
MERCADO MONETARIO
ISBN: 968-18-5160-9
Existencias: G - 049834 Ej.1

GENERAL

338.98
E82

Garay, Luis Jorge, ed.
Estrategia industrial e inserción internacional / ed. Luis Jorge, Garay
. --Bogotá : FESCOL, 1992
444 p. : il
INTEGRACION ECONOMICA INTERNACIONAL / DESARROLLO INDUSTRIAL / COLOMBIA - COMERCIO
EXTERIOR / COLOMBIA - POLITICA ECONOMICA / AMERICA LATINA - POLITICA ECONOMICA / ECONOMIA
INTERNACIONAL / POLITICA INDUSTRIAL / POLITICA GUBERNAMENTAL / PRODUCTIVIDAD / COLOMBIA -
INDUSTRIAS
ISBN: 958-9272-25-8
Existencias: G - 050119 Ej.1

GENERAL

330.9861
B423h

Bejarano Avila, Jesús Antonio
Historia económica y desarrollo : la historiografía económica sobre los siglos XIX y XX en Colombia /
Jesús Antonio, Bejarano Avila
. --Santafé de Bogotá : CEREC, 1994
291 p. : cuadros
Serie Textos ; no. 22
Incluye anexo, bibliografía e índice de cuadros
ECONOMIA - HISTORIA - SIGLOS XIX-XX / COLOMBIA - POLITICA ECONOMICA / ECONOMIA EN
COLOMBIA - HISTORIOGRAFIA / COLOMBIA - CONDICIONES ECONOMICAS / DESARROLLO ECONOMICO
ISBN: 958-9061-75-3
Existencias: G - 050402 Ej.1 G - 050403 Ej.2 G - 053809 Ej.3

SALA DE ARTES Y HUMANIDADES

333.72
K89d

Kras, Eva S.

El desarrollo sustentable y las empresas / Eva S. Kras ; vers. esp. Lourdes Cisneros ; rev. ed. Elianne Cazenave-Tapie Isoard ; rev. Francisco Paniagua Bocanegra. --
. --México : Grupo Editorial Iberoamérica, 1994.
xvii, 129 p. : il.
Incluye apéndice, referencias, bibliografía e índice
DESARROLLO SOSTENIBLE-MEXICO / DESARROLLO INDUSTRIAL-MEXICO / ADMINISTRACION DE EMPRESAS-MEXICO
MEXICO-CONDICIONES SOCIALES
Cisneros, Lourdes, vers. esp.; Cazenave-Tapie Isoard, Elianne, rev. ed.; Paniagua Bocanegra, Francisco, rev.
ISBN: 970-625-057-3
Existencias: AH - 050474 Ej.1

GENERAL

332.1
D542c

Díaz González, María Jesús
Cómo entender las finanzas en la empresa / María Jesús, Díaz González
. --Pamplona : EUNSA, 1996
177 p. : il
Biblioteca NT. Comunicación
Incluye bibliografía e índice
TEORIA ECONOMICA / FINANZAS - PROGRAMAS / INFORMACION ECONOMICA / OFERTA Y DEMANDA / BANCOS / MERCADO BURSATIL
ISBN: 84-313-1389-7
Existencias: G - 050475 Ej.1

GENERAL

331.8801
J37s

Jaramillo, Mario
Sindicalismo y economía de mercado / Mario, Jaramillo; colab. Jaime, Jiménez V.; colab. Mauricio, Pryor M.
. --Santafé de Bogotá : Instituto de Ciencia Política, 1994
95 p. : il
SINDICALISMO - COLOMBIA / HUELGAS / SINDICALISMO - ASPECTOS ECONOMICOS / MERCANTILISMO
Jiménez V., Jaimecolab.; Pryor M., Mauriciocolab.
ISBN: 958-95670-0-2
Existencias: G - 050483 Ej.1 G - 050484 Ej.2 G - 050485 Ej.3

GENERAL

330.1
G994l

Gwartney, James D.
Lo que todos deben saber sobre economía y prosperidad / James D., Gwartney; Richard L., Stroup
. --Santafé de Bogotá : Legis, 1994
xiii, 148 p. : il
Incluye conclusiones, lecturas sugeridas e índice
ECONOMIA / DESARROLLO ECONOMICO / POLITICA ECONOMICA
Stroup, Richard L.
ISBN: 958-653-092-2
Existencias: G - 050518 Ej.1 G - 050519 Ej.2 G - 050520 Ej.3

GENERAL

330.098611
H673

Castillo, Nicolás del
Historia económica y social del Caribe colombiano / Nicolás del, Castillo; María del Carmen, Borrego Pla; Alfonso, Múnera; Adelaida, Sourdis Najera; ed. Adolfo, Meisel Roca
. --Santafé de Bogotá : Ediciones Uninorte ; ECOE Ediciones, 1994
xiv, 370 p. : il., mapas
Incluye conclusión y bibliografía
CARIBE (REGION) - ASPECTOS SOCIOECONOMICOS / COLOMBIA - HISTORIA - 1810- / COLOMBIA - HISTORIA - DESCUBRIMIENTO Y CONQUISTA, 1499-1550 / POBLACIONES INDIGENAS / ESCLAVITUD EN SAN ANDRES Y PROVIDENCIA / MESTIZAJE EN AUSTRIA / AGRICULTURA - HISTORIA / GANADERIA - HISTORIA
Borrego Pla, María del Carmen; Múnera, Alfonso; Sourdis Najera, Adelaida; Meisel Roca, Adolfoed.

ISBN: 958-9105-32-7

Existencias: G - 050522 Ej.1

GENERAL

330.9861
S179

Lora Torres, Eduardo, coord.

El salto social en discusión / coord. Eduardo, Lora Torres; coord. Cristina, Lanzetta

. --Santafé de Bogotá : Tercer Mundo ; Fedesarrollo, 1995

xvii, 297 p. : il., cuadros

Colección Académica. Economía colombiana

COLOMBIA - POLITICA Y GOBIERNO / COLOMBIA - POLITICA ECONOMICA / COLOMBIA - ASPECTOS SOCIOECONOMICOS / PLANES DE DESARROLLO - COLOMBIA / POLITICA EDUCATIVA - COLOMBIA / POLITICA LABORAL - COLOMBIA / SALUD PUBLICA - COLOMBIA / POLITICA SOCIAL - ADMINISTRACION / MICROEMPRESAS - COLOMBIA

Lanzetta, Cristina, coord.

ISBN: 958-601-620-X

Existencias: G - 050524 Ej.1

GENERAL

333.3
A179i

Achour, Dominique

Inversión en bienes raíces : análisis y valuación de bienes raíces en el contexto mexicano / Dominique,

Achour; Gonzalo, Castañeda

. --México : Editorial Limusa ; Grupo Noriega Editores, 1992

xi, 296 p. : il

Incluye conclusiones, apéndices y referencias

BIENES RAICES - ANALISIS / MATEMATICAS FINANCIERAS / FINANZAS - MEXICO / BIENES RAICES - FINANZAS Y FINANCIACION / ARRENDAMIENTO - MEXICO / CONTRATOS - MEXICO / INVERSIONES - MEXICO / DERECHO DE PROPIEDAD

Castañeda, Gonzalo

ISBN: 968-18-4341-X

Existencias: G - 050620 Ej.1

GENERAL

330.9861
K14e

Kalmanovitz, Salomón

Economía y nación : una breve historia de Colombia / Salomón, Kalmanovitz

-- 4a ed. corr. y aum. --Santafé de Bogotá : Tercer Mundo, 1994 (impresión de 1995)

576 p. : il., cuadros

Colección Académica. Historia económica

COLOMBIA - HISTORIA, 1550-1810 - ASPECTOS ECONOMICOS / AGRICULTURA - ASPECTOS ECONOMICOS - SIGLO XIX / VIOLENCIA - ASPECTOS ECONOMICOS / ECONOMIA - SIGLOS XIX-XX / INDUSTRIALIZACION - HISTORIA / NEOLIBERALISMO / COLOMBIA - CONDICIONES ECONOMICAS

ISBN: 958-601-544-0

Existencias: G - 050651 Ej.1

GENERAL

R
333.793203
R696d

Rodríguez Roldán, Roberto J.

Diccionario de electricidad / Roberto J., Rodríguez Roldán

. --Madrid : Paraninfo, 1996

229 p. : il

Incluye apéndices

ELECTRICIDAD - DICCIONARIOS / ELECTRONICA - DICCIONARIOS

ISBN: 84-283-2261-9

Existencias: G - 050902 Ej.1

333.317291
C689d

Colegio de Ingenieros Agrónomos y Azucareros

Desarrollo agrícola de Cuba / Colegio de Ingenieros Agrónomos y Azucareros

. --Miami, Florida : Corripio, 1992

315 p. : il
Incluye índice
REFORMA AGRARIA - CUBA / AGRICULTURA - ASPECTOS ECONOMICOS - CUBA
Existencias: I - 051470 Ej.1

GENERAL

333.72
S192e

Samper Yunda, Humberto
Ensayo sobre política económica, desarrollo y medio ambiente en Colombia / Humberto, Samper Yunda
. --Bogotá : Fondo José Celestino Mutis-FEN, 1991
94 p.
Incluye bibliografía e índice de cuadros
COLOMBIA - POLITICA ECONOMICA / DESARROLLO SOSTENIBLE / RECURSOS NATURALES - COLOMBIA - ASPECTOS SOCIALES
ISBN: 958-9129-21-8
Existencias: G - 051614 Ej.1

GENERAL

330
C626e
1991

Clement, Norris C.
Economía enfoque : América Latina / Norris C., Clement; John C., Pool; Mario M., Carrillo
-- 3a ed. --México : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1991
xvii, 436 p. : grafos.
Incluye índice
ECONOMIA (AMERICA LATINA) - HISTORIA / MICROECONOMIA / MACROECONOMIA / AMERICA LATINA - CONDICIONES ECONOMICAS
Pool, John C.; Carrillo, Mario M.
ISBN: 968-451-093-4
Existencias: G - 034761 Ej.1

GENERAL

332.673
P769

Políticas de inversión extranjera : [tratados de promoción y protección de inversiones, Bit's]. --Santafé de Bogotá : Coinvertir, 1995
212 p.
INVERSIONES EXTRANJERAS / POLITICA DE INVERSIONES / POLITICA DE INVERSIONES EN AMERICA LATINA
Existencias: G - 016038 Ej.1 G - 016039 Ej.2 G - 016040 Ej.3

GENERAL

338.98
M539m

Mendoza García, Plinio Apuleyo
Manual del perfecto idiota latinoamericano / Plinio Apuleyo, Mendoza García; Carlos Alberto, Montaner; Alvaro, Vargas Llosa; present. Mario, Vargas Llosa
. --Barcelona : Plaza y Janés, 1996
318 p.
Incluye índice expurgatorius
AMERICA LATINA - CONDICIONES ECONOMICAS / AMERICA LATINA - CONDICIONES SOCIALES / AMERICA LATINA - POLITICA Y GOBIERNO
Montaner, Carlos Alberto; Vargas Llosa, Alvaro; Vargas Llosa, Mariopresent.
ISBN: 84-01-37569-X
Existencias: G - 051950 Ej.1

GENERAL

338.5213
G697t
1994

Gould, John P.
Teoría microeconómica / John P., Gould; Edward P., Lazear; tr. Eduardo L., Suárez
-- 3a ed. --México : Fondo de Cultura Económica, 1994

870 p. : il
Colección Textos de economía
Incluye índices
MICROECONOMIA / DEMANDA (TEORIA ECONOMICA) / OFERTA Y DEMANDA
Lazear, Edward P.; Suárez, Eduardo L.tr.
ISBN: 968-16-4087-X
Existencias: G - 052090 Ej.1

GENERAL

333.72861
R696i

Rodríguez Becerra, Manuel
Instrumentos económicos para la gestión ambiental en Colombia / Manuel, Rodríguez Becerra;
Eduardo, Uribe Botero; Julio, Carrizosa Umaña
. --Santafé de Bogotá : Cerec ; Fescol, 1996
145 p.
Colección Cerec. Serie Ecológica ; no. 10
Incluye conclusiones y anexos
PROTECCION DEL MEDIO AMBIENTE - COLOMBIA / GESTION AMBIENTAL - COLOMBIA / BOSQUES -
LEGISLACION - COLOMBIA / POLITICA FORESTAL - COLOMBIA
Uribe Botero, Eduardo; Carrizosa Umaña, Julio
ISBN: 958-9061-88-5
Existencias: G - 052101 Ej.1

GENERAL

338.900151
S562e

Shubik, Martín
Economía política : un enfoque desde el punto de vista de la teoría del juego / Martín, Shubik; tr.
Roberto Ramón, Reyes Mazzoni
. --México : Fondo de Cultura Económica, 1992
692 p. : gráfs
Colección Textos de economía
Incluye apéndice, bibliografía e índice
TEORIA DE LOS JUEGOS / ECONOMIA - MODELOS MATEMATICOS / ECONOMIA POLITICA
Reyes Mazzoni, Roberto Ramón, tr.
ISBN: 968-16-3723-2
Existencias: G - 052106 Ej.1

GENERAL

338.91
P186a

Pampillón Olmedo, Rafael
Análisis económico de países : teoría y casos de política económica / Rafael, Pampillón Olmedo; pról.
Gumersindo, Ruíz Bravo de Mansilla
. --Madrid : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1993.
x, 243 p. : gráfs
Serie McGraw-Hill de management
Incluye anexos
POLITICA ECONOMICA - CASOS / PAISES EN DESARROLLO - CONDICIONES ECONOMICAS / PAISES EN
DESARROLLO - CASOS
Ruíz Bravo de Mansilla, Gumersindo, pról.
ISBN: 84-481-0021-2
Existencias: G - 052113 Ej.1 G - 054324 Ej.2 G - 054325 Ej.3

GENERAL

336
M987h

Musgrave, Richard Abel
Hacienda pública : teórica y aplicada / Richard Abel, Musgrave; Peggy B., Musgrave; tr. Juan
Francisco, Corona Ramón; rev. téc. José María, Lozano Irueste
-- 5a ed. --Madrid : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1992
xix, 779 p.
Incluye índices
HACIENDA PUBLICA / IMPUESTOS / SECTOR PUBLICO / GASTOS PUBLICOS / POLITICA FISCAL /
FEDERALISMO

Musgrave, Peggy B.; Corona Ramón, Juan Franciscotr.; Lozano Irueste, José Maríarev. téc.
ISBN: 84-7615-756-8
Existencias: G - 052116 Ej.1

GENERAL

331.1
LI791c

Llano Cifuentes, Carlos

La creación del empleo : (para desempleadores y desempleados) / Carlos, Llano Cifuentes
. --México : Panorama Editorial, 1995 (impresión de 1996)

197 p.

Colección Desarrollo gerencial

Incluye apéndice y bibliografía

EMPLEOS - ASPECTOS SOCIALES / CREACION DE EMPLEOS / POLITICA DE PLENO EMPLEO

ISBN: 968-38-0503-5

Existencias: G - 052182 Ej.1

GENERAL

332.6
Z49e
332.6
Z49e

Zelaya de Parra, Eduardo

Evaluación económica de proyectos de inversión con su PC / Eduardo, Zelaya de Parra

. --México : Grupo Editorial Iberoamérica, 1995

57 p. : + 1 disquete

Incluye apéndice

PROYECTOS DE INVERSION - EVALUACION / PROYECTOS DE INVERSION - ASUNTOS ECONOMICOS / SEPI
(PROGRAMAS PARA COMPUTADOR)

Existencias: G - 052189 Ej.1

GENERAL

330.122
O92c

Otxotorena Elizegi, Juan Miguel

Capitalismo y tópicos afines : discurso ético y economía real / Juan Miguel, Otxotorena Elizegi

. --Barcelona : EIUNSA, 1996

191 p.

Colección Pensamiento y universidad

Incluye bibliografía

CAPITALISMO / ECONOMIA - MORAL Y ASPECTOS ETICOS / SOCIALISMO / ECONOMIA POLITICA

ISBN: 84-87155-71-5

Existencias: G - 052205 Ej.1 G - 063322 Ej.2

GENERAL

338.064
O32s

Oficina Internacional del Trabajo

Seguridad, salud y condiciones de trabajo en la transferencia de tecnología a los países en desarrollo :
repertorio de recomendaciones prácticas de la OIT / Oficina Internacional del Trabajo

. --México : Alfaomega, 1992

xi, 81 p.

Incluye anexos, bibliografía e índice

TRANSFERENCIA DE TECNOLOGIA - ASPECTOS ECONOMICOS - PAISES EN DESARROLLO /
INNOVACIONES TECNOLOGICAS - ASPECTOS ECONOMICOS - PAISES EN DESARROLLO / SEGURIDAD SOCIAL -
PAISES EN DESARROLLO / TRABAJO Y TRABAJADORES - PAISES EN DESARROLLO / TRANSFERENCIA DE
TECNOLOGIA - ASPECTOS SOCIALES - PAISES EN DESARROLLO / INNOVACIONES TECNOLOGICAS - ASPECTOS
SOCIALES - PAISES EN DESARROLLO

ISBN: 968-6223-62-2

Existencias: G - 052270 Ej.1 G - 052271 Ej.2

GENERAL

331.2164
O32r

Oficina Internacional del Trabajo

La remuneración por rendimiento / Oficina Internacional del Trabajo

. --México : Alfaomega, 1991
xii, 187 p. : gráfs
Incluye notas e índice
PAGO A DESTAJO / SALARIOS / SISTEMA DE REMUNERACION / SOBRESUELDOS POR RENDIMIENTO
ISBN: 968-6223-30-4
Existencias: G - 052272 Ej.1 G - 052273 Ej.2

GENERAL

330
O32i

Oficina Internacional del Trabajo
Introducción a la economía : Oficina Internacional del Trabajo
. --México : Alfaomega, 1991
x, 177 p.
Incluye anexo e índice
ECONOMIA - MANUALES / COSTO Y NIVEL DE VIDA / TRABAJO Y EMPRESA / POLITICA ECONOMICA /
COMERCIO EXTERIOR
ISBN: 968-6223-29-0
Existencias: G - 052532 Ej.1 G - 052533 Ej.2

GENERAL

333.716
D153p

Daly, Herman E.
Para el bien común : Herman E., Daly; John B., Cobb; tr. Eduardo L., Suárez; colab. CliffordW., Cobb
. --México : Fondo de Cultura Económica, 1993
466 p.
Obras de Economía contemporánea
Incluye referencias e índices
DESARROLLO ECONOMICO - ASPECTOS AMBIENTALES / POLITICA ECONOMICA - ASPECTOS
AMBIENTALES / DESARROLLO SOSTENIBLE
Cobb, John B.; Suárez, Eduardo L.tr.; Cobb, CliffordW.colab.
ISBN: 968-16-4123-X
Existencias: G - 052534 Ej.1

SALA DE ARTES Y HUMANIDADES

338.9
E79

¿Estados o mercados? : comps. Christopher Colclough y James Manor ; tr. Eduardo L. Suárez. -- . --México :
Fondo de Cultura Económica, 1994.
496 p. --
Colección Economía contemporánea
Incluye bibliografías e índices
NEOLIBERALISMO-PAISES EN DESARROLLO / PAISES EN DESARROLLO-CONDICIONES ECONOMICAS /
POLITICA ECONOMICA / DESARROLLO ECONOMICO
Manor, James, comp.; Suárez, Eduardo L., tr.; Colclough, Christopher, comp.
ISBN: 968-16-4226-0
Existencias: AH - 052535 Ej.1

SALA DE ARTES Y HUMANIDADES

333.714
E77g

España. Ministerio de Obras Públicas, Transporte y Medio Ambiente
Guías metodológicas para la elaboración de estudios de impacto ambiental / España. Ministerio de
Obras Públicas, Transporte y Medio Ambiente. --
. --Madrid : Centro de Publicaciones del Ministerio de Obras Públicas, 1995.
v. : il. --
Serie Monografías
Biblioteca fiene : v.1 : Carreteras y ferrocarriles. -- v.3 : Repoblaciones forestales
Incluye bibliografía anexos e índice
CONTROL AMBIENTAL-METODOLOGIA / IMPACTO AMBIENTAL / PROTECCION DEL MEDIO AMBIENTE-
METODOLOGIA / CONSTRUCCION DE FERROCARRILES -ASPECTOS AMBIENTALES / AEROPUERTOS-ASPECTOS
AMBIENTALES / CONSTRUCCION DE CARRETERAS-ASPECTOS AMBIENTALES / REFORESTACION / PRESAS-
ASPECTOS AMBIENTALES
ISBN: 84-7433-598-1 (v.1)84-7433-629-5 (v.3)

Existencias: AH - 052539 v.1 AH - 052540 v.3

GENERAL

332.6
S959u

Superintendencia de Valores

Un nuevo enfoque para el mercado de valores / Superintendencia de Valores

. --Santafé de Bogotá : Superintendencia de Valores, 1996

286 p. : il

Incluye conclusiones, bibliografía e índice

MERCADO BURSATIL - COLOMBIA - 1961-1995 / INVERSIONES DE CAPITAL - COLOMBIA / FONDOS DE
INVERSION DE CAPITAL EXTRANJERO

Existencias: G - 052557 Ej.1

GENERAL

330.9861
P964

Programa de formación económica. --Santafé de Bogotá : Fundación Friedrich Ebert de Colombia-FESCOL,
1994

v. : il

Biblioteca tiene : v.2 : El sistema económico. -- v.3 : Economía y sociedad

Incluye índices

COLOMBIA - CONDICIONES ECONOMICAS / MACROECONOMIA / POLITICA ECONOMICA / ECONOMIA
DEL TRABAJO / OFERTA Y DEMANDA / COSTOS DE PRODUCCION

ISBN: 958-9272-45-2 (O.C.)

Existencias: G - 052617 v.2 G - 052618 v.3

GENERAL

333.71
F453e

Field, Barry C.

Economía y medio ambiente / Barry C., Field; Diego, Azqueta Oyarzun; tr. Leonardo, Cano; rev.téc.

Juan Camilo, Cárdenas

. --Santafé de Bogotá : Editorial McGraw-Hill, 1996

3 v. : il

Incluye lecturas recomendadas, bibliografía e índices

ECONOMIA - ASPECTOS AMBIENTALES / ANALISIS DE COSTOS / POLITICA AMBIENTAL / POLITICA
AMBIENTAL - ESTADOS UNIDOS

Azqueta Oyarzun, Diego; Cano, Leonardotr.; Cárdenas, Juan Camilorev.téc.

ISBN: 958-600-535-6 (O.C.)

Existencias: G - 052772 v.1 G - 052773 v.2 G - 052774 v.3

GENERAL

338.521
F911t

Friedman, Milton

Teoría de los precios / Milton, Friedman; tr. José, Vergara; tr. José, Vergara de San Román

. --Barcelona : Alfaya, 1993

431 p. : il

Colección Grandes obras del pensamiento ; no. 17

Incluye apéndices e índices

MICROECONOMIA / DEMANDA (TEORIA ECONOMICA) / SALARIOS

Vergara, Josétr.; Vergara de San Román, Josétr.

ISBN: 84-487-0136-4

Existencias: G - 052815 Ej.2

GENERAL

338.9
C752c

Conklin, David W.

Comparative economic systems : objectives, decision modes, and the process of choice / David W.,

Conklin

. --New York : Cambridge University Press, 1991

vii, 417 p. : il

Incluye referencias bibliográficas e índices

SISTEMAS ECONOMICOS COMPARADOS / TOMA DE DECISIONES

ISBN: 0-521-34889-7

Existencias: G - 052906 Ej.1

GENERAL

332.6

B531p

Bernstein, Peter L.

The portable MBA in investment / Peter L., Bernstein

. --New York : John Wiley & Sons, 1995

v, 442 p. : il

Portable MBA series

Incluye referencias bibliográficas e índices

INVERSIONES / TEORIA DE PORTAFOLIO / INSTITUCIONES FINANCIERAS

ISBN: 0-471-10661-5

Existencias: G - 052918 Ej.1

GENERAL

336.19

V335c

Vásquez Franco, Gladys

La concesión administrativa de servicio público : en derecho español y colombiano / Gladys, Vásquez Franco

. --Santafé de Bogotá : Editorial Temis, 1991

xvii, 195 p.

Incluye conclusiones e índices

CONCESIONES - COLOMBIA - LEGISLACION / CONCESIONES - ESPAÑA - LEGISLACION / DERECHO ADMINISTRATIVO / CONCESIONES - ASUNTOS ECONOMICOS / SERVICIOS PUBLICOS - COLOMBIA / SERVICIOS PUBLICOS - ESPAÑA

ISBN: 84-8272-524-6

Existencias: G - 053106 Ej.1

GENERAL

332.45

J14p

Jackson, Tim

La próxima batalla / Tim, Jackson; tr. Federico, Villegas

. --Buenos Aires : Javier Vergara Editor, 1994

302 p.

Colección Business class

Incluye notas e índice

ESTADOS UNIDOS - COMERCIO EXTERIOR / EUROPA - COMERCIO EXTERIOR / JAPON - COMERCIO EXTERIOR / MERCADO DE EXPORTACION (JAPON) / MERCADO DE EXPORTACION (ESTADOS UNIDOS)

Villegas, Federico, tr.

ISBN: 950-15-1360-2

Existencias: G - 053324 Ej.1

GENERAL

337

K94e

Krugman, Paul R.

Economía internacional : teoría y política / Paul R., Krugman; Maurice, Obstfeld; coor. y rev. téc. Juan, Tugores Ques; tr. Joaquín, Turmo Garuz

-- 3a ed. --Madrid : Editorial McGraw-Hill, 1996

xxxiii, 962 p. : il

Incluye apéndices e índices

ECONOMIA INTERNACIONAL / COMERCIO EXTERIOR / SISTEMA MONETARIO INTERNACIONAL / POLITICA COMERCIAL / MACROECONOMIA / TIPOS DE CAMBIO

Obstfeld, Maurice; Tugores Ques, Juancoor. y rev. téc.; Turmo Garuz, Joaquíntr.

ISBN: 84-481-1616-X

Existencias: G - 053535 Ej.1 G - 053536 Ej.2 G - 053537 Ej.3

GENERAL

332.41

C758f

1997

Consuegra Higgins, José

Teoría de la inflación : el interés y los salarios / José, Consuegra Higgins

-- 6a ed. --Santafé de Bogotá : Plaza y Janés, 1997

459 p.

Colección Narrativa colombiana

Incluye bibliografía e índice

INFLACION / TEORIA ECONOMICA / SALARIOS / DINERO

Existencias: G - 053675 Ej.1 G - 053676 Ej.2 G - 053677 Ej.3

GENERAL

R

330.03

K17w

Kaplan, Steven M.

Wiley's english-spanish, spanish-english, business dictionary / Steven M., Kaplan

. --New York : John Wiley & Sons, 1996

x, 580 p.

Incluye contenido

ECONOMIA - DICCIONARIOS / NEGOCIOS - DICCIONARIOS / INGLES - DICCIONARIOS - ESPAÑOL /
ESPAÑOL - DICCIONARIOS - INGLES

ISBN: 0-471-12664-0

Existencias: G - 053746 Ej.1

GENERAL

R

338.9106

I43

Informe sobre el desarrollo mundial 1996 : de la planificación centralizada a la economía de mercado. --

Washington : Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento ; Banco Mundial, 1996

x, 275 p. : gráf. y cuadros

Incluye conclusiones, nota bibliográfica, apéndice e índice

ECONOMIA PLANIFICADA / ECONOMIA DE MERCADO / EUROPA - CONDICIONES ECONOMICAS / RUSIA
- CONDICIONES ECONOMICAS / CHINA - CONDICIONES ECONOMICAS / VIET NAM - CONDICIONES
ECONOMICAS / DESARROLLO ECONOMICO

ISBN: 0-8213-3265-1

Existencias: G - 053758 Ej.1

GENERAL

338.17373

A662p

Arango Londoño, Gilberto

Por los senderos del café : [de la gran bonanza a la peor crisis : Gilberto, Arango Londoño

. --Santafé de Bogotá : Ediciones Fondo Cultural Cafetero, 1994

326 p. : gráf. y cuadros

Incluye tabla de contenidos

CAFE - ASPECTOS ECONOMICOS - COLOMBIA - 1975-1993 / CAFE - COMERCIO - COLOMBIA - 1975-1993
/ BONANZA CAFETERA

ISBN: 958-9144-41-1

Existencias: G - 053770 Ej.1 G - 057577 Ej.2

GENERAL

338.10986

D445

Echeverri Perico, Rafael

Descentralización en el agro : el desarrollo agropecuario y rural en el marco de la descentralización y
la regionalización / Rafael, Echeverri Perico; Rafael de la, Cruz; James, Manor; Eladio, Arnalte; Ernest, Reig

. --Santafé de Bogotá : Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural ; Instituto Interamericano de
Cooperación para la Agricultura-IIICA, 1996

xi, 385 p. : il

Incluye conclusiones generales

AGRICULTURA Y ESTADO - COLOMBIA / DESCENTRALIZACION ADMINISTRATIVA - COLOMBIA /
DESARROLLO AGROPECUARIO - COLOMBIA / DESARROLLO RURAL / REFORMA AGRARIA

Cruz, Rafael de la; Manor, James; Arnalte, Eladio; Reig, Ernest

ISBN: 958-9328-07-6

Existencias: G - 053782 Ej.1 G - 053783 Ej.2

GENERAL

330.9861
A662e
1997

Arango Londoño, Gilberto

Estructura económica colombiana / Gilberto Arango Londoño. --
-- 8a ed. -- . --Santafé de Bogotá : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1997.
452 p. : il
ECONOMIA (COLOMBIA) / LEY 135 DE 1961 / LEY 60 DE 1993 / LEY 7 DE 1991 / MERCOSUR
COLOMBIA -CONDICIONES ECONOMICAS
ISBN: 958-600-638-7
Existencias: G - 053796 Ej.1 G - 054254 Ej.2 G - 054255 Ej.3 G - 054256 Ej.4

GENERAL

330.9861
K14e

Kalmanovitz, Salomón

Economía y nación : una breve historia de Colombia / Salomón, Kalmanovitz
-- 4a ed. --Santafé de Bogotá : Tercer Mundo, 1994 (impresión de 1997)
576 p. : il
Colección Académica. Historia económica
COLOMBIA - HISTORIA, 1550-1810 - ASPECTOS ECONOMICOS / AGRICULTURA - ASPECTOS
ECONOMICOS - SIGLO XIX / VIOLENCIA - ASPECTOS ECONOMICOS / ECONOMIA - SIGLOS XIX-XX /
INDUSTRIALIZACION - HISTORIA / NEOLIBERALISMO / COLOMBIA - CONDICIONES ECONOMICAS
ISBN: 958-601-544-0
Existencias: G - 053839 Ej.2

GENERAL

339.861
l61
1994

Lora Torres, Eduardo, coord.

Introducción a la macroeconomía colombiana / coord. Eduardo, Lora Torres; coord. José Antonio,
Ocampo; coord. Roberto, Steiner
-- 3a ed. rev. y act. --Santafé de Bogotá : Tercer Mundo ; Fedesarrollo, 1994 (impresión de 1996)
xii, 441 p. : il
Colección Académica. Economía colombiana
Incluye bibliografías y glosario
MACROECONOMIA / POLITICA FISCAL - COLOMBIA / COLOMBIA - POLITICA COMERCIAL / COLOMBIA -
POLITICA ECONOMICA
Ocampo, José Antoniocoord.; Steiner, Robertocoord.
ISBN: 958-601-467-3
Existencias: G - 053841 Ej.5

GENERAL

330.9
l29e

Illera Dulce, Luis Eduardo

Estrategias del cambio económico siglo XX / Luis Eduardo, Illera Dulce
. --Santafé de Bogotá : Fundación Konrad Lorenz ; Corporación para el Avance de las Ciencias
Económicas, 1993
vii, 304 p. : tablas
Incluye bibliografía e índice
PAISES DESARROLLADOS - SIGLO XX / CRISIS ECONOMICA - SIGLO XX / POLITICA ECONOMICA - SIGLO
XX
Existencias: G - 053844 Ej.1 G - 063968 Ej.2

GENERAL

330.07
Z89c

Zorrilla Arena, Santiago

Cómo aprender economía : conceptos básicos / Santiago, Zorrilla Arena
. --México : Editorial Limusa ; Grupo Noriega Editores, 1996
232 p. : il

Incluye ejercicios en cada capítulo y bibliografía
ECONOMIA - ESTUDIO Y ENSEÑANZA / PENSAMIENTO ECONOMICO - HISTORIA / PRODUCCION (TEORIA ECONOMICA) / DEMANDA (TEORIA ECONOMICA) / POLITICA FISCAL / ECONOMIA INTERNACIONAL
ISBN: 968-18-1612-9

Existencias: G - 053853 Ej.1

GENERAL

337
161

Keohane, Robert O., ed.

Internationalization and domestic politics / ed. Robert O., Keohane; ed. Helen V., Milner
. --Cambridge, Mass. : Cambridge University Press, 1996
x, 308 p.

Cambridge Studies in comparative politics

Incluye referencias bibliográficas e índice

ECONOMIA INTERNACIONAL / POLITICA MUNDIAL - 1989- / GOBIERNO COMPARADO

Milner, Helen V., ed.

ISBN: 0-521-56264-3

Existencias: G - 054046 Ej.1

GENERAL

333.7140973
O78e

Ortolano, Leonard

Environmental regulation and impact assessment / Leonard, Ortolano

. --New York, N.Y. : John Wiley & Sons, 1997

xv, 604 p. : il

Incluye referencias bibliográficas e índice

IMPACTO AMBIENTAL - ANALISIS - ESTADOS UNIDOS / CONTROL AMBIENTAL - ESTADOS UNIDOS /

POLITICA AMBIENTAL - ESTADOS UNIDOS - ESTUDIO DE CASOS

ISBN: 0-471-31004-2

Existencias: G - 054174 Ej.1

GENERAL

330.122
T542f

Thurow, Lester C.

El futuro del capitalismo : [cómo la economía de hoy determina el mundo del mañana] / Lester C.,

Thurow; tr. Federico, Villegas

. --Buenos Aires : Javier Vergara Editor, 1996

380 p.

Incluye notas e índice

CAPITALISMO / PRONOSTICO DE LA ECONOMIA

Villegas, Federico, tr.

ISBN: 950-15-1648-2

Existencias: G - 054217 Ej.1

GENERAL

333.72
D278

Carrera de la Torre, Luis

De una tierra -- a un mundo : seguimiento a los acuerdos de Río 92 / Luis, Carrera de la Torre; Norbert, Hackenberg; Patricio, Gross; Jaime, Muñoz-Reyes; ed. César A., Quiroz Peralta

. --Santafé de Bogotá : Secretaría Ejecutiva del Convenio Andrés Bello-SECAB ; Konrad Adenauer Stiftung-KAS ; Centro Ambiental Latinoamericano de Estudios Integrados para el Desarrollo Sostenible-CALEIDOS, 1994

219 p. : cuadros

Serie SECAB/KAS. Ciencia y tecnología; no.36

Incluye glosario, bibliografías, conclusiones, recomendaciones y anexos

DESARROLLO SOSTENIBLE / POLITICA AMBIENTAL - AMERICA LATINA / PROTECCION DEL MEDIO AMBIENTE - COOPERACION INTERNACIONAL / PROTECCION DEL MEDIO AMBIENTE - AMERICA LATINA / ACUERDOS DE RIO'92

Hackenberg, Norbert; Gross, Patricio; Muñoz-Reyes, Jaime; Quiroz Peralta, César A.ed.

ISBN: 958-9206-48-4

Existencias: G - 054306 Rj.1 G - 054307 Ej.2 G - 056115 Ej.3

SALA DE ARTES Y HUMANIDADES

332.041
N945d

Novoa Galán, Raúl

Derecho del mercado de capitales / Raúl Novoa Galán ; Gabriela Novoa Muñoz. --

. --Santiago : Editorial Jurídica de Chile, 1995.

197 p.

Incluye epílogo y bibliografía

MERCADO FINANCIERO-LEGISLACION / MERCADEO-ASUNTOS ECONOMICOS / SOCIEDADES ANONIMAS

Novoa Muñoz, Gabriela

ISBN: 956-10-1101-8

Existencias: AH - 054320 Ej.1

SALA DE ARTES Y HUMANIDADES

337.1
S471i

Seminario de Prospectiva Internacional (1° : 1993 nov. 4-5 : Santafé de Bogotá)

Integración, desarrollo económico y competitividad / comp. Jaime Acosta Puertas. --

. --[Santafé de Bogotá?] : Centro Regional de Estudios de Tercer Mundo-CRESET, 1994

232 p. : il., tablas

En la portada : Ministerio de Comercio Exterior, Corporación Andina de Fomento-CAF, Ministerio de Desarrollo, Embajada de España, Colciencias, IFI, Fundación Santillana, Comisión Suramericana de Paz

Incluye índice

PROSPECTIVA EN ECONOMIA-CONGRESOS, CONFERENCIAS, ETC. / PRONOSTICO DE LA ECONOMIA - CONGRESOS, CONFERENCIAS, ETC. / COMPETITIVIDAD

AMERICA LATINA-INTEGRACION ECONOMICA

Acosta Puertas, Jaime , comp.

Existencias: AH - 054321 Ej.1

SALA DE ARTES Y HUMANIDADES

338.9
S471d

Seminario de Prospectiva Internacional (2° : 1994 jul. 14-15 : Santafé de Bogotá)

Desarrollo endógeno : comercio, cambio técnico e inversión extranjera directa / comp. Jaime Acosta Puertas. --

. --[Santafé de Bogotá?] : Centro Regional de Estudios del Tercer Mundo-CRESET, 1995

415 p. : il., cuadros.

En la portada : FONADE, Colciencias, Corpes de Occidente, COLPECC, Fundación Santillana para Iberoamérica. --

Incluye índice

PROSPECTIVA EN ECONOMIA-CONGRESOS, CONFERENCIAS, ETC. / POLITICA COMERCIAL-CONGRESOS, CONFERENCIAS, ETC. / POLITICA INDUSTRIAL-CONGRESOS, CONFERENCIAS, ETC. / INVERSIONES EXTRANJERAS -CONGRESOS, CONFERENCIAS, ETC. / COMPETITIVIDAD / DESARROLLO CIENTIFICO Y TECNOLOGICO - CONGRESOS, CONFERENCIAS, ETC. / ECONOMIA INTERNACIONAL

EUROPA-POLITICA ECONOMICA

Acosta Puertas, Jaime , comp.

Existencias: AH - 054323 Ej.1

GENERAL

330.9861
A641p

La apertura económica en Colombia : agenda de un proceso. --Santafé de Bogotá : Cámara de Comercio de Bogotá, 1993

xxi, 340 p. : il., cuadros

Compilación y análisis de la Cámara de Comercio de Bogotá

Incluye bibliografía

APERTURA ECONOMICA - COLOMBIA / COMERCIO EXTERIOR / POLITICA CAMBIARIA / SISTEMA FINANCIERO EN COLOMBIA / INVERSIONES EXTRANJERAS

ISBN: 958-9113-52-4

Existencias: G - 054334 Ej.1 G - 054335 Ej.2 G - 054336 Ej.3

SALA DE ARTES Y HUMANIDADES

338.060861

C912

El crecimiento de la productividad en Colombia : resultados del Estudio Nacional sobre Determinantes del Crecimiento de la Productividad / coord. Ricardo Chica. -- . --[Santafé de Bogotá?] : Departamento Nacional de Planeación ; Colciencias ; FONADE, 1996.

xv, 518 p. : il., cuadros.

Incluye bibliografías, anexo, conclusiones y recomendaciones

PRODUCTIVIDAD DE CAPITAL-COLOMBIA / PRODUCTIVIDAD INDUSTRIAL-COLOMBIA / PRODUCTIVIDAD AGRICOLA-COLOMBIA / AUMENTO DE LA PRODUCCION COLOMBIA-POLITICA ECONOMICA

Chica, Ricardo, coord.

ISBN: 958-96047-0-6

Existencias: AH - 054350 Ej.1

GENERAL

338.914508

M678n

Missoni, Eduardo

Nunca aceptes carabelas de desconocidos / Eduardo, Missoni; María Inés, Bussi

. --Santafé de Bogotá : ECOE Ediciones, 1993

300 p. : il

Incluye conclusiones y anexos

ASISTENCIA ECONOMICA - ITALIA / ASISTENCIA ECONOMICA A LA AMERICA LATINA / AMERICA LATINA - RELACIONES CON ITALIA / ITALIA - RELACIONES CON AMERICA LATINA / LEY 38 DE 1979 / LEY 73 DE 1985 / LEY 49 DE 1987

Bussi, María Inés

ISBN: 958-648-057-7

Existencias: G - 054598 Ej.1 G - 063327 Ej.2 G - 063328 Ej.3

GENERAL

330.126

D559p

Diego, Enrique de

Privatizar las mentes : por un contrato con España / Enrique de, Diego

. --Barcelona : EIUNSA, 1996

209 p.

Incluye índices

EDUCACION Y ESTADO - ESPAÑA / CULTURA Y ESTADO - ESPAÑA / INTERVENCION DEL ESTADO - ESPAÑA

ISBN: 84-87155-62-6

Existencias: G - 054652 Ej.1

GENERAL

333.714

C229e

Canter, Larry W.

Environmental impact assessment / Larry W., Canter

-- 2nd ed. --New York, N.Y. : Editorial McGraw-Hill, 1996

xx, 660 p. : il., tablas

McGraw-Hill Series in water resources and environmental engineering

Incluye referencias bibliográficas e índice

IMPACTO AMBIENTAL - ANALISIS / CONTROL AMBIENTAL / POLITICA AMBIENTAL

ISBN: 0-007-009767-4

Existencias: G - 054702 Ej.1

GENERAL

333.79

R165e

Ramage, Janet

Energy : a guidebook / Janet, Ramage

-- 2nd ed. --Oxford : Oxford University Press, 1997

xx, 394 p. : il., tablas

Incluye referencias bibliográficas e índice

RECURSOS ENERGETICOS / ENERGIA MECANICA

ISBN: 0-19-288022-5

Existencias: G - 054750 Ej.1

GENERAL

330.9861

R894p Ruan Ruan, Fernando

ProColombia : una esperanza, un destino / Fernando, Ruan Ruan

. --Santafé de Bogotá : Editorial Nomos, 1997

399 p. : cuadros

Incluye conclusiones, apéndice y bibliografía

COLOMBIA - DESCRIPCION / PROBLEMAS SOCIALES - COLOMBIA / PROPUESTAS DE DESARROLLO

SOCIOECONOMICO - COLOMBIA / DESARROLLO ECONOMICO - COLOMBIA

ISBN: 958-33-0557-X

Existencias: G - 054870 Ej.1

GENERAL

330

J37v

Jaramillo, Mario

Vademecum de economía política / Mario, Jaramillo

. --Santafé de Bogotá : Institución Universitaria Sergio Arboleda, 1994

iii, 221 p. : il

Serie Major ; no.1

Incluye anexos e índices

ECONOMIA POLITICA / NEOLIBERALISMO - COLOMBIA / COLOMBIA - POLITICA ECONOMICA / SISTEMAS

ECONOMICOS / OFERTA Y DEMANDA / INFLACION / COMERCIO EXTERIOR / INTEGRACION ECONOMICA /

DESARROLLO ECONOMICO

ISBN: 958-95440-6-1

Existencias: G - 055113 Ej.1

SALA DE ARTES Y HUMANIDADES

332.11

S662f

Smith, Vera C.

Fundamentos de la banca central y de la libertad bancaria / Vera C. Smith ; tr. Juan Aguirre Fernández.

--

. --Madrid : Unión Editorial ; Ediciones Aosta, 1993.

329 p. --

Colección Nueva biblioteca de la libertad

Incluye anexo, bibliografías e índice

BANCOS CENTRALES / SISTEMAS FINANCIEROS / LAISSEZ-FAIRE / BANCOS DE EMISION

Aguirre Fernández, Juan , tr.

ISBN: 84-7209-267-4

Existencias: AH - 055162 Ej.1

SALA DE ARTES Y HUMANIDADES

330.122

Ch443r

Chamberlain, John

Las raíces del capitalismo / John Chamberlain ; tr. Julio H. Cole. --

. --Madrid : Unión Editorial, 1993.

238 p. --

Colección Nueva biblioteca de la libertad ; no. 2

Incluye epílogo e índices

CAPITALISMO - HISTORIA / TEORIA ECONOMICA / SISTEMAS ECONOMICOS

Cole, Julio H. , tr.

ISBN: 84-7209-262-3

Existencias: AH - 055164 Ej.1

GENERAL

338.5213

R785m

Röpke, Wilhelm

Más allá de la oferta y la demanda / Wilhelm, Röpke; tr. Marciano, Villanueva Salas

-- 2a ed. --Madrid : Unión Editorial, 1996

320 p.

Colección Nueva biblioteca de la libertad ; no.18

Incluye índice de nombres

OFERTA Y DEMANDA / ECONOMIA POLITICA / ECONOMIA DE MERCADO

Villanueva Salas, Marciano, tr.

ISBN: 84-7209-301-8

Existencias: G - 055165 Ej.1

GENERAL

332.401

M678t

Mises, Ludwig von

La teoría del dinero y del crédito / Ludwig von, Mises; tr. Juan Marcos de la, Fuente

. --Madrid : Unión Editorial, 1997

lxxx, 461 p.

Colección Clásicos de la libertad ; vol.1

Incluye apéndice e índices

MONEDA / CREDITO / BANCOS / SISTEMA MONETARIO INTERNACIONAL

Fuente, Juan Marcos de la, tr.

ISBN: 84-7209-313-1

Existencias: G - 055167 Ej.1

GENERAL

335.4

C161c

Callinicos, Alex

Contra el postmodernismo : una crítica marxista / Alex, Callinicos; tr. Magdalena, Holguín

. --Santafé de Bogotá : El Ancora Editores, 1993 (impresión de 1994)

327 p.

Incluye epílogo

MARXISMO - HISTORIA Y CRITICA / POST-MODERNIDAD - ENSAYOS, CONFERENCIAS, ETC. / CAPITALISMO
/ RAZON

Holguín, Magdalena, tr.

ISBN: 958-9012-86-8

Existencias: G - 055168 Ej.1

GENERAL

330.1

H431e

Hazlitt, Henry

La economía en una lección / Henry, Hazlitt

-- 4a ed. --Madrid : Unión Editorial, 1996

221 p.

Colección Nueva biblioteca de la libertad ; no.19

ECONOMIA (TEORIAS) / POLITICA ECONOMICA

ISBN: 84-7209-307-7

Existencias: G - 055169 Ej.1

SALA DE ARTES Y HUMANIDADES

332.46

H417n

Hayek, Friedrich August von

El nacionalismo monetario y la estabilidad internacional / Friedrich August von Hayek ; vers. esp. José Antonio de Aguirre. --

. --Madrid : Unión Editorial, 1996.

176 p. --

Colección Nueva biblioteca de la libertad ; no. 15

Incluye apéndice

POLITICA MONETARIA / MOVIMIENTO DE CAPITALES / CUESTION MONETARIA / NACIONALISMO

Aguirre, José Antonio de , vers. esp.

ISBN: 84-7209-298-4

Existencias: AH - 055178 Ej.1

GENERAL

338.9

D965p

Dürr, Ernst

Política económica / Ernst, Dürr; Mónica, Escher

. --Madrid : Unión Editorial, 1997

371 p. : il

POLITICA ECONOMICA / MICROECONOMIA / MACROECONOMIA / CRECIMIENTO ECONOMICO /
POLITICA SOCIAL / INTEGRACION ECONOMICA INTERNACIONAL

Escher, Mónica
ISBN: 84-7209-312-3
Existencias: G - 055181 Ej.1

GENERAL

338.9
H887e

Huerta de Soto, Jesús
Estudios de economía política / Jesús, Huerta de Soto
. --Madrid : Unión Editorial, 1994
342 p.
Colección Nueva biblioteca de la libertad ; no.8
Incluye índice
ECONOMIA POLITICA / ESCUELA AUSTRIACA DE ECONOMIA / CICLOS ECONOMICOS
ISBN: 84-7209-282-8
Existencias: G - 055182 Ej.1

GENERAL

330.122
C244

Hayek, Friedrich August von
El capitalismo y los historiadores / Friedrich August von, Hayek; T. S., Ashton; L.M., Hacker; Bertrand de, Jouvanel
. -- 2a ed. --Madrid : Unión Editorial, 1997
203 p. : cuadros
Colección Nueva biblioteca de la libertad ; no.21
CAPITALISMO / EUROPA - VIDA INTELLECTUAL / COSTO Y NIVEL DE VIDA - INGLATERRA - 1800-1850 / TRABAJO Y TRABAJADORES - SIGLO XIX
Ashton, T. S.; Hacker, L.M.; Jouvanel, Bertrand de
ISBN: 84-7209-311-5
Existencias: G - 055186 Ej.1

GENERAL

330.1
C962f

Cubeddu, Raimondo
La filosofía de la escuela austriaca / Raimondo, Cubeddu; tr. Juan Marcos de la, Fuente
. --Madrid : Unión Editorial, 1997
350 p.
Colección Nueva biblioteca de la libertad ; no.20
Incluye bibliografía e índice
ESCUELA AUSTRIACA DE ECONOMIA / FILOSOFIA DE LA ECONOMIA / SOCIALISMO / TOTALITARISMO / DEMOCRACIA / LIBERALISMO
Fuente, Juan Marcos de la, tr.
ISBN: 84-7209-309-3
Existencias: G - 055187 Ej.1

SALA DE ARTES Y HUMANIDADES

338.9
V645f

Victoria Wilches, Pablo Eduardo
Fundamentos del desarrollo económico : inteligencia vs. capital / Pablo Eduardo Victoria Wilches. --
. -- 2a ed. -- . --Santafé de Bogotá : Cámara de Representantes, 1996.
183 p. : il.
Incluye apéndice y bibliografía
ECONOMIA / DESARROLLO ECONOMIA-FUNDAMENTOS / POLITICA ECONOMICA / INTELIGENCIA / CAPITAL
Existencias: AH - 055196 Ej.1

GENERAL

333.72
M489

Goodland, Robert, ed.
Medio ambiente y desarrollo sostenible : más allá del Informe Brundtland / ed. Robert, Goodland; ed. Herman E., Daly; ed. Salah, El Serafy; ed. Bernd von, Droste; tr. Carlos, Martín; tr. Carmen, González
. --Madrid : Editorial Trotta, 1997

133 p. : il., tablas
Colección Estructuras y procesos. Serie Medio ambiente
Incluye referencias bibliográficas e índice
DESARROLLO SOSTENIBLE / HOMBRE - INFLUENCIA DEL MEDIO / ECONOMIA - ASPECTOS AMBIENTALES
Daly, Herman E.ed.; El Serafy, Salahed.; Droste, Bernd voned.; Marín, Carlostr.; González, Carmentr.
ISBN: 84-8164-157-X
Existencias: G - 055197 Ej.1 G - 055198 Ej.2 G - 055199 Ej.3 G - 059036 Ej.4

GENERAL

338.9861
V182g

Vallejo Vélez, Juan Camilo
Los grupos de interés económico : alternativa jurídica para afrontar los nuevos retos económicos;
fundamentos teóricos y prácticos / Juan Camilo, Vallejo Vélez; Angela María, Restrepo Restrepo
. --Medellín : Biblioteca Jurídica Díké, 1993
240 p.
Incluye conclusiones, anexo y bibliografía
APERTURA ECONOMICA - COLOMBIA / TRUSTS INDUSTRIALES / EMPRESAS TRANSNACIONALES /
COLOMBIA - POLITICA ECONOMICA / DERECHO ECONOMICO / GRUPOS DE INTERESES
Restrepo Restrepo, Angela María
ISBN: 958-9276-44-X
Existencias: G - 055218 Ej.1

GENERAL

331.117
K82d

Konz, Stephan
Diseño de sistemas trabajo / Stephan, Konz; tr. Ricardo, Calvet Pérez; rev. Enrique, Glaván Arévalo
. --México : Editorial Limusa, 1996
673 p. : il., tablas
Incluye índice
SOCIEDAD INDUSTRIAL / PRODUCTIVIDAD DEL TRABAJO / AMBIENTE DE TRABAJO / DISEÑO DE SISTEMAS
DE TRABAJO
Calvet Pérez, Ricardotr.; Glaván Arévalo, Enriquerev.
ISBN: 968-18-1653-6
Existencias: G - 055223 Ej.1 G - 055224 Ej.2

SALA DE ARTES Y HUMANIDADES

332.1
D479

Los determinantes de la tasa de cambio real en Colombia / coord. Santiago Montenegro. -- . --Santafé de
Bogotá : Ediciones Uniandes, 1997.
xv, 149 p. : il., cuadros. --
Colección Biblioclase. Debates ; no. 1
Incluye bibliografías
CAMBIO EXTERIOR-COLOMBIA / CUESTION MONETARIA-COLOMBIA / TIPOS DE CAMBIO
Montenegro, Santiago, coord.
ISBN: 958-9057-82-9
Existencias: AH - 055321 Ej.1

GENERAL

333.72
F528

Pichot, Françoise, vers. esp.
La fiscalidad y el medio ambiente : políticas complementarias / vers. esp. Françoise, Pichot; vers. esp.
José Ramón, Rapado
. --Madrid : Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos-OCDE ; Mundiprensa, 1994
117 p.
POLITICA AMBIENTAL - ASPECTOS ECONOMICOS / PROTECCION DEL MEDIO AMBIENTE - IMPUESTOS /
CONTROL AMBIENTAL
Rapado, José Ramón, vers. esp.
ISBN: 84-7114-462-X
Existencias: G - 055351 Ej.1

GENERAL

337.109861

Z93h Zuleta, Luis Alberto

Hacia la integración financiera : temas de negociación de Colombia / Luis Alberto, Zuleta; Martín, Maurer
. --Santafé de Bogotá : Asociación Bancaria de Colombia, 1992
114 p. : il
Incluye anexos y bibliografía
FINANZAS - COLOMBIA / NEGOCIACION - COLOMBIA / INTEGRACION ECONOMICA INTERNACIONAL / INTEGRACION ECONOMICA EUROPEA / COLOMBIA - INTEGRACION ECONOMICA
Maurer, Martín
ISBN: 958-9040-20-9
Existencias: G - 055361 Ej.1 G - 055362 Ej.2 G - 055363 Ej.3 G - 055364 Ej.4

GENERAL

338.91

L864m

López Suárez, Pedro A.

Mercados financieros / Pedro A., López Suárez; José, Alvarez Cobelas; José Antonio, Novo Peteiro; coord. Antonio, Grandío Dopico
. --Madrid : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1997
xvi, 444 p. : il., cuadros
Incluye apéndice y bibliografías
MERCADO FINANCIERO / CAPITALISMO / MERCADO FINANCIERO INTERNACIONAL / COMPETENCIA ECONOMICA INTERNACIONAL / INTEGRACION ECONOMICA INTERNACIONAL
Alvarez Cobelas, José; Novo Peteiro, José Antonio; Grandío Dopico, Antoniocoord.
ISBN: 84-481-1246-6
Existencias: G - 055368 Ej.1 G - 055369 Ej.2 G - 055370 Ej.3

GENERAL

R

338.9106

I43

Informe sobre el desarrollo mundial 1997 : el estado en un mundo en transformación. --Washington, Wash. : Banco Mundial, 1997
viii, 292 p. : il., cuadros
Incluye Indicadores seleccionados del desarrollo mundial, apéndice y notas bibliográficas
DESARROLLO ECONOMICO / ESTADO / POLITICA INDUSTRIAL / INDICADORES FINANCIEROS
ISBN: 0-8213-3770-X
Existencias: G - 055400 Ej.1

GENERAL

R

338.9106

I43

Informe sobre el desarrollo mundial 1990. --Washington, Wash. : Banco Mundial, 1990
xii, 284 p. : il., mapas, tablas
Incluye apéndice, nota bibliográfica e índices
DESARROLLO ECONOMICO / INDICADORES ECONOMICOS / POLITICA ECONOMICA / POBREZA / POBRES - ASPECTOS SOCIALES
ISBN: 0-8213-1505-6
Existencias: G - 037143 Ej.1

GENERAL

330.9861

F981e

Fundación para la Educación Superior y el Desarrollo-FEDESARROLLO
La economía colombiana : características estructurales, reformas recientes y perspectivas de mediano plazo / Fundación para la Educación Superior y el Desarrollo-FEDESARROLLO
. --Santafé de Bogotá : FEDESARROLLO ; Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, 1995
124 p. : il
El estudio fue redactado y publicado en inglés, con motivo de la 2ª Reunión Conjunta de el Comité Empresarial Colombo-Japonés KEIDANREN llevada a cabo el 22 y 23 de Marzo de 1995. Traducción de FEDESARROLLO
COLOMBIA - CONDICIONES ECONOMICAS / TRATADOS COMERCIALES - COLOMBIA / INVERSIONES

EXTRANJERAS - COLOMBIA

Existencias: G - 055427 Ej.1

GENERAL

338.9186104

D346c

Delegación de la Comisión Europea

Cooperación de la comunidad europea y sus países miembros con Colombia en 1991 / Delegación de la Comisión Europea

. --Santafé de Bogotá : Comunidad Europea, 1994

422 p. : il., tablas

COLOMBIA - RELACIONES CON LA COMUNIDAD ECONOMICA EUROPEA / ASISTENCIA ECONOMICA DE LA COMUNIDAD ECONOMICA EUROPEA - COLOMBIA / COMUNIDAD EUROPEA

Existencias: G - 055428 Ej.1

GENERAL

330.9

M777c

Montenegro García, Alvaro

Comentarios sobre los planes nacionales de desarrollo y el salto social / Alvaro, Montenegro García

. --Santafé de Bogotá : Universidad de los Andes. Centro de Estudios sobre Desarrollo Económico-CEDE,

1995

62 p.

Serie Documentos CEDE 95-09

Incluye Ley 152/94

PLANES DE DESARROLLO - COLOMBIA / COLOMBIA - POLITICA ECONOMICA - 1994-1998

Existencias: G - 055429 Ej.1

GENERAL

333.16

W742i

Willums, Jan-Olaf

Ideas hechas realidad : desarrollo empresarial sostenible, el reverdecimiento empresarial en 1992 ; informe de la Cámara de Comercio Internacional / Jan-Olaf, Willums; Ulrich, Golücke; tr. Sergio, Bolaños Cuéllar. --

. --Oslo : Cámara de Comercio Internacional-ICC ; Ad Notam Gyldental, 1995

383 p. : il. --

ICC Publication. Medio Ambiente ; no.504

Incluye índice y glosario

DESARROLLO SOSTENIBLE / CONSERVACION DE LOS RECURSOS NATURALES / HOMBRE-INFLUENCIA SOBRE LA NATURALEZA / PROTECCION DEL MEDIO AMBIENTE

Golücke, Ulrich; Bolaños Cuéllar, Sergio, tr.

ISBN: 9113-53-2

Existencias: G - 055487 Ej.1 G - 067175 Ej.2 G - 067176 Ej.3 G - 067177 Ej.4

GENERAL

332.642

R131b

Radresa, Emilio

Bolsas y contratos bursátiles / Emilio, Radresa

. --Buenos Aires : Depalma, 1995

573 p.

Incluye índices

BOLSA DE VALORES - ARGENTINA / MERCADO DE VALORES - ARGENTINA / FONDOS COMUNES DE INVERSION - ARGENTINA / INVERSIONES - ARGENTINA

ISBN: 950-14-0821-3

Existencias: G - 055497 Ej.1

GENERAL

332.4972

B734d

Borja Martínez, Francisco

Derecho monetario / Francisco, Borja Martínez

. --México : Universidad Nacional Autónoma de México. Instituto de Investigaciones Jurídicas ;

McGraw-Hill, 1997

54 p.

Colección Panorama del derecho mexicano. Serie A : Fuentes, b) Textos y estudios legislativos ; no.97

Incluye bibliografía
DERECHO MONETARIO - MEXICO / MONEDA - MEXICO
ISBN: 970-10-1387-5
Existencias: G - 055507 Ej.1

GENERAL

330.1543
B642i
1992

Blank, Leland T.
Ingeniería económica / Leland T., Blank; Anthony J., Tarquin; tr. Carlos Freddy, Mendoza B.; rev. téc.
Marco Fidel, Castillo
-- 3a ed. --México : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1992
xiv, 546 p. : il., tablas
Incluye apéndices, bibliografía e índice
ECONOMIA INDUSTRIAL / MATEMATICAS PARA INGENIEROS
Tarquin, Anthony J.; Mendoza B., Carlos Freddytr.; Castillo, Marco Fidelrev. téc.
ISBN: 970-10-0076-5
Existencias: G - 055574 Ej.1 G - 055575 Ej.2

GENERAL

336.0983
C314m

Carrera Raya, Francisco José
Manual de derecho financiero / Francisco José, Carrera Raya
. --Madrid : Tecnos, 1993 (impresión de 1994)
3 v.
Biblioteca Universitaria de Editorial Tecnos
Cpn. : v.1 : Derecho financiero y teoría de los ingresos públicos. -- v.2 : Derecho tributario. -- v.3 :
Derecho presupuestario
Incluye bibliografías
DERECHO FINANCIERO - MANUALES / INGRESOS PUBLICOS / DERECHO FISCAL / PRESUPUESTO -
LEGISLACION
ISBN: 84-309-2361-6 (O.C.)
Existencias: G - 055586 v.1 G - 055587 v.2 G - 055588 v.3

GENERAL

332.673
P936w

Prestbo, John A.
The Wall Street journal book of international investing : everything you need to know about investing in
foreign markets / John A., Prestbo; Douglas R., Sease
. --New York, N.Y. : Hyperion ; Dow Jones & Company, 1997
330 p. : il
Incluye índice
INVERSIONES EXTRANJERAS / INVERSIONES
Sease, Douglas R.
ISBN: 0-7868-6092-8
Existencias: G - 055642 Ej.1

GENERAL

336.2714
P723i

Plazas Vega, Mauricio Alfredo
El impuesto sobre el valor agregado IVA / Mauricio Alfredo, Plazas Vega
-- 2a ed. --Santafé de Bogotá : Editorial Temis, 1998
xlvii, 1024 p.
Incluye bibliografía e índices
IMPUESTOS / IVA / VALOR AGREGADO
ISBN: 958-35-0175-1
Existencias: G - 055663 Ej.1

GENERAL

332.6
V293ep

Varela Villegas, Rodrigo

Evaluación económica de proyectos de inversión / Rodrigo, Varela Villegas
-- 6a ed. --Santafé de Bogotá : Grupo Editorial Iberoamérica de Colombia, 1997
xiv, 604 p. : il., tablas
Incluye apéndices, bibliografía, respuestas a problemas e índice
ANALISIS ECONOMICO EN INVERSIONES / ECONOMIA INDUSTRIAL / EVALUACION DE PROYECTOS EN
ECONOMIA / EVALUACION ECONOMICA
ISBN: 958-95677-11
Existencias: G - 055828 Ej.1 G - 055829 Ej.2

GENERAL

R
338.5443
P467e

Perspectivas de la economía mundial : estudio elaborado por los funcionarios del Fondo Monetario
Internacional Mayo de 1997. --Washington, Wash. : Fondo Monetario Internacional, 1997
xi, 221 p. : il., cuadros
Colección Estudios económicos y financieros
Incluye anexos, apéndices e índice
ECONOMIA - HISTORIA / POLITICA MUNDIAL / POLITICA ECONOMICA / INTEGRACION ECONOMICA
ISBN: 1-55775-650-3
Existencias: G - 055868 Ej.1

GENERAL

R
338.003
K45g

Khemani, R.S.
Glosario de economía industrial y derecho de la competencia / R.S., Khemani
. --Madrid : Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos-OCDE ; Ediciones Mundi-Prensa,
1995
96 p.
ECONOMIA INDUSTRIAL - GLOSARIOS, VOCABULARIOS, ETC. / COMPETENCIA ECONOMICA -
GLOSARIOS, VOCABULARIOS, ETC.
ISBN: 84-7114-531-6
Existencias: G - 055891 Ej.1

GENERAL

332.82
l61

Mehran, Hassanali, ed.
Interest rate liberalization and money market development : selected country experiences / ed.
Hassanali, Mehran; ed. Bernard, Laurens; ed. Marc, Quintyn
. --Washington, Wash. : International Monetary Fund, 1996
viii, 161 p. : il., tablas
INTERESES - CONGRESOS, CONFERENCIAS, ETC. / MERCADO MONETARIO - CONGRESOS,
CONFERENCIAS, ETC. / CAPITAL / POLITICA MONETARIA / VALORES INDUSTRIALES
Laurens, Bernarded.; Quintyn, Marced.
ISBN: 1-55775-563-9
Existencias: G - 055892 Ej.1

GENERAL

332.673
P961

Private capital flows to developing countries : the road to financial integration. --New York, N.Y. : The World
Bank ; Oxford University Press, 1997
xvii, 406 p. : il., tablas
Incluye referencias bibliográficas
INVERSIONES EXTRANJERAS / MOVIMIENTO DE CAPITALES
ISBN: 0-19-521116-2
Existencias: G - 056095 Ej.1

GENERAL

330.1
S559a

Shoven, John B.

Applying general equilibrium / John B., Shoven; John, Whalley
. --New York : Cambridge University Press, 1992 (impresión de 1995)
299 p. : il.

Cambridge Surveys of economic literature

Incluye referencias e índice

ECONOMIA / EQUILIBRIO (ECONOMIA) / TEORIA DEL EQUILIBRIO GENERAL (ECONOMIA)

Whalley, John

ISBN: 0-521-31986-2

Existencias: G - 056806 Ej.1

GENERAL

331.118

P327u

Pauli, Gunter

Upsizing : ciencia generativa más ingresos, más empleo y cero contaminación / Gunter, Pauli; tr. Juan Carlos, Bernal Quintero

. --Manizales : Instituto Zeri ; Universidad de Manizales, 1997

220 p.

Incluye anexos

PRODUCTIVIDAD DEL TRABAJO / PRODUCTIVIDAD INDUSTRIAL / CONTAMINACION (ECONOMIA) / EMPLEO (TEORIA ECONOMICA)

Bernal Quintero, Juan Carlos, tr.

ISBN: 958-33-0691-6

Existencias: G - 056809 Ej.1 G - 056810 Ej.2 G - 056811 Ej.3

GENERAL

336.2

A454i

Alonso González, Luis Manuel

Los impuestos autonómicos de carácter extrafiscal / Luis Manuel, Alonso González

. --Madrid : Marcial Pons, Ediciones Jurídicas, 1995

136 p.

Incluye conclusiones, bibliografía e índice

IMPUESTOS

ISBN: 84-7248-238-3

Existencias: G - 056836 Ej.1

GENERAL

333.79

J61c

Jiménez Morales, Germán

Colombia se apaga : el caos del sector eléctrico / Germán, Jiménez Morales

. --Santafé de Bogotá : Editorial Planeta, 1996

273 p.

Colección Primera plana

Incluye índice

ENERGIA ELECTRICA - COLOMBIA / ENERGIA ELECTRICA - ASPECTOS ECONOMICOS / CONSERVACION DE LA ENERGIA ELECTRICA

ISBN: 958-614-495-X

Existencias: G - 057161 Ej.1

GENERAL

332.41

A561a

Andrés Aucejo, Eva

La actualización monetaria de valores contables / Eva, Andrés Aucejo; pról. Jordi, Sopena Gil

. --Madrid : Marcial Pons ; Ediciones Jurídicas y Sociales, 1997

323 p.

Incluye bibliografía e índice

MONEDA / INFLACION / CUESTION MONETARIA (ESPAÑA) / VALOR (ECONOMIA)

Sopena Gil, Jordi, pról.

ISBN: 84-7248-501-3

Existencias: G - 056842 Ej.1

GENERAL

330.021

K79e Kohler, Heinz

Estadística para negocios y economía / Heinz, Kohler; tr. Jorge Humberto, Romo Muñoz

-- 3a ed. en inglés, 1a ed. en español. -- México : Compañía Editorial Continental, 1996

xxxiv, 1053 p. : gráfs

Incluye aplicaciones, glosarios e índices

ESTADISTICA - APLICACIONES / ESTADISTICA DESCRIPTIVA / PROBABILIDADES / ESTADISTICA PARA

ECONOMISTAS

Romo Muñoz, Jorge Humberto, tr.

ISBN: 968-26-1294-2

Existencias: G - 057031 Ej.1

GENERAL

338.9

Ch518i

Chenery, Hollis Burnley

Industrialización y desarrollo : estudio comparativo entre países / Hollis Burnley, Chenery; Sherman,

Robinson; Moshe, Syrquin; tr. Frank Witman, Piersol; rev. téc. Félix, Vélez

. -- México : Editorial Trillas, 1991

458 p. : gráfs

Colección Temas de economía

Incluye referencias bibliográficas e índices

DESARROLLO INDUSTRIAL - ESTUDIO COMPARATIVO / INDUSTRIALIZACION - ESTUDIO COMPARATIVO /

DESARROLLO ECONOMICO

Robinson, Sherman; Syrquin, Moshe; Piersol, Frank Witman tr.; Vélez, Félix rev. téc.

ISBN: 968-24-3577-3

Existencias: G - 056970 Ej.1 G - 056971 Ej.2 G - 056972 Ej.3

GENERAL

330.015195

N935e

330.015195

N935e

Novales Cinca, Alfonso

Estadística y econometría / Alfonso, Novales Cinca

. -- Madrid : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1997

xviii, 637 p. : gráfs. + 1 disquete 3.5

Incluye ejercicios, apéndice, tablas, bibliografía e índice

ESTADISTICA - ENSEÑANZA / ECONOMETRIA - ENSEÑANZA / PROBABILIDADES

Existencias: G - 056976 Ej.1

GENERAL

338.9

R474v

Rhoads, Steven E.

Visión económica del mundo : gobierno, mercados y política pública / Steven E., Rhoads; tr. Jorge,

Mendoza Sierra; rev. téc. José María, Villalobos R.

. -- México : Editorial Trillas, 1990

363 p.

Incluye notas e índice

POLITICA ECONOMICA / ECONOMIA DE BIENESTAR / ANALISIS DE COSTOS / ECONOMIA

Mendoza Sierra, Jorge tr.; Villalobos R., José María rev. téc.

ISBN: 968-24-3760-1

Existencias: G - 056982 Ej.1 G - 056983 Ej.2 G - 056984 Ej.3

GENERAL

332

H868i

Hoyle, Ken

Principios generales de economía : su aplicación en la empresa / Ken, Hoyle; Geoffrey, Whitehead; tr.

Gabriela, Ramírez Alamo; rev. téc. Fernando, Arias Castañeda

. -- México : Editorial Trillas, 1990

377 p. : il

Incluye apéndice, preguntas e índice

ECONOMIA GERENCIAL / FINANZAS / MACROECONOMIA / MICROECONOMIA / ENTORNO

EMPRESARIAL

Whitehead, Geoffrey; Ramírez Alamo, Gabrielatr.; Arias Castañeda, Fernandorev. téc.

ISBN: 968-24-2918-8

Existencias: G - 056990 Ej.1 G - 056991 Ej.2 G - 056992 Ej.3

GENERAL

338.521

B224m

Barajas Manzano, Javier

Microeconomía intuitiva / Javier, Barajas Manzano

. --México : Editorial Trillas, 1993

331 p. : gráfs

Incluye bibliografía e índice

MICROECONOMIA / OFERTA Y DEMANDA / MONOPOLIOS / PRECIOS

ISBN: 968-24-4557-4

Existencias: G - 056993 Ej.1 G - 056994 Ej.2 G - 056995 Ej.3

GENERAL

330

M129e

McConnell, Campbell R.

Economía : principios, problemas y políticas / Campbell R., McConnell; Stanley L., Brue; tr. Gladys,

Arango Medina; rev. téc. Miguel, Rozo Durán

-- 13a ed. --Santafé de Bogotá : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1997

xxviii, 953 p. : il

Incluye respuestas, glosario, índice

ECONOMIA / POLITICA ECONOMICA / INGRESO NACIONAL / POLITICA MONETARIA /

MACROECONOMIA / MICROECONOMIA

Brue, Stanley L.; Arango Medina, Gladysr.; Rozo Durán, Miguelrev. téc.

ISBN: 958-600-640-9

Existencias: G - 057010 Ej.1 G - 057011 Ej.2 G - 057012 Ej.3

GENERAL

330.1

P438s

Pérez Adán, José

Socioeconomía / José, Pérez Adán; pról. Amitai, Etzioni

. --Madrid : Editorial Trotta, 1997

121 p. : il

Colección Estructuras y procesos. Serie socioeconomía

Incluye bibliografía e índice

ECONOMIA - ASPECTOS SOCIALES / SOCIOLOGIA - ASPECTOS ECONOMICOS / TRABAJO Y

TRABAJADORES

Etzioni, Amitai, pról.

ISBN: 84-8164-134-0

Existencias: G - 056888 Ej.1 G - 056889 Ej.2 G - 056890 Ej.3

GENERAL

330.9861

C748r

Velásquez Jácome, Douglas, ed. Conferencia Internacional de telecomunicaciones (1a : 1997 : Santafé de Bogotá)

El reto de la apertura / ed. Douglas, Velásquez Jácome; ed. Gustavo, Peña Quiñones; ed. Diego,

Molano Vega

. --Santafé de Bogotá : Comisión de Regulación de Telecomunicaciones, 1997

820 p. : il

Con.: El reto de la apertura -- Servicio universal y telefonía social -- Desarrollo tecnológico y nuevos mercados -- Competencia en Colombia -- Experiencia internacional en la apertura

Incluye índice

APERTURA ECONOMICA / TELECOMUNICACIONES - ASPECTOS SOCIALES - COLOMBIA / PRIVATIZACION / TELECOMUNICACIONES - CONGRESOS, CONFERENCIAS, ETC. / INTERNET / TELECOM

Peña Quiñones, Gustavoed.; Molano Vega, Diegoed.

Existencias: G - 056931 Ej.1

GENERAL

338.9

C146p

Calderón Rivera, Camilo

Planeación estatal y presupuesto público : niveles nacional, departamental y municipal / Camilo, Calderón Rivera

. --Santafé de Bogotá : Legis, 1998

391 p.

Incluye índice y abreviaturas

PLANIFICACION ECONOMICA (COLOMBIA) - HISTORIA / POLITICA ECONOMICA / COLOMBIA - POLITICA ECONOMICA / PLANES DE DESARROLLO - COLOMBIA / PLANIFICACION (COLOMBIA) / PRESUPUESTO - COLOMBIA - HISTORIA

ISBN: 958-653-134-1

Existencias: G - 056934 Ej.1 G - 056935 Ej.2 G - 056839 Ej.3

GENERAL

333.7

P964

Programa Colombia : cooperación internacional para el medio ambiente, programas y proyectos. -- Santafé de Bogotá : [s.n.], 1992

v.

Esta publicación ha sido realizada con el auspicio de la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia

Incluye índice

MEDIO AMBIENTE - PROGRAMAS / PROYECTOS AMBIENTALES

Existencias: G - 056937 v.1 G - 056938 v.2

GENERAL

335

B576m

Biagini, Antonello

Medio siglo de socialismo real / Antonello, Biagini; Francesco, Guida; tr. Francisco J., Ramos

. --Barcelona : Editorial Ariel, 1996

237 p.

Incluye índice y bibliografía

SOCIALISMO - HISTORIA / SOCIALISMO EN EUROPA / FORMAS DE GOBIERNO

Guida, Francesco; Ramos, Francisco J.tr.

ISBN: 84-344-6579-5

Existencias: G - 056949 Ej.1

SALA DE PROFESORES

330.9

S161e

Salcedo Megales, Damián

Elección social y desigualdad económica / Damián Salcedo Megales. --

. --Barcelona : Editorial Anthropos ; Universidad Autónoma Metropolitana (México), 1994.

280 p. --

Colección Autores, textos y temas. Ciencias sociales ; no. 5

Incluye bibliografía e índices

ECONOMIA-ASPECTOS SOCIALES / EQUILIBRIO SOCIAL / FILOSOFIA POLITICA

ISBN: 84-7658-426-1

Existencias: SP - 057062 Ej.1

GENERAL

335.5

S311s

Scharpf, Fritz W.

Socialdemocracia y crisis económica en Europa : la política socialdemócrata frente a la crisis / Fritz W.,

Scharpf; tr. Manuel, Jiménez Redondo

. --Valencia : Institució Valenciana D'Estudis I Investigació, Edicions Alfons El Magnànim, 1992

375 p. : cuadros, tablas

Colección Política y sociedad ; no.5

Incluye bibliografía

SOCIALISMO (EUROPA) / DEMOCRACIA / CRISIS ECONOMICA

Jiménez Redondo, Manuel, tr.

ISBN: 84-7822-038-0

Existencias: G - 057157 Ej.1

GENERAL

339
B898e

Bruno, Michel

La estanflación en la economía mundial / Michel, Bruno; Jeffrey D., Sachs; tr. Frank Witman, Piersol; rev. téc. Alcides José, Lasa Crespo

. --México : Editorial Trillas, 1991

324 p. : gráfs

Temas de economía

Incluye referencias bibliográficas e índices

MACROECONOMIA / DESEMPLEO / INFLACION (FINANZAS) / DESARROLLO ECONOMICO / POLITICA

MUNDIAL

Sachs, Jeffrey D.; Piersol, Frank Witmantr.; Lasa Crespo, Alcides Josérev. téc.

ISBN: 968-24-3102-6

Existencias: G - 057186 Ej.1 G - 057187 Ej.2 G - 057188 Ej.3

GENERAL

333.716
C718e

Colombia. Contraloría General de la República

El estado de los recursos naturales y del ambiente : informe 1997 / Colombia. Contraloría General de la República

. --Santafé de Bogotá : Contraloría General de la República, 1998

286 p. : il.

Incluye índice

POLITICA AMBIENTAL - COLOMBIA / CONTROL AMBIENTAL / CONSERVACION DE LOS RECURSOS

NATURALES - COLOMBIA / PLAN NACIONAL AMBIENTAL / CALIDAD DEL AGUA

Existencias: G - 023752 Ej.1 G - 023753 Ej.2

GENERAL

339.46
P739

May, Ernesto, coord.

La pobreza en Colombia : un estudio del Banco Mundial / coord. Ernesto, May

. --Santafé de Bogotá : Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento ; Banco Mundial ; Tercer

Mundo, 1996

xxxvi, 340 p. : gráfs

Incluye bibliografía e índice

POBREZA - COLOMBIA / REDUCCION DE LA POBREZA - COLOMBIA / DESARROLLO RURAL - COLOMBIA /

DESCENTRALIZACION ADMINISTRATIVA - COLOMBIA / DESARROLLO SOCIAL - COLOMBIA

ISBN: 958-601-659-5

Existencias: G - 057399 Ej.1

GENERAL

330.986153
V152e

Valencia Llano, Alonso

Empresarios y políticos en el estado soberano del Cauca : 1860-1895 / Alonso, Valencia Llano

. --Santiago de Cali : Universidad del Valle. Facultad de Humanidades, 1993

327 p. : mapa

Incluye bibliografía y fuentes e índice

COLOMBIA - HISTORIA - ESTADO SOBERANO DEL CAUCA, 1860-1895 / CAUCA (COLOMBIA) -

CONDICIONES ECONOMICAS - 1860-1895

ISBN: 958-9047-67-X

Existencias: G - 057361 Ej.1

GENERAL

336.3435
P153s

Palacio Pombo, María Mercedes

Los "Swaps" : ¿una posible solución a la deuda externa colombiana? / María Mercedes, Palacio Pombo; Carlos Arturo, Acevedo Scott

. --Santafé de Bogotá : Pontificia Universidad Javeriana. Facultad de Ciencias Jurídicas y

Socioeconómicas, 1992

140 p.
Trabajo de grado presentado como requisito para obtener el título de abogado
Incluye índice, bibliografía y anexos
DEUDA EXTERNA - (COLOMBIA) / ECONOMIA (COLOMBIA)
Acevedo Scott, Carlos Arturo
Existencias: G - 057452 Ej.1

SALA DE ARTES Y HUMANIDADES

338.9
S246f

Sarmiento Palacio, Eduardo
Fallas de mercado y motores de crecimiento económico / Eduardo Sarmiento Palacio. --
. --Santafé de Bogotá : Ediciones Uniandes ; Educar, 1993.
246 p. --
Colección Economía colombiana
Incluye índice
CRECIMIENTO ECONOMICO / INFLACION-COLOMBIA / INNOVACIONES TECNOLOGICAS / MERCADOS-
COLOMBIA / PAISES EN DESARROLLO
ISBN: 958-9057-32-2
Existencias: AH - 057453 Ej.1

GENERAL

338.91
I34

López Montaña, Cecilia
Impacto de la ayuda externa en América Latina 1972-1992 / Cecilia, López Montaña; Juan Carlos,
Ramírez J.; Fabio, Sánchez T.; coord. Martha F. de, Lynch
. --Santafé de Bogotá : FEDESARROLLO ; Tercer Mundo, 1997
294 p. : Gráfs.
Incluye índice, anexos y bibliografía
ASISTENCIA ECONOMICA (AMERICA LATINA) / PAISES EN DESARROLLO / DESARROLLO ECONOMICO
(AMERICA LATINA) / MACROECONOMIA / ASISTENCIA PUBLICA
Ramírez J., Juan Carlos; Sánchez T., Fabio; Lynch, Martha F. decoord.
ISBN: 958-601-733-8
Existencias: G - 057456 Ej.1

SALA DE ARTES Y HUMANIDADES

331.1
E55

Empleo y distribución del ingreso en América Latina : ¿hemos avanzado? / coord. Mauricio Cárdenas S. --
. --Santafé de Bogotá : Tercer Mundo ; FEDESARROLLO ; COLCIENCIAS ; CIID, 1997
xxiii, 435 p. : il., cuadros. --
Colección Académica
Incluye apéndices, bibliografías e índices
EMPLEO (TEORIA ECONOMICA) / EMPLEO (AMERICA LATINA) / INGRESO (AMERICA LATINA) / POBREZA
(AMERICA LATINA) / MERCADO DE TRABAJO
Cárdenas S., Mauricio , coord.
ISBN: 958-601-665-X
Existencias: AH - 057457 Ej.1

GENERAL

338.61
G146e

Galat Noumer, José
La empresa comunitaria : cien preguntas y respuestas / José, Galat Noumer
. --Bogotá : Universidad La Gran Colombia, 1990
70 p. : il
Colección Nueva civilización ; no.9
Incluye índice
EMPRESAS COMUNITARIAS - MANUALES - COLOMBIA / EMPRESAS PRIVADAS
Existencias: G - 057492 Ej.1

GENERAL

332.042
K51p

Kindleberger, Charles P.

Problemas históricos e interpretaciones económicas : estudios de historia financiera / Charles P., Kindleberger; tr. Jordi, Pascual
. --Barcelona : Editorial Crítica, 1993
333 p.
Colección Crítica. Historia y teoría
Incluye índices
FINANZAS INTERNACIONALES - HISTORIA / DEUDA EXTERNA / BANCOS / INDUSTRIA / CRISIS ECONOMICA
Pascual, Jordi, tr.
ISBN: 84-7423-568-5
Existencias: G - 057499 Ej.1

GENERAL

337
P769

Haggard, Stephan, comp.

La política de ajuste económico : las restricciones internacionales, los conflictos distributivos y el estado / comp. Stephan, Haggard; comp. Robert R., Kaufman; tr. Miriam, Cotes Benítez; tr. Elvira, Succar W.; ed. Martha, Cárdenas; ed. Hernán Darío, Correa
. --Bogotá : CEREC, 1994
424 p. : Cuadros, gráfs.
Serie Autores norteamericanos ; no.6
Incluye índice
POLITICA ECONOMICA INTERNACIONAL / ASISTENCIA ECONOMICA / ECONOMIA INTERNACIONAL
Kaufman, Robert R.comp.; Cotes Benítez, Miriamtr.; Succar W., Elviratr.; Cárdenas, Marthaed.; Correa, Hernán Daríoed.
ISBN: 958-9061-82-6
Existencias: G - 057508 Ej.1

GENERAL

R
333.71
C718m

Leyva, José Pablo, ed.Colombia. Ministerio del Medio Ambiente, Instituto de Hidrología, Meteorología y Estudios Ambientales

El medio ambiente en Colombia / ed. José Pablo, Leyva
. --Santafé de Bogotá : IDEAM, 1998
xv, 495 p. : il.
Incluye referencias bibliográficas e índice
MEDIO AMBIENTE - COLOMBIA / PROTECCION DEL MEDIO AMBIENTE - COLOMBIA / CONSERVACION DEL MEDIO AMBIENTE - COLOMBIA / CONTAMINACION DEL AIRE / SANEAMIENTO AMBIENTAL / ECOSISTEMAS - COLOMBIA / POLITICA AMBIENTAL - COLOMBIA
ISBN: 958-95850-94
Existencias: G - 057650 Ej.1

335
M333t

Mariátegui, José Carlos

Textos básicos / José Carlos, Mariátegui; selec. y pról. Aníbal, Quijano
. --Lima : Fondo de Cultura Económica, 1991
xvi, 404 p.
Colección Tierra firme
Incluye índice
SOCIALISMO (PERU) / SINDICALISMO - PERU / LUCHAS SOCIALES / MARIATEGUI, JUAN CARLOS - CRITICA E INTERPRETACION
Quijano, Aníbal, selec. y pról.
Existencias: P - 057572 Ej.1

GENERAL

330.9861
C718c

Colombia Presidencia de la República

<100=cien días del salto social / Colombia Presidencia de la República
. --Santafé de Bogotá : Imprenta Nacional de Colombia, 1994
85 p. : il.
Incluye índice

PLANES DE DESARROLLO - COLOMBIA / COLOMBIA - POLITICA Y GOBIERNO, 1994-1998 / COLOMBIA - POLITICA ECONOMICA / COLOMBIA - POLITICA SOCIAL

Existencias: G - 057581 Ej.1 G - 057582 Ej.2

GENERAL

338.986

R449e

Revéz, Edgar

El estado como mercado : la gobernabilidad económica y política en Colombia antes y después de 1991 / Edgar, Revéz

. --Santafé de Bogotá : FONADE ; Carlos Valencia Editores, 1997

454 p. : il.

Incluye apéndices e índices

POLITICA ECONOMICA - COLOMBIA - ENSAYOS, CONFERENCIAS, ETC / COLOMBIA - CONDICIONES ECONOMICAS - ENSAYOS, CONFERENCIAS, ETC / COLOMBIA - CONDICIONES SOCIALES - ENSAYOS, CONFERENCIAS, ETC

ISBN: 958-95974-1-6

Existencias: G - 057664 Ej.1

SALA DE PROFESORES

335.4

D473

Después de la caída : el fracaso del comunismo y el futuro del socialismo / Norberto Bobbio ... [et al.]. -- . -- Barcelona : Editorial Crítica ; Grijalbo Mondadori, 1993.

344 p. --

Serie General : no. 231

Incluye índices

COMUNISMO / SOCIALISMO / CAPITALISMO

Bobbio, Norberto; Cockburn, Alexander; Elson, Diane; Enzensberger, H. M.; Blackburn, Robin, ed.

ISBN: 84-7423-594-4

Existencias: SP - 058164 Ej.1

330.122

W375e

1995

Weber, Max

La ética protestante y el espíritu del capitalismo / Max, Weber; tr. Luis, Legaz Lacambra

-- 14a ed. --Barcelona : Península, 1995

262 p.

Historia, ciencia, sociedad ; no.47

Incluye índice

PROTESTANTISMO - ESPAÑA / CAPITALISMO / HISTORIA SOCIAL

Legaz Lacambra, Luis, tr.

ISBN: 84-297-0918-5

Existencias: P - 058165 Ej.1

GENERAL

338.5

P648m

Pindyck, Robert S.

Microeconomía / , Pindyck Robert S., Daniel L. Rubinfeld ; tr. Esther Rabasco ; rev. téc. Juan Fernández de Castro. --

-- 3a ed. -- . --Madrid : Prentice-Hall, 1995.

xxiv, 700 p. : gráf.

Incluye apéndice, glosario, respuestas e índice

MICROECONOMIA / OFERTA Y DEMANDA / COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR / MONOPOLIOS

Rubinfeld, Daniel L.; Rabasco, Esthertr.; Fernández de Castro, Juanrev. téc.

ISBN: 013-240672-1

Existencias: G - 058315 Ej.1 G - 058316 Ej.2 G -

GENERAL

R

330.0212

C733a

Comisión Económica para América Latina y el Caribe

Anuario estadístico de América Latina y el Caribe = Statistical yearbook for Latin America and the Caribbean / Comisión Económica para América Latina y el Caribe
-- Ed. de 1996. --Santiago de Chile : CEPAL - Naciones Unidas, 1997
880 p. : Cuadros
Incluye índice
DESARROLLO SOCIAL - AMERICA LATINA / DESARROLLO ECONOMICO - AMERICA LATINA / POBLACION - ESTADISTICAS - AMERICA LATINA / CUENTAS NACIONALES - ESTADISTICAS - AMERICA LATINA / BALANZA DE PAGOS - AMERICA LATINA / AMERICA LATINA - CONDICIONES ECONOMICAS - ESTADISTICAS
ISBN: 92-1-021036-0
Existencias: G - 058329 Ej.1

GENERAL

R
338.5443
P467o

Perspectivas de la economía mundial : estudio realizado por los funcionarios del Fondo Monetario Internacional, Octubre de 1998. --Washington : Fondo Monetario Internacional, 1998
ix, 274 p. : gráfs.
Colección Estudios económicos y financieros
Incluye índice
ECONOMIA - HISTORIA / CRISIS FINANCIERA / POLITICA ECONOMICA / EURO
ISBN: 1-55775-77-5
Existencias: G - 058384 Ej.1

GENERAL

R
338.5443
P467e

Perspectivas de la economía mundial : estudio realizado por los funcionarios del Fondo Monetario Internacional, Mayo de 1998. --Washington : Fondo Monetario Internacional, 1998
ix, 242 p. : gráfs.
Colección Estudios económicos y financieros
Incluye índice
ECONOMIA - HISTORIA / CRISIS FINANCIERA / POLITICA MUNDIAL / POLITICA ECONOMICA
ISBN: 1-55775-742-9
Existencias: G - 058383 Ej.1

GENERAL

330.98
B213i
1997

Banco Interamericano de Desarrollo
Informe anual 1997 / Banco Interamericano de Desarrollo
. --Washington : Bid, 1997
200 p. : il.
Incluye índice
ECONOMIA (AMERICA LATINA) / ECONOMIA INTERNACIONAL / ESTADOS FINANCIEROS / ASISTENCIA ECONOMICA
ISBN: 0538-3080
Existencias: G - 058525 Ej.1

GENERAL

336.3
L864p

López Garavito, Luis Fernando
Pensamiento económico y fiscal colombiano / Luis Fernando, López Garavito
. --Santafé de Bogotá : Universidad Externado de Colombia, 1998
499 p.
Incluye bibliografía e índice
HACIENDA PUBLICA / POLITICA FISCAL / REFORMA TRIBUTARIA / POLITICA ECONOMICA
ISBN: 958-616-335-0
Existencias: G - 058771 Ej.1 G - 062788 Ej.2

GENERAL

330.122017

K86e Koslowski, Peter

La ética del capitalismo. La moralidad del capitalismo / Peter, Koslowski; James M., Buchanan; tr., pról.

Ricardo, Fernández Crespo

. --Madrid : Ediciones Rialp, 1997

127 p.

Colección Empresa y humanismo; no.13

Incluye bibliografía

CAPITALISMO - MORAL Y ASPECTOS ETICOS / EMPRESARIOS INDUSTRIALES - ETICA PROFESIONAL / ETICA ECONOMICA

Buchanan, James M.; Fernández Crespo, Ricardo tr., pról.

ISBN: 84-321-3130-X

Existencias: G - 058896 Ej.1

GENERAL

338.9

D441

Emmerij, Louis, comp.

El desarrollo económico y social en los umbrales del siglo XXI / comp. Louis, Emmerij; comp. José,

Nuñez del Arco

. --Washington : Banco Interamericano de Desarrollo, 1998

616 p.

Incluye bibliografía

ECONOMIA / DESARROLLO ECONOMICO - ASPECTOS SOCIALES / DESARROLLO ECONOMICO (AMERICA LATINA) / DESARROLLO ECONOMICO (ASIA)

Nuñez del Arco, José, comp.

ISBN: 188693830X

Existencias: G - 059111 Ej.1

GENERAL

338.98

B213pr

1993

Banco Interamericano de Desarrollo

Progreso económico y social en América Latina informe 1993 : inversión en recursos humanos / Banco Interamericano de Desarrollo

. --Washington, D.C. : Banco Interamericano de Desarrollo, 1993

334 p. : gráfs.

Incluye índice, apéndice y referencias

ECONOMIA - AMERICA LATINA / RECURSOS HUMANOS / INVERSIONES / AMERICA LATINA - ASPECTOS SOCIOECONOMICOS

Existencias: G - 059065 Ej.1

GENERAL

338.98

B213pr

1994

Banco Interamericano de Desarrollo

Progreso económico y social en América Latina informe 1994 : descentralización fiscal : Banco Interamericano de Desarrollo

. --Washington, D.C. : Banco Interamericano de Desarrollo, 1994

290 p. : gráfs.

Incluye índice y referencias

ECONOMIA - AMERICA LATINA / AMERICA LATINA - ASPECTOS SOCIOECONOMICOS / AMERICA LATINA - MANUFACTURAS / POLITICA COMERCIAL / DESCENTRALIZACION ADMINISTRATIVA

ISBN: 0-940602-89-X

Existencias: G - 059066 Ej.1

GENERAL

338.98

B213pr

1995

Banco Interamericano de Desarrollo

Progreso económico y social en América Latina informe 1995 : hacia una economía menos volátil / Banco Interamericano de Desarrollo

. --Washington, D.C. : Banco Interamericano de Desarrollo, 1995

319 p. : gráfs.
Incluye índice y referencias
ECONOMIA - AMERICA LATINA / AMERICA LATINA - ASPECTOS SOCIOECONOMICOS / AMERICA LATINA
- MANUFACTURAS / POLITICA COMERCIAL
ISBN: 1-886938-00-8
Existencias: G - 059067 Ej.1

GENERAL

338.98
B213pr
1996

Banco Interamericano de Desarrollo
Progreso económico y social en América latina informe 1996 : cómo organizar con éxito los servicios sociales / Banco Interamericano de Desarrollo
. --Washington, D.C. : Banco Interamericano de Desarrollo, 1996
445 p. : gráfs.
Incluye índice
ECONOMIA - AMERICA LATINA / AMERICA LATINA - ASPECTOS SOCIOECONOMICOS / AMERICA LATINA
- MANUFACTURAS / POLITICA COMERCIAL / SERVICIO SOCIAL - ORGANIZACION
ISBN: 1-886938-11-3
Existencias: G - 059068 Ej.1

GENERAL

R
338.9106
I43

Informe sobre el desarrollo mundial : el conocimiento al servicio del desarrollo. --Madrid : Ediciones Mundi-Prensa, 1999
253 p. + 1 guía : gráfs.
Incluye índice
DESARROLLO ECONOMICO / POLITICA ECONOMICA / CONOCIMIENTO / INNOVACIONES
TECNOLOGICAS / TECNOLOGIA EDUCATIVA
ISBN: 84-7114-788-2
Existencias: G - 059069 Ej.1 G - 059070 Ej.1 Guía G - 059071 Ej.2 G - 059072 Ej.2 Guía

SALA DE ARTES Y HUMANIDADES

330
C755d

Consejo Empresarial Colombiano para el Desarrollo Sostenible - CECODESCorporación Latinoamericana de Economía Internacional - CLADEI
El desarrollo sostenible en la economía de América Latina / eds. María Emilia Correa y Jorge Valencia.
--
. --Santafé de Bogotá : Tercer Mundo, 1995.
259 p.
ECONOMIA - AMERICA LATINA / DESARROLLO SOSTENIBLE / MEDIO AMBIENTE / DESARROLLO
ECONOMICO / ASPECTOS AMBIENTALES
Valencia, Jorge , ed.; Correa, María Emilia, ed.
Corporación Latinoamericana de Economía Internacional - CLADEI
ISBN: 958-9394-01-9
Existencias: AH - 059151 Ej.1

SALA DE ARTES Y HUMANIDADES

338.18
C718c

Colombia. Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural
Compromisos sectoriales en las políticas presentadas al Consejo Nacional Ambiental / Colombia.
Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural
. --Santafé de Bogotá : Editorial Gente Nueva, 1998.
35 p. --
Serie Gestión Ambiental
Incluye bibliografía
DIVERSIDAD BIOLÓGICA / MEDIO AMBIENTE / POLITICA AMBIENTAL / DESARROLLO SOSTENIBLE /
DESARROLLO RURAL
ISBN: 958-96316-2-2
Existencias: AH - 059255 Ej.1

SALA DE ARTES Y HUMANIDADES

338.18

C718ap

Colombia. Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural

Aproximaciones para la formulación de una política de uso y manejo sostenible del recurso suelo en el sector agropecuario / Colombia. Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural

. --Santafé de Bogotá : Editorial Gente Nueva, 1998.

70 p. --

Serie Gestión Ambiental

Inlcuye bibliografía

AGRICULTURA Y ESTADO-ASPECTOS AMBIENTALES / AGRICULTURA Y ESTADO / DESARROLLO SOSTENIBLE / ADMINISTRACION AGRICOLA / USO DE LA TIERRA RURAL / SUELO

ISBN: 956-96316-4-9

Existencias: AH - 059256 Ej.1

SALA DE ARTES Y HUMANIDADES

338.18

C718a

Colombia. Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural

Aproximaciones para la formulación de una política agropecuaria sostenible / Colombia. Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural

. --Santafé de Bogotá : Editorial Gente Nueva, 1998.

145 p. --

Serie Gestión Ambiental

Incluye bibliografía

AGRICULTURA-ESTADO / DESARROLLO AGRICOLA / DESARROLLO SOSTENIBLE / DESARROLLO RURAL / REVOLUCION VERDE

ISBN: 958-96316-3-0

Existencias: AH - 059263 Ej.1

GENERAL

338.1861

F714e

Forero Alvarez, Jaime

Economía y sociedad rural en los Andes colombianos / Jaime, Forero Alvarez

. --Santafé de Bogotá : Universidad Javeriana, 1999

378 p.

Serie Instituto de Estudios Rurales - IER

Incluye bibliografía

AGRICULTURA - ASPECTOS ECONOMICOS / ECONOMIA DOMESTICA RURAL / PRODUCCION AGRICOLA - ASPECTOS SOCIALES / ECONOMIA - COLOMBIA / ECONOMIA AGROPECUARIA

ISBN: 958-683-101-9

Existencias: G - 059464 Ej.1

GENERAL

R

330.9861

B213i

Banco Mundial

Informe anual 1998 / Banco Mundial

. --Washington : Banco Mundial, 1998

xii, 294 p. : gráfs.

Incluye índice

ESTADOS FINANCIEROS / PRESUPUESTO / INVERSIONES EXTRANJERAS / POLITICA ECONOMICA

ISBN: 08213-4093-X

Existencias: G - 059426 Ej.1

GENERAL

330.861

C718c

Colombia. Senado de la República

Cómo reactivar la economía / Colombia. Senado de la República

. --Santafé de Bogotá : Imprenta Nacional, 1999

274 p.

Incluye apéndice
ECONOMIA - COLOMBIA / DESARROLLO ECONOMICO - COLOMBIA / COCLOMBIA - CONDICIONES
ECONOMICAS

ISBN: 958-9077-15-3

Existencias: G - 059737 Ej.1 G - 062292 Ej.2

GENERAL

336.861

C718d

Colombia. Senado de la República

Descentralización de verdad / Colombia. Senado de la República

. --Santafé de Bogotá : Imprenta Nacional, 1999

233 p.

DESCENTRALIZACION EN COLOMBIA / EDUCACION - COLOMBIA / PENSIONES - COLOMBIA

ISBN: 958-9077-16-1

Existencias: G - 059739 Ej.1 G - 060003 Ej.2

GENERAL

R

332.64203

B694d

Bolsa de Occidente

Diccionario bursátil : ideas afines y matemáticas básicas financieras / Bolsa de Occidente

. --Cali : Bolsa de Occidente, 1999

99 p.

Incluye índice

BOLSA DE VALORES - DICCIONARIOS / MATEMATICAS - DICCIONARIOS / MATEMATICAS FINANCIERAS -

DICCIONARIOS

Existencias: G - 059440 Ej.1 G - 063323 Ej.2

GENERAL

330.09861

P659h

Pinto Saavedra, Juan Alfredo

La hora de la clase media : bases para la movilización política de los grupos intermedios en Colombia /

Juan Alfredo, Pinto Saavedra

. --Santafé de Bogotá : Juan Alfredo Pinto, 1996

210 p.

Incluye biografía del autor

CLASE MEDIA - COLOMBIA / COLOMBIA - CONDICIONES ECONOMICAS / COLOMBIA - CONDICIONES

SOCIALES

ISBN: 958-33-0446-8

Existencias: G - 059538 Ej.1

GENERAL

333.16

R541a

Rico Vercher, Manuel

El aprendizaje de valores en educación ambiental / Manuel, Rico Vercher

. --Madrid : Ministerio de Obras Públicas y Transportes, 1992

70 p. : il

Incluye bibliografía e índice

EDUCACION AMBIENTAL / VALORES SOCIALES

ISBN: 84-7433-818-2

Existencias: G - 059586 Ej.1

GENERAL

330

P153a

Palacio, Susana Beatriz

Análisis económico Mercosur / Susana Beatriz, Palacio; Jorge G., Olarte

. --Buenos Aires : Estudio, 1998

194 p.

Incluye índice

MERCOSUR / ECONOMIA INTERNACIONAL / DESARROLLO ECONOMICO / ANALISIS ECONOMICO

Olarte, Jorge G.

ISBN: 950-897-028-6

Existencias: G - 059882 Ej.1

SALA DE ARTES Y HUMANIDADES

334.0980

S471c

Seminario Internacional (3º : 1998 Ago. 18-20 : Municipio de Páramo, Santander)

Las cooperativas financieras y el desarrollo regional / comps.,ed. Marietta Bucheli G y Ricardo Dávila L de G. --

. --Santafé de Bogotá : COLCIENCIAS, 1999.

168p. : il. --

Serie IER-20 años

Incluye bibliografías

COOPERATIVAS-GUANETA (SANTANDER) - COLOMBIA / COOPERATIVAS-COLOMBIA / COOPERATIVISMO-COLOMBIA / COOPERATIVISMO-PERU / COOPERATIVAS -BOLIVIA / DESARROLLO REGIONAL / DESARROLLO COOPERATIVO

Dávila L de G., Ricardo , comp.; Bucheli G., Marietta, comp.

ISBN: 958-683-102-7

Existencias: AH - 059914 Ej.1

GENERAL

330.1

T961t

Turriago Hoyos, Alvaro

Temas de innovación tecnológica / Alvaro, Turriago Hoyos

. --Santafé de Bogotá : Ediciones Universidad de La Sabana, 1998

548 p. : il.

Colección Investigación. Docencia ; no.15

Incluye notas a pie de página, bibliografía e índice

INNOVACIONES TECNOLOGICAS / DESARROLLO ECONOMICO / DESARROLLO INDUSTRIAL / ECONOMIA

ISBN: 958-12-0146-7 (O.C.)

Existencias: G - 060042 Ej.1 G - 060043 Ej.2 G - 060044 Ej.3 G - 060045 Ej.4 G - 060046

Ej.5

SALA DE ARTES Y HUMANIDADES

330.98

P258i

Parra Luzardo, Gastón

Integración y cultura latinoamericana / Gastón Parra Luzardo y Isabelia Sequera Tamayo. --

. --Barranquilla : Editorial Mejoras, 1997.

120 p. : il.

En la carátula : Corporación Educativa Mayor del Desarrollo Simón Bolívar

Incluye bibliografía

INTEGRACION ECONOMICA LATINOAMERICANA / ACULTURACION

AMERICA LATINA-INTEGRACION ECONOMICA

Sequera Tamayo, Isabelia

Existencias: AH - 060049 Ej.1

GENERAL

330.861

C175

Cambio y globalización : oportunidades y retos para la industria petrolera colombiana. --Santafé de Bogotá : Universidad Javeriana, 1997

200 p. : il.

Colección Educación Continuada : No. 4

Incluye notas a pie de página

ECONOMIA - COLOMBIA / HIDROCARBUROS - INDUSTRIA / PETROLEO - INDUSTRIA - COLOMBIA / GLOBALIZACION / DESARROLLO ECONOMICO - COLOMBIA

ISBN: 058-683-026-8

Existencias: G - 060198 Ej.1

GENERAL

333.72

D313e

Castro Caycedo, José FernandoDefensoría del Pueblo

En defensa del pueblo acuso : informe sobre impactos ambientales, económicos y sociales de la

voladura de oleoductos en Colombia / José Fernando, Castro Caycedo. --
. --Santafé de Bogotá : Tercer Mundo, 1997
74 p. : il
Incluye notas a pie de página y bibliografía
IMPACTO AMBIENTAL-INFORMES / PROTECCION DEL MEDIO AMBIENTE / POLITICA AMBIENTAL /
ECOLOGIA / CONTROL AMBIENTAL
Existencias: G - 060210 Ej.1

GENERAL

334.09861
R173e

Ramírez Rodríguez, Augusto Ezequiel
Empresas de economía solidaria y productividad : un texto apropiado para la Educación formal, no
formal e informal / Augusto Ezequiel, Ramírez Rodríguez
. --Chiquinquirá : Ramírez Asociados, 1996
165 p.
Incluye anexos y bibliografía
COOPERATIVISMO - COLOMBIA / COOPERATIVAS - COLOMBIA / ECONOMIA - COLOMBIA /
EDUCACION NO FORMAL / EDUCACION FORMAL
Existencias: G - 060211 Ej.1

GENERAL

330.86142
C172l

Cámara de Comercio de Bogotá
La Bogotá que todos soñamos : resumen del Estudio Monitor de Competividad para Bogotá 1997 /
Cámara de Comercio de Bogotá
. --Santafé de Bogotá : Cámara de Comercio de Bogotá, 1998
145 p. : il., mapa
Serie Biblioteca Cámara de Comercio de Bogotá ; No.101
Incluye anexos y bibliografía
BOGOTA - ASPECTOS SOCIALES / BOGOTA - ASPECTOS ECONOMICOS
ISBN: 958-688-030-3
Existencias: G - 060323 Ej.1 G - 064017 Ej.2

GENERAL

333.716
C755c

Consejo Empresarial Colombiano para el Desarrollo Sostenible.CECODES
Cambiando el rumbo : Colombia 1997 / Consejo Empresarial Colombiano para el Desarrollo
Sostenible.CECODES
. --Bogotá : CECODES, 1997
198 p. : il.
Incluye índice
DESARROLLO SOSTENIBLE - COLOMBIA / DESARROLLO INDUSTRIAL - COLOMBIA / DESARROLLO
ECONOMICO - ASPECTOS AMBIENTALES / DESARROLLO SOSTENIBLE - ASPECTOS ECONOMICOS / POLITICA
ECONOMICA - ASPECTOS AMBIENTALES / EMPRESAS - COLOMBIA
Existencias: G - 060324 Ej.1

GENERAL

338.7
E55

dir.Biblioteca Civitas Economía y Empresa
<La empresa en la historia de España
. --Madrid : Editorial Civitas, 1996
535 p. : il.
Colección Economía
Incluye bibliografía y notas a pie de página
ECONOMIA / ADMINISTRACION DE EMPRESAS / EMPRESAS / INDUSTRIA / EMPRESARIOS INDUSTRIALES /
HISTORIA - ESPAÑA
ISBN: 84-470-0666-2
Existencias: G - 060482 Ej.1

GENERAL

330.861
C758

Lleras Restrepo, Carlos

Constitución Económica de Colombia / Carlos, Lleras Restrepo; Belisario, Betancur Cuartas; Marco Antonio, Velilla Moreno; Carlos, Lleras de la Fuente

-- 2a ed.. --Santafé de Bogotá : El Navegante, 1997

428 p.

Bibliotheca Millennium. Colección Derecho Económico y de los Negocios

Incluye notas a pie de página e índice

ECONOMIA - COLOMBIA / DESARROLLO ECONOMICO - COLOMBIA / POLITICA ECONOMICA - COLOMBIA / BANCA -COLOMBIA / GASTOS PUBLICOS - LEGISLACION / POLITICA MONETARIA - COLOMBIA

Betancur Cuartas, Belisario; Velilla Moreno, Marco Antonio; Lleras de la Fuente, Carlos

ISBN: 95253-9-3

Existencias: G - 060524 Ej.1

GENERAL

338.73

P426s

Peralta Gómez, Margarita

Las Sociedades Administradoras y los Fondos de Cesantías / Margarita, Peralta Gómez

. --Bogotá : Universidad Javeriana. Fac. Ciencias Jurídicas y Socioeconómicas, 1993

152 p.

Tesis. Abogado. Pontificia Universidad Javeriana. Facultad de Ciencias Jurídicas y Socioeconómicas, 1993

Incluye bibliografía

SOCIEDADES ADMINISTRADORAS DE FONDOS DE PENSIONES Y CESANTIAS - COLOMBIA / SEGURIDAD SOCIAL / REFORMA A LA SEGURIDAD SOCIAL - COLOMBIA / LEY 50 DE 1990

Existencias: G - 060568 Ej.1

GENERAL

R

330

E82

Estudio económico y social mundial 1998 : tendencias y políticas en la economía mundial. --Nueva York, N.Y. : Naciones Unidas, 1998

201 p.

A la cabeza de la portada Departamento de Asuntos Económicos y Sociales

Incluye índice

POLITICA ECONOMICA - 1998 / DESARROLLO ECONOMICO INTERNACIONAL / EURO

ISBN: 92-309056-0

Existencias: G - 060580 Ej.1

GENERAL

333.823717

C764p

Contraloría General de la República

El petróleo : o la nueva magia de el Dorado, la Contraloría General de la República frente al contrato de asociación Piedemonte / Contraloría General de la República

. --Santafé de Bogotá : Contraloría General de la República, 1998

212 p. : il.

INDUSTRIA DEL PETROLEO / PETROLEO - CONTRATO DE ASOCIACION / PETROLEO - LEGISLACION / PETROLEO - COLOMBIA

Existencias: G - 060592 Ej.1

GENERAL

333.72

R812f

Rosembuj, Tulio

Los tributos y la protección del medio ambiente / Tulio, Rosembuj

. --Madrid : Marcial Pons; Eds.Jurídicas, 1995

280 p.

Incluye notas a pie de página, bibliografía e índice

MEDIO AMBIENTE / DERECHO FISCAL / POLITICA AMBIENTAL / PROTECCION DEL MEDIO AMBIENTE

ISBN: 84-7248-255-3

Existencias: G - 060697 Ej.1

SALA DE ARTES Y HUMANIDADES

332.63

S959sSuperintendencia de Valores

Sociedad calificador de valores : evaluación correcta del riesgo. Depósito centralizado de valores : ases. Gabriel J. Sánchez J. ; il. Luis Fernando Castro. --

. --Santafé de Bogotá : Superintendencia de Valores, 1997.

55 p. : il.

Incluye glosario de términos

FINANZAS / BOLSA DE VALORES / VALORES

Castro, Luis Fernando , il.; Sánchez J., Gabriel J., ases.

ISBN: 958-8007-01-1

Existencias: AH - 060720 Ej.1 AH - 060721 Ej.2 AH - 060722 Ej.3

GENERAL

337.1

I59u

Instituto Español de Estudios Estratégicos

La Unión económica y monetaria : sus implicaciones / Instituto Español de Estudios Estratégicos

. --Madrid : Ministerio de Defensa, 1998

230 p.

Colección Cuadernos de Estrategia : No. 95

Incluye bibliografía, índice y notas a pie de página

INTEGRACION ECONOMICA INTERNACIONAL / POLITICA COMERCIAL / RELACIONES COMERCIALES / COOPERACION

ISBN: 84-7823-583-3

Existencias: G - 060703 Ej.1

GENERAL

332.62

S959c

Sánchez J., Gabriel J., ases.Superintendencia de Valores

Los comisionistas de valores / ases. Gabriel J., Sánchez J.

. --Santafé de Bogotá : Superintendencia de Valores, 1997

78 p. : il.

BOLSA DE VALORES / VALORES / INVERSIONES

ISBN: 9588007-06-2

Existencias: G - 060723 Ej.1 G - 060724 Ej.2 G - 060725 Ej.3

GENERAL

336.2

D419c

Departamento Nacional de Planeación

Colombia, ciencia y tecnología : dinámica de los indicadores de inversión / Departamento Nacional de Planeación

. --Santafé de Bogotá : Colciencias, 1998

145 p. : il.

Incluye anexos y notas a pie de página

FINANZAS / INVERSIONES / ANALISIS DE INVERSIONES / INVERSIONES PUBLICAS

ISBN: 958-8025-23-0

Existencias: G - 060708 Ej.1

GENERAL

333.3

G643m

Gonzalez Rey, Maria Fernanda

Manual Inmobiliario Legis / Maria Fernanda, Gonzalez Rey

-- 2a ed.. --Santafé de Bogotá : LEGIS, 1995

179 p.

Incluye índice alfabético y general

BIENES RAICES / PROPIEDAD HORIZONTAL

ISBN: 0122-2562

Existencias: G - 060711 Ej.1

SALA DE ARTES Y HUMANIDADES

336.2

G643f

González Sánchez, Manuel

Tributación de las ayudas comunitarias / Manuel González Sánchez. --
. --Pamplona : Editorial Aranzadi, 1996.
209 p. --
Colección Monografías Aranzadi ; no. 9
Incluye notas a pie de página, bibliografía e índice
DERECHO FISCAL / EVASION DE IMPUESTOS / IMPUESTOS
ISBN: 84-8193-342-2
Existencias: AH - 060736 Ej.1

GENERAL

338.9
B213a

Banco Interamericano de Desarrollo
América Latina tras una década de reformas : progreso económico y social, informe 1997 / Banco Interamericano de Desarrollo
. --Washington, D.C. : BID, 1997
317 p. : il.
Incluye bibliografía
ECONOMIA INTERNACIONAL / PROGRESO / CAMBIO SOCIAL / DEMOCRACIA
ISBN: 1-886938-26-1
Existencias: G - 060747 Ej.1

GENERAL

336.014
S959d

Superintendencia Bancaria de Colombia
Doctrina y conceptos financieros 1994-1998 / Superintendencia Bancaria de Colombia
. --Santafé de Bogotá : Legis, 1999
lxvii, 808 p.
Incluye notas a pie de página e índices
CONCEPTOS / FINANZAS / DERECHO FINANCIERO
ISBN: 958-653-164-3
Existencias: G - 060719 Ej.1

GENERAL

332.75
M636e

Miguens, Héctor José
Extensión de la quiebra y la responsabilidad en los grupos de sociedades / Héctor José, Miguens; prol. Adolfo A.N., Rouillón
. --Buenos Aires : Depalma, 1998
498 p.
Incluye notas a pie de página, anexo, bibliografía, jurisprudencia por países e índice
LIQUIDACION DE NEGOCIOS / CONTROL COMERCIAL / FINANZAS / DEUDA
Rouillón, Adolfo A.N., prol.
ISBN: 950-14-1662-3
Existencias: G - 060779 Ej.1

GENERAL

338.927
N864e

Norsworthy, J. R.
Empirical measurement and analysis of productivity and technological change : applications in high-technology and service industries / J. R., Norsworthy; S. L., Jang
. --Amsterdam : North-Holland, 1992
318 p.
Colección Contributions to Economic Analysis ; No.211
Incluye bibliografías e índice
PRODUCTIVIDAD INDUSTRIAL / INNOVACIONES TECNOLOGICAS / ADMINISTRACION INDUSTRIAL
Jang, S. L.
ISBN: 0-444 89002 5
Existencias: G - 060793 Ej.1

GENERAL

330.9.
K16e

Kaneva Rinkon, Alla

En torno a la Historia Económica Universal / Alla, Kaneva Rinkon
. --Santafé de Bogotá : Universidad Autónoma de Colombia, 1999
275 p. : il.
Incluye bibliografía
HISTORIA ECONOMICA / ECONOMIA - HISTORIA / ECONOMIA - TEORIAS
Existencias: G - 060807 Ej.1

GENERAL

333.0861
C718m

Colombia. Ministerio de Hacienda y Crédito Público
Mapa indicativo de zonificación de áreas forestales de Colombia: memoria explicativa / Colombia.
Ministerio de Hacienda y Crédito Público
. --Santafé de Bogotá : Instituto Geográfico "Agustin Codazzi", 1992
78 p. : il.
Incluye anexos, bibliografía e índices
BOSQUES / PARQUES NACIONALES / MONUMENTOS NACIONALES / PARQUES NATURALES
Existencias: G - 060841 Ej.1

GENERAL

333.72
R643i

Roberts, Hewitt
ISO 14001 EMS : Manual de sistemas de gestión medioambiental / Hewitt, Roberts; Gary, Robinson; tr.
Manuel, Colmena A.
. --Madrid : Paraninfo, 1998
425 p. : il
Incluye índices
ISO 14001 / NORMALIZACION / MEDIO AMBIENTE / GESTION AMBIENTAL
Robinson, Gary; Colmena A., Manueltr.
ISBN: 84-283-2534-0
Existencias: G - 061173 Ej.1

GENERAL

332
S959j

Superintendencia Bancaria de Colombia
Jurisprudencia Financiera 1994 - 1998 / Superintendencia Bancaria de Colombia
. --Santafé de Bogotá : Legis, 1999
488 p.
Incluye nota a pie de página
FINANZAS / LEYES / LEGISLACION / JURISPRUDENCIA
ISBN: 958-653-163-5
Existencias: G - 061175 Ej.1

GENERAL

R
332.01134
S959i

Superintendencia Bancaria de Colombia
Índice General de Doctrina y Jurisprudencia Financiera / Superintendencia Bancaria de Colombia
. --Santafé de Bogotá : Legis, 1999
260 p.
Incluye notas a pie de página
DERECHO LABORAL / DERECHO FINANCIERO / LEYES / DERECHO COMERCIAL / LEGISLACION /
JURISPRUDENCIA
ISBN: 958-653-165-1
Existencias: G - 061176 Ej.1

GENERAL

338.9
S471j

Seminario Internacional (1o. : 1997 Marzo 31-Abril 1o : Santafé de Bogotá)
Jornadas Internacionales de Desarrollo Local / 1997 Marzo 31-Abril 1o : Seminario Internacional (1o. :
. --Santafé de Bogotá : Escuela Superior de Administración Pública, 1997

188 p.
Serie Seminarios Internacionales
En carátula : Embajada de España; Agencia Española de Cooperación Internacional
DESARROLLO REGIONAL / PARTICIPACION CIUDADANA / DESARROLLO ECONOMICO /
DESCENTRALIZACION
ISBN: 958-652-093-5
Existencias: G - 061199 Ej.1

GENERAL

338.91
H117

Hausmann, Ricardo, ed.
Hacia la estabilidad y el crecimiento en América Latina : cuestiones políticas y perspectivas de las economías vulnerables / ed. Ricardo, Hausmann; Helmut, Reisen
. --Paris : OCDE, 1996
299 p. : il.
Incluye bibliografía, notas a pie de página, conclusiones e índice
DESARROLLO ECONOMICO - AMERICA LATINA / PLANIFICACION ECONOMICA - AMERICA LATINA /
PAISES EN DESARROLLO / DESARROLLO SOCIAL / ECONOMIA -AMERICA LATINA
Reisen, Helmut
ISBN: 92-64-44799-7
Existencias: G - 061440 Ej.1

GENERAL

330.0983
E13d

Eastman, Jorge Mario
De Allende y Pinochet al "milagro" chileno / Jorge Mario, Eastman; pról. Alfonso, López Michelsen
. --Santafé de Bogotá : Editorial Ariel, 1997
328 p. : il.
Colección Ariel historia
Incluye índice y bibliografía
DESARROLLO ECONOMICO - CHILE - 1970-1990 / CHILE - CONDICIONES ECONOMICAS
López Michelsen, Alfonso, pról.
ISBN: 958-614-560-3
Existencias: G - 061240 Ej.1

GENERAL

333.332
G643m

González Amaya, Tiberio
Manual de avalúos urbanos / Tiberio, González Amaya
. --Santafé de Bogotá : Fondo Editorial, 1997
134 p.
Colección Biblioteca de Catedráticos
Incluye bibliografía e índice
VALORIZACION / AVALUO CATASTRAL / TASACION / URBANISMO
ISBN: 958-9160-44-1
Existencias: G - 061576 Ej.1

SALA DE ARTES Y HUMANIDADES

338.5
P247m

Parkin, Michael
Microeconomía / Michael, Parkin ; vers. Francisco Reyes Guerrero ; colab. Magdalena Barba
Fernández. --
. --Buenos Aires : Addison-Wesley Iberoamericana, 1995.
xxxii, 666 p. : il.
Incluye glosario, índice y tablas
MICROECONOMIA / MACROECONOMIA / OFERTA Y DEMANDA
Reyes Guerrero, Francisco, vers.; Barba Fernández, Magdalena, colab.
ISBN: 0-201-62584-9
Existencias: AH - 061652 Ej.1

GENERAL

337.1

C718i

Colombia. Ministerio de Comercio Exterior
La internacionalización de la economía colombiana / Colombia. Ministerio de Comercio Exterior
. --[Santafé de Bogotá?] : Ministerio de Comercio Exterior, 1993
115 p. : il.
Incluye anexos
INTEGRACION ECONOMICA INTERNACIONAL / ECONOMIA COLOMBIANA / APERTURA ECONOMICA /
COMERCIO EXTERIOR - LEGISLACION / COLOMBIA.MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR - EVOLUCION
Existencias: G - 061708 Ej.1

GENERAL

337.1

C718c

Colombia. Ministerio de Relaciones Exteriores
Comunidad Andina y Mercosur : desafíos pendientes de la integración en América Latina / Colombia.
Ministerio de Relaciones Exteriores
. --Santafé de Bogotá : Corporación Andina de Fomento, 1998
254 p. : il.
Incluye notas a pie de página y bibliografías
MERCOSUR / INTEGRACION ECONOMICA - AMERICA LATINA / GRUPO ANDINO / AMERICA LATINA -
INTEGRACION ECONOMICA / INTEGRACION SOCIAL
ISBN: 958-9381-38-3
Existencias: G - 061755 Ej.1

GENERAL

337.1

M244p

Maldonado Lira, Héctor
El Pacto Andino : perspectivas en la integración latinoamericana / Héctor, Maldonado Lira
. --Sucre : Universidad Andina Simón Bolívar, 1997
204 p.
Serie Cóndor ; v.6
Incluye biografía del autor, conclusiones y notas
GRUPO ANDINO / INTEGRACION LATINOAMERICANA / AMERICA LATINA - INTEGRACION ECONOMICA /
INTEGRACION SOCIAL
Existencias: G - 061771 Ej.1

GENERAL

339

C337p

Case, Karl E.
Principios de macroeconomía / Karl E., Case; Ray C., Fair; tr. Enrique, Mercado González; rev. Julián,
Barquín Liaño
-- 4a ed.. --México : Prentice-Hall Hispanoamericana, 1997
xxiii, 588 p. : gráfs., il.
Incluye índice
MACROECONOMIA / ECONOMIA / ECONOMIA INTERNACIONAL
Fair, Ray C.; Mercado González, Enrique tr.; Barquín Liaño, Julián rev.
ISBN: 968-880-875-X
Existencias: G - 061844 Ej.1

GENERAL

330

M538f

Méndez Morales, José Silvestre
Fundamentos de economía / José Silvestre, Méndez Morales
-- 3a ed.. --México : Editorial McGraw-Hill, 1996
xiii, 317 p. : gráfs.
Incluye índices y bibliografía
ECONOMIA - FUNDAMENTOS / PENSAMIENTO ECONOMICO / COMPETENCIA ECONOMICA /
MACROECONOMIA / SALARIO
ISBN: 970-10-1020-5
Existencias: G - 061851 Ej.1 G - 061852 Ej.2 G - 061853 Ej.3 G - 061854 Ej.4 G - 061855
Ej.5

GENERAL

331.8
A256d
1999

Afanador Núñez, Fernando

Derecho colectivo del trabajo / Fernando, Afanador Núñez
-- 3a ed. rev. y act. --Santafé de Bogotá : Legis, 1999

350 p.

Incluye índice y bibliografía

CONFLICTOS LABORALES - COLOMBIA / NEGOCIACIONES COLECTIVAS DE TRABAJO - COLOMBIA /
SINDICATOS - COLOMBIA

ISBN: 958-653-158-9

Existencias: G - 061999 Ej.1 G - 062000 Ej.2

SALA DE ARTES Y HUMANIDADES

330.86142
A346o

Alcaldía Mayor de Bogotá (Peñalosa Lozano, Enrique. Departamento Administrativo de Planeación Distrital

Observatorio de dinámica urbana / La Alcaldía. --

. --Santafé de Bogotá : Departamento Administrativo de Planeación Distrital, 1999.

211 p. : il.

Incluye notas a pie de página, cuadros y gráficos

ECONOMIA-BOGOTA / ECONOMIA-COLOMBIA / INDICADORES ECONOMICOS (BOGOTA) /
INDICADORES SOCIALES (BOGOTA) / CONSTRUCCION / URBANISMO-BOGOTA / GEOGRAFIA URBANA /
CIUDADES Y CAPITALES / TRANSPORTE

Existencias: AH - 062063 Ej.1 AH - 062064 Ej.2

GENERAL

330.122
D618a

Divar, Javier

Análisis del poder económico / Javier, Divar

. --Bilbao : Universidad de DEUSTO, 1991

95 p.

Colección Publicaciones de la Universidad de DEUSTO

Contiene notas a pie de página, bibliografía y anexo

CAPITALISMO / MONOPOLITOS / RIQUEZA / PROPIEDAD PRIVADA

ISBN: 84-7485-217-X

Existencias: G - 062080 Ej.1

GENERAL

338.9
M678p

Mises, Ludwig Von

Política económica : pensamientos para hoy y mañana / Ludwig Von, Mises

. --Buenos Aires : El Ateneo, 1993

100 p.

Colección Temas de Economía

Contiene índice

POLITICA ECONOMICA / INVERSION EXTRANJERA / SOCIALISMO / CAPITALISMO

ISBN: 950-02-3623-0

Existencias: G - 062085 Ej.1

GENERAL

338.98
T275p

Tellez Iregui, Gonzalo

Políticas de desarrollo rural y colonización : zona de la antigua reserva natural de la Macarena /

Gonzalo, Tellez Iregui; Germán, Pachón Gantiva

. --Santafé de Bogotá : Uniciencia, 1999

136 p. : il.

Contiene bibliografía, índice y conclusiones

DESARROLLO RURAL / AGRICULTURA Y ESTADO / PLANIFICACION RURAL / RESERVA NATURAL DE LA
MACARENA - COLONIZACION / MIGRACION INTERNA

Pachón Gantiva, Germán

ISBN: 958-8100-00-3

Existencias: G - 062091 Ej.1

GENERAL

330.98
B562c

Betancourt Mejía, Gabriel

La comunidad latinoamericana de naciones nueva potencia / Gabriel, Betancourt Mejía

. --Santafé de Bogotá : ICFES, 1992

105 p.

Contiene índice, bibliografía, anexos y notas a pie de página

INTEGRACION LATINOAMERICANA / INTEGRACION ECONOMICA / ECONOMIA - AMERICA LATINA / AMERICA LATINA - INTEGRACION ECONOMICA

ISBN: 958-11-0384-8

Existencias: G - 062096 Ej.1

GENERAL

338.9
I61d

International Livestock Research Institute - ILRI

De Africa a un mandato mundial / International Livestock Research Institute - ILRI

. --Nairobi : ILRI, 1996

xi, 53 p. : il.

Contiene índice y notas a pie de página

AGRICULTURA - AFRICA / GANADERIA - AFRICA / DESARROLLO AGRICOLA - AFRICA / DESARROLLO ECONOMICO - AFRICA

ISBN: 92-9146-024-9

Existencias: G - 062097 Ej.1

SALA DE ARTES Y HUMANIDADES

338.7
A445c

Almacenes Exito

50 años Exito / inv. Juan Luis Mejía A. --

. --Medellín : Colina, 1999.

151 p. : il.

EMPRESAS COMERCIALES-COLOMBIA / TAMAÑO DE LA INDUSTRIA-COLOMBIA / EMPLEO-COLOMBIA / EXITO (ALMACENES)

Mejía A., Juan Luis , inv.

ISBN: 958-33-0935-4

Existencias: AH - 062099 Ej.1 AH - 062100 Ej.2

GENERAL

337.1
P273d

Partido Revolucionario Institucional

Los desafíos de la globalización : economía mundial y sociedades nacionales / Partido Revolucionario Institucional

. --México : Fomento Cultural Somex, 1990

229 p.

Colección Perspectivas de la modernización política ; No.3

Primera Asamblea Nacional celebrada en Sep.1,2,3 de 1990

Incluye notas a pie de página, e índice

INTEGRACION ECONOMICA INTERNACIONAL / ECONOMIA INTERNACIONAL / EUROPA - INTEGRACION ECONOMICA / PAISES EN DESARROLLO / GLOBALIZACION

Existencias: G - 062103 Ej.1

GENERAL

332
T761f

Tracy, John A.

The forward MBA in finance / John A., Tracy

. --New York : John Wiley, 1996

xiii, 266 p.

Incluye glosario e índice

FINANZAS / DERECHO FINANCIERO / HACIENDA LOCAL / ECONOMIA FINANCIERA

ISBN: 0-471-10930-4

Existencias: G - 062108 Ej.1

GENERAL

338.9
E61

Entrepreneurship : creativity at work. --Boston : Harvard Business Review Paperback, 1991
140 p. : il.
Incluye notas a pie de página
DESARROLLO ECONOMICO / TRABAJO / EMPLEO / CAPITAL / NEGOCIOS
ISBN: 0-87584-285-2
Existencias: G - 062136 Ej.1

GENERAL

331.12
R332

Romaguera, Pilar
Reformas del mercado laboral ante la liberalización de la economía : el caso de Chile / Pilar,
Romaguera; Andrea, Butelmann; Cristián, Echeverría; Pablo, González
. --Washington : Banco Interamericano de Desarrollo, 1994
82 p. : il.
Serie Documento de Trabajo ; No.176
Incluye anexos y notas a pie de página
MERCADO LABORAL - CHILE / ECONOMIA - CHILE / POLITICA DE RECURSOS HUMANOS - CHILE / EMPLEO
- CHILE
Butelmann, Andrea; Echeverría, Cristián; González, Pablo
Existencias: G - 062138 Ej.1

GENERAL

332
S211m

Sánchez Guzmán, José Ramón
Marketing financiero : principios y estrategias / José Ramón, Sánchez Guzmán; ed., Sánchez de Ocaña
y Ruiz de la Prada
. --Madrid : Editorial Civitas, 1997
340 p. : il.
Biblioteca Civitas Economía y Empresa. Colección Empresa
Incluye notas a pie de página
FINANZAS / COMERCIO / DERECHO FINANCIERO
Sánchez de Ocaña y Ruiz de la Prada, ed.
ISBN: 84-470-0872-X
Existencias: G - 062156 Ej.1

GENERAL

R
332.603
R813d

Rosenberg, Jerry M.
Diccionario de inversiones / Jerry M., Rosenberg; tr. Héctor G., Tejera
. --México : Ventura Ediciones, 1995
488 p.
Serie de Diccionarios para los negocios
Incluye glosario
INVERSIONES - DICCIONARIOS / INVERSIONES - TERMINOLOGIA
Tejera, Héctor G., tr.
ISBN: 968-7393-03-3
Existencias: G - 062201 Ej.1

GENERAL

338.9
N121e

Naciones Unidas. Proyecto Regional para la Superación de la Pobreza
Economía popular : una vía para el desarrollo sin pobreza en América Latina / Naciones Unidas.
Proyecto Regional para la Superación de la Pobreza
. --Bogotá : PNUD, 1991
lv, 177 p. : il.

Colección Phud ; No.5-DE 135
Incluye notas a pie de página e índice
DESARROLLO ECONOMICO / PAISES EN DESARROLLO / ECONOMIA - AMERICA LATINA / POBREZA
Existencias: G - 062312 Ej.1

GENERAL

332.42
A487o

Amatucci, Andrea
L'Ordinamento giuridico finanziario / Andrea, Amatucci
-- 6a ed.. --Napoli : Jovene Editore, 1999
527 p.
Incluye notas a pie de página, bibliografía e índice
CONSTITUCION - ITALIA / ECONOMIA - ITALIA / ECONOMIA INTERNACIONAL / FINANZAS - ITALIA /
FINANZAS INTERNACIONALES
ISBN: 88-243-1292-6
Existencias: G - 062313 Ej.1

GENERAL

333.71
C718m

Rodríguez Becerra, ManuelColombia. Ministerio del Medio Ambiente
Memoria del primer Ministro del Medio Ambiente : 7 de Febrero - 6 de Agosto de 1994 Informe al
Congreso de la República / Manuel, Rodríguez Becerra
. --Santafé de Bogotá : Ministerio del Medio Ambiente, 1994
2 v.
Incluye notas a pie de página e índice
CONSERVACION DEL MEDIO AMBIENTE - COLOMBIA / MEDIO AMBIENTE - COLOMBIA
Existencias: G - 062341 v.1 G - 062342 V.2

GENERAL

330.9861
C716h
1997

Colmenares, Germán
Historia económica y social de Colombia 1537-1719 / Germán, Colmenares
-- 5a ed.. --Santafé de Bogotá : TM Editores, 1997
2 v. : mapas, gráfs.
Colección Biblioteca Germán Colmenares. Territorios y ciudades ; no.1
Contenido : v.1: Historia económica y social de Colombia, 1537-1717. -- v.2: Historia económica y social
de Colombia, Popayán nueva sociedad esclavista 1680-1800
En coedición con la Fundación General de Apoyo a la Universidad del Valle, Banco de la República y
Colciencias
Incluye índices y abreviaturas
ECONOMIA COLOMBIANA - HISTORIA / SOCIEDADES PRIMITIVAS / TIERRA / ORO / REFORMA TRIBUTARIA,
1590 / TRATA DE ESCLAVOS / TENENCIA DE LA TIERRA / SOCIEDAD
ISBN: 958-601-719-2
Existencias: G - 062280 v.1 G - 062281 v.2

GENERAL

338.9
A657j

Aquino Bolaños, Emigdio
José Carlos Mariátegui y el problema nacional / Emigdio, Aquino Bolaños
. --México : Unión de Universidades de América Latina, 1997
236 p.
Colección Idea Latinoamericana
Incluye biografía del autor, notas a pie de página, apéndices, bibliografía e índice
MARIATEGUI, JOSE CARLOS - CRITICA E INTERPRETACION / DESARROLLO ECONOMICO - AMERICA
LATINA / PAISES EN DESARROLLO / ECONOMIA INTERNACIONAL / MARIATEGUI, JOSE CARLOS, 1894-1930
ISBN: 968-6802-11-8
Existencias: G - 062379 Ej.1

GENERAL

333.7844
U55c

Ryding, Sven-Olof, ed. UNESCO

El control de la eutrofización en lagos y pantanos / ed. Sven-Olof, Ryding; ed. Walter, Rast; colab. Dietrich, Uhlmann; colab. Jürgen, Clasen; colab. Laszlo, Somlyódy; tr. Concepción, Quidiello Poveda . --Madrid : Pirámide, 1992

375 p. : il.

Incluye notas a pie de página, anexos, bibliografía e índice

PANTANOS / DETERIORO AMBIENTAL / LAGOS / MEDIO AMBIENTE / POLITICA AMBIENTAL / ESTUDOS SOBRE EL MEDIO AMBIENTE / PROTECCION DEL MEDIO AMBIENTE / DRENAJES

Rast, Waltered.; Uhlmann, Dietrichcolab.; Clasen, Jürgencolab.; Somlyódy, Laszlocolab.; Quidiello Poveda, Concepcióntr.

ISBN: 92-3-302550-0

Existencias: G - 062380 Ej.1

GENERAL

336.861

C718do

Colombia. Ministerio de Hacienda y Crédito Público. Contaduría General de la Nación

Doctrina contable pública / Colombia. Ministerio de Hacienda y Crédito Público. Contaduría General de la Nación

. --[Santafé de Bogotá?] : Ministerio de Hacienda y Crédito Público, 1997

2 v.

Contenido : v.1 : 1o. de Enero de 1996 al 30 de Abril de 1997. -- v.2 : 1o. de Mayo de 1997 al 30 de Abril de 1998

Incluye notas a pie de página

HACIENDA PUBLICA - CONTABILIDAD / ECONOMIA - COLOMBIA / HACIENDA PUBLICA - COLOMBIA / FINANZAS - COLOMBIA

Existencias: G - 062381 v.1 G - 062382 v.2

GENERAL

336.861

C718p

Colombia. Ministerio de Hacienda y Crédito Pública. Contaduría General de la Nación

Plan general de contabilidad pública : actualizado a julio de 1997 / Colombia. Ministerio de Hacienda y Crédito Pública. Contaduría General de la Nación

. --[Santafé de Bogotá?] : Ministerio de Hacienda, 1997

619 p.

HACIENDA PUBLICA - COLOMBIA / ECONOMIA - COLOMBIA / HACIENDA PUBLICA - CONTABILIDAD / FINANZAS - COLOMBIA

Existencias: G - 062383 Ej.1

GENERAL

338.1872

G633c

Gómez Morin, Manuel

El crédito agrícola en México / Manuel, Gómez Morin

. --México : Somex ; Porrúa, 1991

331 p.

Colección Mexicana de Clásicos Financieros

Edición facsimilar 1928

Incluye notas a pie de página e índice

CREDITO AGRICOLA - MEXICO / AGRICULTURA - MEXICO / AGRICULTURA - ASPECTOS ECONOMICOS

ISBN: 968-842-262-2

Existencias: G - 062430 Ej.1

GENERAL

332.11

M274r

Manero, Antonio

La revolución bancaria en México / Antonio, Manero

. --México : Somes, Porrúa, 1991

354 p. : il.

Colección Biblioteca de Clásicos Financieros

Edición facsimilar 1957

Incluye notas a pie de página, anexos e índice

ECONOMIA - HISTORIA, 1865-1896 - MEXICO / BANCOS CENTRALES - MEXICO / BANCOS NACIONALES - MEXICO / BANCOS - HISTORIA - MEXICO

ISBN: 968-842-300-9

Existencias: G - 062431 Ej.1

GENERAL

338.987

B751p

Bottome, Robert

Perspectivas económicas, políticas y sociales de Venezuela 1994 - 1999 / Robert, Bottome; Rita, Funaro; Patricia, Garip-Bertuol; tr. Aldredo, Ruíz; tr. Gurutze, Goldschläger

. --Caracas : VenEconomía, 1994

171 p. : il.

Contiene índice

POLITICA ECONOMICA - VENEZUELA / ECONOMIA POLITICA - VENEZUELA / DESARROLLO ECONOMICO - VENEZUELA / DESARROLLO SOCIAL - VENEZUELA / PETROLEO - VENEZUELA

Funaro, Rita; Garip-Bertuol, Patricia; Ruíz, Aldredotr.; Goldschläger, Gurutzetr.

Existencias: G - 062447 Ej.1

GENERAL

338.987

P467

Bottome, Robert

Perspectivas Económicas, Políticas y Sociales de Venezuela 1992 - 1997 / Robert, Bottome; Rita, Funaro; Jose Antonio, Gil Yepes; John, Sweeney; tr., Ruíz, Alfredo; tr. Gurutze, Goldschläger

. --Caracas : VenEconomía, 1992

158 p. : il.

Incluye índice

POLITICA ECONOMICA - VENEZUELA / ECONOMIA POLITICA - VENEZUELA / DESARROLLO SOCIAL - VENEZUELA / PETROLEO - VENEZUELA / CRECIMIENTO ECONOMICO - VENEZUELA

Funaro, Rita; Gil Yepes, Jose Antonio; Sweeney, John; Ruíz, Alfredotr.; Goldschläger, Gurutzetr.

Existencias: G - 062448 Ej.1

SALA DE ARTES Y HUMANIDADES

338.987

P467e

Perspectivas Económicas de Venezuela 1992 - 1997 : Actualización Febrero 1993 / dirs. Robert Bottome, Rita Funaro y John Sweeney. -- . --Caracas : VenEconomía, 1993.

48 p. : il.

Contiene resumen

POLITICA ECONOMICA-VENEZUELA / ECONOMIA POLITICA -VENEZUELA / DESARROLLO SOCIAL - VENEZUELA / CRECIMIENTO ECONOMICO-VENEZUELA / PETROLEO-VENEZUELA

Funaro, Rita, dir.; Sweeney, John, dir.; Bottome, Robert, dir.

Existencias: AH - 062449 Ej.1

GENERAL

338.987

P467r

Bottome, Robert

Perspectivas Económicas, Políticas y Sociales de Venezuela 1996-2001 / Robert, Bottome; Victoria, Cunningham; José Juan, Gómes Lorenzo; Karissa, Price

. --Caracas : VenEconomía, 1996

186 p. : il.

Incluye notas a pie de página e índice

POLITICA ECONOMICA - VENEZUELA / ECONOMIA POLITICA - VENEZUELA / CRECIMIENTO ECONOMICO - VENEZUELA / PETROLEO - VENEZUELA / DESARROLLO SOCIAL - VENEZUELA

Cunningham, Victoria; Gómes Lorenzo, José Juan; Price, Karissa

Existencias: G - 062450 Ej.1

GENERAL

338.987

A188

Bottome, Robert

Actualización : perspectivas Económicas, Políticas y Sociales de Venezuela 1996 - 2001 : Robert, Bottome; Victoria, Cunningham; José Juan, Gomes Lorenzo; Karissa, Price

. --Caracas : VenEconomía, 1997

82 p. : il.

Incluye índice
POLITICA ECONOMICA - VENEZUELA / DESARROLLO ECONOMICO - VENEZUELA / CRECIMIENTO
ECONOMICO - VENEZUELA / DESARROLLO SOCIAL - VENEZUELA / PETROLEO - VENEZUELA
Cunningham, Victoria; Gomes Lorenzo, José Juan; Price, Karissa
Existencias: G - 062451 Ej.1

GENERAL

332.6780202

C399m

Cepeda Pizarro, Mauricio

Manual de crédito nacional / Mauricio, Cepeda Pizarro; dir. tec. Fernando, Pardo Vargas
. --Santafé de Bogotá : Asociación Bancaria y de Entidades Financieras de Colombia Ediciones
Bancarias y Financieras, 1993

75 p.

Incluye índice y bibliografía

CREDITO - COLOMBIA - MANUALES / CREDITO AGRICOLA - MANUALES / CREDITO INDUSTRIAL -
MANUALES

Pardo Vargas, Fernando, dir. tec.

Existencias: G - 062320 Ej.1

SALA DE ARTES Y HUMANIDADES

338.173

S612c

Simposio Internacional (1º : 1997 8 jul. : Medellín)

Café, instituciones y desarrollo económico / comps. Diego Pizano Salazar y José Chalarca. --
. --Medellín : Federación Nacional de Cafeteros, 1997.

135 p. : il.

Incluye notas a pie de página

CAFE / PRODUCTOS AGRICOLAS / DESARROLLO ECONOMICO-COLOMBIA

Chalarca, José , comp.,ed.; Pizano Salazar, Diego, comp.

Existencias: AH - 062534 Ej.1 AH - 062535 Ej.2

GENERAL

330.09

V393h

Vázquez de Prada, Valentín

Historia económica mundial / Valentín Vázquez de Prada. --

. --Navarra : EUNSA, 1999

412 p. --

Colección Libros de economía

Incluye anexo y bibliografía

POLITICA ECONOMICA-HISTORIA / DESARROLLO ECONOMICO-HISTORIA / ECONOMIA-SIGLOS V-XVIII /
INDUSTRIALIZACION / CAPITALISMO / POLITICA ECONOMICA -SIGLO XX

ISBN: 84-313-1667-5

Existencias: G - 062515 Ej.1 G - 067446 Ej.2 G - 067447 Ej.3

GENERAL

330.8

C733e

330.8

C733e

Comisión Económica para América Latina y el Caribe

Estudio económico de América Latina y el Caribe 1997-1998 / Comisión Económica para América
Latina y el Caribe

. --Santiago de Chile : Naciones Unidas, 1998

385 p. : gráfs. + 2 disquetes de 3½

Con. : Primera parte : La región. -- Segunda parte : Los países. -- Tercera parte : Cincuenta años del
Estudio Económico. -- Incluye índice

ECONOMIA (AMERICA LATINA) - 1997-1998 / CARIBE (REGION) - ASPECTOS ECONOMICOS / AMERICA
LATINA - ASPECTOS ECONOMICOS / POLITICA ECONOMICA / INFLACION / INVERSIONES

Existencias: G - 062368 Ej.1

SALA DE ARTES Y HUMANIDADES

338.1861

C965p

Cuervo Rojas, Gonzalo

El problema agrario en Colombia : y sus incidencias en la violencia y en la paz social / Gonzalo Cuervo Rojas. --
. --Bogotá : Editorial Colombia Nueva, 1991.
84 p.
Incluye biografía del autor e índice
PRODUCCION AGRICOLA-ASPECTOS SOCIALES / AGRICULTURA-COLOMBIA / PROBLEMAS SOCIALES / ECONOMIA AGROPECUARIA
Existencias: AH - 062610 Ej.1

GENERAL

332.11
C335i

Casasus, Joaquín D.
Las instituciones de crédito / Joaquín D., Casasus
. --México : Somex, 1991
411 p. : il.
Colección Biblioteca Mexicana de Clásicos Financieros
En portada, Edición Facsimilar 1890
Incluye notas a pie de página e índice
ECONOMIA - HISTORIA, 1890 - MEXICO / BANCOS CENTRALES - MEXICO / BANCOS NACIONALES - HISTORIA - MEXICO / BANCOS - HISTORIA - MEXICO
ISBN: 968-842-261-4
Existencias: G - 062626 Ej.1

GENERAL

R
330.0212
C733a

Comisión Económica para América Latina y el Caribe
Anuario estadístico de América Latina y el Caribe = Statistical yearbook for Latin America and the Caribbean / Comisión Económica para América Latina y el Caribe
-- Ed. de 1997. --Santiago de Chile : Naciones Unidas, 1998
lxxxix, 168 p.
Incluye índice y anexos
DESARROLLO SOCIAL - AMERICA LATINA / DESARROLLO ECONOMICO - AMERICA LATINA / POBLACION - ESTADISTICAS - AMERICA LATINA / CUENTAS NACIONALES - ESTADISTICAS - AMERICA LATINA / BALANZA DE PAGOS - AMERICA LATINA / AMERICA LATINA - CONDICIONES ECONOMICAS - ESTADISTICAS
ISBN: 92-1-021037-9
Existencias: G - 062771 Ej.1

GENERAL

338.091724
I42

Roberts, Mark J., ed.
Industrial evolution in developing countries : micro patterns of turnover, productivity, and market structure / ed. Mark J., Roberts; ed. James R., Tybout
. --Oxford : The World Bank ; Oxford University Press, 1996
345 p. : gráfs.
Incluye índice
INDUSTRIALIZACION - DESARROLLO DE CIUDADES - ESTUDIO DE CASOS / PRODUCTIVIDAD INDUSTRIAL - DESARROLLO DE CIUDADES - ESTUDIO DE CASOS / CAMBIO DE EMPLEO - DESARROLLO DE CIUDADES - ESTUDIO DE CASOS / PAISES DESARROLLADOS - MANUFACTURAS / PAISES DESARROLLADOS - COMERCIO
Tybout, James R., ed.
ISBN: 0-19-521110-3
Existencias: G - 062761 Ej.1

GENERAL

330.1
M687e

Mochon Morcillo, Francisco
Economía teoría y política / Francisco, Mochon Morcillo
-- 2a ed.. --Madrid : Editorial McGraw-Hill, 1990
840 p. : gráfs.
Incluye índice
ECONOMIA / OFERTA Y DEMANDA / ECONOMIA POLITICA / MICROECONOMIA / DEMANDA (TEORIA ECONOMICA) / MONOPOLIOS / OLIGOPOLIOS / MERCADO LABORAL / RENTAS NACIONALES /

MACROECONOMIA / INFLACION / ECONOMIA INTERNACIONAL

ISBN: 84-7615-494-1

Existencias: G - 062742 Ej.1

GENERAL

338.5024658

M644e

Milgrom, Paul

Economics, organization and management / Paul, Milgrom; John, Roberts

. --Upper Saddle River, N.J. : Prentice-Hall, 1992

xvii, 621 p.

Incluye índice y glosario

ECONOMIA GERENCIAL / ORGANIZACION / RECURSOS HUMANOS

Roberts, John

ISBN: 0-13-224650-3

Existencias: G - 062827 Ej.1 G - 062828 Ej.2

SALA DE ARTES Y HUMANIDADES

337.1

A512

Krugman, Paul R.

Las Américas : integración económica en perspectiva / Paul R. Krugman ; Alan Winters ; Kyu Uck Lee ;

Rubens Ricupero. --

. --Santafé de Bogotá : Depto. Nacional de Planeación ; Banco Interamericano de Desarrollo, 1996.

434 p.

Incluye notas a pie de página y bibliografías

INTEGRACION ECONOMICA INTERNACIONAL / POLITICA COMERCIAL / COOPERACION INTERNACIONAL

/ INTEGRACION LATINOAMERICANA

COLOMBIA -INTEGRACION ECONOMICA

Winters, Alan; Lee, Kyu Uck; Ricupero, Rubens

Existencias: AH - 062981 Ej.1

GENERAL

330

M278p

Mankiw, N. Gregory

Principios de economía / N. Gregory, Mankiw; tr. Esther, Rabasco Espáriz; tr. Luis, Toharia Cortés

. --Madrid : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1998

xxxvii, 726 p. : il

Incluye conclusiones, resumen, preguntas, problemas y aplicaciones en cada capítulo, glosario e

índice

ECONOMIA / OFERTA Y DEMANDA / COSTOS DE PRODUCCION / MONOPOLIOS / OLIGOPOLIOS /

ANALISIS ECONOMICO / MACROECONOMIA / APERTURA ECONOMICA

Rabasco Espáriz, Esthertr.; Toharia Cortés, Luistr.

ISBN: 84-481-1422-1

Existencias: G - 063066 Ej.1 G - 063067 Ej.2 G - 063068 Ej.3 G - 063069 Ej.4

SALA DE ARTES Y HUMANIDADES

337.1

A691

Argentina y Brasil en el mercosur : políticas comunes y alianzas regionales / R. J. Pérez ... [et.al.]. -- . --Buenos Aires : Grupo Editor Latinoamericano, 1995.

176 p. --

Colección Estudios Internacionales

Incluye notas a pie de página e índice

MERCOSUR / INTEGRACION ECONOMICA-AMERICA LATINA / INTEGRACION SOCIAL

AMERICA LATINA-INTEGRACION ECONOMICA

Kropp, T.; Garriga, M.; Cervo Amado, Luiz; Pérez, R. J.

ISBN: 950-694-431-8

Existencias: AH - 063234 Ej.1

GENERAL

334.2

A185I

Acosta Gualtero, Félix

Ley 79 de 1988 : decretos 2150 de 1995 y 427 de 1996 / Félix, Acosta Gualtero
. --Santafé de Bogotá : Departamento Administrativo Nacional de Cooperativas, 1996
113 p.
Colección Biblioteca Jurídica ; No.1
A la cabeza del título : Legislación Cooperativa
Incluye notas a pie de página e índice
COOPERATIVAS - LEGISLACION / COOPERATIVISMO - LEGISLACION / CREDITO / BANCOS
COOPERATIVOS / COMPAÑIAS / CUPOCREDITO / LEY 79 DE 1988
Existencias: G - 063237 Ej.1

GENERAL

336.861
V182f

Vallejo Dorado, Pedro Antonio
Teoría de finanzas públicas / Pedro Antonio, Vallejo Dorado
. --Pasto : Universidad de Nariño, 1995
131 p.
Incluye notas a pie de página, anexos y bibliografía
HACIENDA PUBLICA / HACIENDA MUNICIPAL / GASTOS PUBLICOS / SERVICIOS PUBLICOS /
PRIVATIZACION / ADMINISTRACION PUBLICA
Existencias: G - 063289 Ej.1

GENERAL

331.133
B851c
331.133
B851c

Bridges, William
Cómo crear nuevas oportunidades de trabajo / William, Bridges; tr. Ninetta, Guzmán B.
. --México : Prentice-Hall Hispanoamericana, 1997
257 p. : + 1 disquete de 3½
Incluye bibliografía e índice
TRABAJO Y TRABAJADORES - SIGLO XXI / ECONOMIA DEL TRABAJO - SIGLO XXI / EMPLEO TEMPORAL
Guzmán B., Ninetta, tr.
Existencias: G - 063227 Ej.1 G - 063228 Ej.2 G - 063229 Ej.3

GENERAL

331.128
P438f

Pérez García, Miguel
Flexibilización laboral y outsourcing : servicio temporal, agencias de empleo, cooperativas de trabajo
asociado, y empresas asociativas de trabajo / Miguel, Pérez García; Victoria, Aragón de Pérez
. --Medellín : Biblioteca Jurídica Díké, 1999
174 p.
Incluye bibliografía e índice
AGENCIA DE EMPLEO - LEGISLACION / MERCADO LABORAL / OUTSOURCING / TRABAJO Y
TRABAJADORES - LEGISLACION
Aragón de Pérez, Victoria
ISBN: 958-8075-08-4
Existencias: G - 063398 Ej.1 G - 063399 Ej.2 G - 063400 Ej.3

GENERAL

332.024
D923d

Dunnan, Nancy
Dun & Bradstreet : guide to \$your investments\$: Nancy, Dunnan
. --New York : Harper & Row, 1990
378 p. : il.
Incluye índice
FINANZAS PERSONALES - MANUALES / AHORRO E INVERSION - MANUALES
ISBN: 0-06-096435-9
Existencias: G - 063460 Ej. 1

GENERAL

338.188
G633e

Gómez Botero, José Jairo

Escenarios de los sectores productivos al siglo XXI para el Departamento de Nariño / José Jairo, Gómez Botero; Nelson, Torres Vega
. --Pasto : Universidad de Nariño, 1995
144 p. : il.
Incluye biografía de los autores, bibliografía y conclusiones
AGRICULTURA - NARIÑO / AGRICULTURA - COLOMBIA / ECONOMIA - COLOMBIA / MICROECONOMIA - NARIÑO / ECONOMIA - NARIÑO
Torres Vega, Nelson
Existencias: G - 063489 Ej.1 G - 063689 Ej.2

GENERAL

337.3

Z49s

Zelada Castedo, Alberto

Solución de controversias en el derecho internacional económico y en el derecho de la integración económica regional / Alberto, Zelada Castedo
. --Sucre : Universidad Andina Simón Bolívar, 1996
166 p.
Incluye biografía y bibliografía
AMERICA LATINA - INTEGRACION ECONOMICA / AMERICA LATINA - TRATADOS INTERNACIONALES / INTEGRACION ECONOMICA INTERNACIONAL
Existencias: G - 063686 Ej.1

GENERAL

333.716

D352e

Delgado Palma, Víctor Manuel

Especies Ornamentales usadas en Areas Urbanas : Experiencia Programa Hojas Verdes / Víctor Manuel Delgado Palma. --
. --Santafé de Bogotá : Cámara de Comercio, 1995
146 p. : il.
Incluye glosario, índice y notas a pie de página
DESARROLLO SOSTENIBLE / AREAS METROPOLITANAS / ARBUSTOS / ARBORICULTURA / ARBUSTOS ORNAMENTALES
ISBN: 9113-66-4
Existencias: G - 063714 Ej.1 G - 067151 Ej.2 G - 067152 Ej.3 G - 067153 Ej.4

GENERAL

337.1

B393q

Beck, Ulrich

¿Qué es la globalización? : falacias del globalismo, respuestas a la globalización / Ulrich, Beck; tr. Bernardo, Moreno; tr. María Rosa, Borrás
. --Barcelona : Ediciones Paidós, 1998
224 p.
Incluye bibliografía
GLOBALIZACION / CAMBIO SOCIAL / COMPETENCIA ECONOMICA INTERNACIONAL
Moreno, Bernardotr.; Borrás, María Rosatr.
ISBN: 84-493-0528-4
Existencias: G - 063753 Ej.1

SALA DE ARTES Y HUMANIDADES

330.9

S237e

Santos Redondo, Manuel

Los economistas y la empresa : empresa y empresario en la historia del pensamiento económico / Manuel Santos Redondo. --
. --Madrid : Alianza Editorial, 1997.
339 p.
Incluye notas a pie de página, bibliografía e índice
ECONOMIA-HISTORIA / ECONOMIA-TEORIAS - HISTORIA / EMPRESARIOS INDUSTRIALES - HISTORIA
ISBN: 84-206-6825-7
Existencias: AH - 063754 Ej.1

GENERAL

333.79

J61t

Jimenez Morales, Germán

Tras las huellas del apagón / Germán, Jimenez Morales

. --Santafé de Bogotá : Edinalco, 1992

185 p. : il.

Incluye biografía del autor e índice

ENERGIA / GAS / ELECTRIFICACION / RECURSOS ENERGETICOS - COLOMBIA / SECTOR ELECTRICO - COLOMBIA / CONSERVACION DE LA ENERGIA ELECTRICA / ENERGIA ELECTRICA - COLOMBIA

Existencias: G - 063851 Ej.1

GENERAL

339

B639m

Blanchard, Olivier

Macroeconomía / Olivier, Blanchard; tr. Esther, Rabasco; rev. téc. Samuel, Bentolila

. --Madrid : Prentice-Hall Internacional, 1999

xxiv, 648 p. : gráfs.

Incluye apéndices, glosario e índice

MACROECONOMIA / MACROECONOMIA - FUNDAMENTOS / APERTURA ECONOMICA / OFERTA Y DEMANDA / POLITICA ECONOMICA

Rabasco, Esthertr.; Bentolila, Samuelrev. téc.

ISBN: 84-8322-005-9

Existencias: G - 064020 Ej.1 G - 064021 Ej.2 G - 064022 Ej.3 G - 064023 Ej.4 G - 064024

Ej.5

GENERAL

333.33092

T867t

Trump, Donald J.

Trump surviving at the top / Donald J., Trump; Charles, Leerhsen

. --New York, N.Y. : Random House, 1990

236 p.

Incluye índice

NEGOCIANTES - ESTADOS UNIDOS - BIOGRAFIAS / BIENES RAICES - ESTADOS UNIDOS / NEGOCIOS EN BIENES RAICES - ESTADOS UNIDOS

Leerhsen, Charles

ISBN: 0-394-57597-0

Existencias: G - 064025 Ej.1

GENERAL

338.9727

B959l

Burki, Shahid Javed

La larga marcha : una agenda de reformas para la próxima década en América Latina y el Caribe /

Shahid Javed, Burki; Guillermo E., Perry; epíl. Eduardo, Aninant

. --Washington : Banco Mundial, 1998

xv, 132 p. : gráfs

A la cabeza de la portada: Estudios del Banco Mundial sobre América Latina y el Caribe, puntos de vista

Incluye referencias bibliográficas

AMERICA LATINA - ECONOMIA POLITICA / CARIBE (REGION) - ECONOMIA POLITICA / ESTABILIDAD ECONOMICA - AMERICA LATINA / ESTABILIDAD ECONOMICA - CARIBE (REGION) / POBREZA - POLITICA GUBERNAMENTAL - AMERICA LATINA

Perry, Guillermo E.; Aninant, Eduardoepíl.

ISBN: 0-8213-4281-9

Existencias: G - 064008 Ej.1

GENERAL

332.41

C758o

Consuegra Higgins, José

Origen latinoamericano de las teorías de la inflación / José, Consuegra Higgins

. --[Santafé de Bogotá?] : Editorial Mejoras, 1996

55 p.

Discurso pronunciado en la Academia Colombiana de Historia. Sesión del día 10 de julio de 1996

Incluye bibliografía
INFLACION - TEORIAS - AMERICA LATINA / INFLACION - HISTORIA
Existencias: G - 030204 Ej.1

GENERAL

330.98
B213i
1990

Banco Interamericano de Desarrollo
Informe anual 1990 / Banco Interamericano de Desarrollo
. --Washington : BID, 1991
182 p. : il
Incluye anexos
ECONOMIA - AMERICA LATINA / ECONOMIA INTERNACIONAL / ESTADOS FINANCIEROS / CARIBE
(REGION) - CONDICIONES ECONOMICAS
Existencias: G - 030188 Ej.1

GENERAL

338.98
B213pr
1991

Banco Interamericano de Desarrollo
Progreso económico y social en América Latina, informe 1991 : La seguridad social en América Latina /
Banco Interamericano de Desarrollo
. --Washington : BID, 1991
v, 330 p. : gráfs
Incluye apéndices
ECONOMIA - AMERICA LATINA / AMERICA LATINA - CONDICIONES ECONOMICAS / SEGURIDAD SOCIAL
- AMERICA LATINA
Existencias: G - 031321 Ej.1

GENERAL

338.987
B751a
1998

Bottome, Robert
Actualización : perspectivas económicas, políticas y sociales de Venezuela 1997-2002 / Robert,
Bottome; Michaela, Ridgway; tr. Francisco, Pance
. --Caracas : VenEconomía, 1998
92 p.
Incluye fuentes de información
POLITICA ECONOMICA - VENEZUELA / DESARROLLO ECONOMICO - VENEZUELA / CRECIMIENTO
ECONOMICO - VENEZUELA / DESARROLLO SOCIAL - VENEZUELA / PETROLEO - VENEZUELA
Ridgway, Michaela; Pance, Franciscotr.
Existencias: G - 038174 Ej.1

GENERAL

338.987
B751pe

Bottome, Robert
Perspectivas económicas, políticas y sociales de Venezuela 1997-2002 / Robert Bottome, Rita Funaro y
Michaela Ridgway ; tr. Carmen Teresa de la Ville. --
. --Caracas : VenEconomía, 1997
195 p. : gráfs
Incluye notas sobre las fuentes
POLITICA ECONOMICA - VENEZUELA / ECONOMIA POLITICA - VENEZUELA / CRECIMIENTO ECONOMICO -
VENEZUELA / PETROLEO-VENEZUELA / DESARROLLO SOCIAL-VENEZUELA
Funaro, Rita; Ridgway, Michaela; Ville, Carmen Teresa de la R.
Existencias: G - 024122 Ej.1

GENERAL

330.986
R741c

Rojas Morales, Ernesto
Colombia : problemas de ayer y de hoy / Ernesto, Rojas Morales
. --Santafé de Bogotá : Graphic Center, 1990

487 p.
NEOLIBERALISMO - COLOMBIA / SALARIOS - COLOMBIA / SERVICIOS PUBLICOS - COLOMBIA /
PROBLEMAS SOCIALES - COLOMBIA / COLOMBIA - CONDICIONES ECONOMICAS / VIOLENCIA - COLOMBIA
Existencias: G - 064076 Ej.1 G - 065086 Ej.2

GENERAL

338.91
Q3

¿ Qué será de nuestra América en el siglo XXI?. --Barranquilla : Corporación Educativa Mayor del Desarrollo
Simón Bolívar, 1999
xi, 102 p. : il.
Aguilar Monteverde, Alonso
Lombardo, Marcela
Sánchez Juliao, David
Díaz Callejas, Apolinar
Suplemento especial de la Revista Desarrollo Indoamericano No. 108
Incluye notas a pie de páginas
AMERICA - POLITICA Y GOBIERNO / ECONOMIA - AMERICA LATINA / POLITICA - AMERICA LATINA /
AMERICA LATINA - SIGLO XXI / ECONOMIA INTERNACIONAL
Existencias: G - 064101 Ej.1

SALA DE ARTES Y HUMANIDADES

330.15
B918e

Buchanan, James M.
Ensayos sobre economía política / James M. Buchanan ; tr. Alberto Coria ; coord. Fernando Janet. --
. --México : Alianza Editorial, 1990.
103 p.. --
Colección Alianza Política
Incluye notas a pie de página
POLITICA ECONOMICA / ECONOMIA POLITICA / ECONOMIA-TEORIAS
Coria, Alberto, tr.; Janet, Fernando, coord.
ISBN: 968-39-0407-6
Existencias: AH - 064122 Ej.1

SALA DE ARTES Y HUMANIDADES

330.987
C758p

Consuegra Higgins, José
El pensamiento económico venezolano / José Consuegra Higgins. --
. --Barranquilla : Editorial Mejoras, 1996.
112 p.
En la portada : Discurso pronunciado en el Aula Máxima de la Universidad de Zulia, el 25 de septiembre
de 1996, en el acto en que le fué otorgado el título de Doctor Honoris Causa
Incluye bibliografía e índice
VENEZUELA-CONDICIONES ECONOMICAS; VENEZUELA-ASPECTOS SOCIOECONOMICOS
Existencias: AH - 064085 Ej.1

GENERAL

338.642
F981g

García Misas, Fidel, ed.Fundación Social
La gestión de un cambio / ed. Fidel, García Misas; Doris, Zuluaga; Marina, Mosquera; María,
Magallanes
. --Cartagena : Fundación Social, 1998
56 p. : il.
Círculo de Obreros de San Pedro Claver
En carátula : Retrospectiva de la intervención promocional de la Fundación Social en los
corregimientos: Arroyo Grande, Arroyo de Piedra, Punta Canoa
Incluye notas a pie de página y bibliografía
FUNDACION SOCIAL / INSTITUCIONES SOCIALES - BOLIVAR (COLOMBIA) / ESTRUCTURA SOCIAL - BOLIVAR
(COLOMBIA) / PARTICIPACION COMUNITARIA - BOLIVAR (COLOMBIA)
Zuluaga, Doris; Mosquera, Marina; Magallanes, María
Existencias: G - 064203 Ej.1

GENERAL

332.642
B693b

Bolsa de Bogotá

La Bolsa frente al nuevo milenio : memorias de los actos celebrados con ocasión del septuagésimo aniversario de fundación de la Bolsa de Bogotá 1928-1998 / Bolsa de Bogotá
. --Santafé de Bogotá : Bolsa de Bogotá, 1999
194 p. : il.

MERCADO DE VALORES / BOLSA DE VALORES - BOGOTA (COLOMBIA) / MERCADO DE CAPITALES

Existencias: G - 064207 Ej.1

GENERAL

331.7
C718r

Galeano Rodríguez, Walter O., dir.Colombia. Ministerio de Trabajo y Seguridad Social. Dirección General de Empleo. División de Productividad y Tecnología

Repertorios de procesos técnicos y empleo / dir. Walter O., Galeano Rodríguez

. --Santafé de Bogotá : Guadalupe, 1991

v. : il.

Biblioteca tiene : v.3 Sector Textil y Confecciones

EMPLEOS - COLOMBIA / ANALISIS OCUPACIONAL - COLOMBIA / MERCADO LABORAL - COLOMBIA /

INDUSTRIA TEXTIL - PLANEACION - COLOMBIA

ISBN: 958-95275-2-3

Existencias: G - 064208 Ej.1

GENERAL

331.12
C172m

Cámara de Comercio de Bogotá

El mercado de trabajo bogotano : 1990 - 1998 / Cámara de Comercio de Bogotá

. --Santafé de Bogotá : Cámara de Comercio de Bogotá, 1999

63 p. : il.

Título tomado de la carátula

Incluye notas a pie de página y bibliografía

MERCADO LABORAL - SANTAFE DE BOGOTA (COLOMBIA) - 1990-1998 / EMPLEO - SANTAFE DE BOGOTA

(COLOMBIA) / SANTAFE DE BOGOTA (COLOMBIA) - CONDICIONES ECONOMICAS

Existencias: G - 064210 Ej.1

GENERAL

336.861
C718i

Colombia. Ministerio de Hacienda y Crédito Público. Dirección General de la Contabilidad Pública

Informes financieros del nivel territorial y agregado del sector público : año 1995 / Colombia. Ministerio de Hacienda y Crédito Público. Dirección General de la Contabilidad Pública

. --[Santafé de Bogotá?] : Ministerio de Hacienda, 1996

350 p. : il., cuadros

Biblioteca tiene : v.2

ADMINISTRACION FINANCIERA - COLOMBIA - INFORMES / FINANZAS - COLOMBIA - INFORMES /

HACIENDA PUBLICA - COLOMBIA - INFORMES

Existencias: G - 064242 v.2

GENERAL

333.71
T147m

Taller de Experiencias Ambientales (1o. : 1996? : Santafé de Bogotá

Memorias del evento / 1996? : Taller de Experiencias Ambientales (1o. :

. --Santafé de Bogotá : Contraloría General de la República. Seccional Bogotá-Cund., 1997

110 p.

Consideraciones generales sobre el control fiscal ambiental

Experiencias a nivel de las divisiones de valoración de costos ambientales

Estudios y Aportes sobre el Ejercicio del Control Fiscal : Términos de referencia para la ejecución de una Auditoría Ambiental ; Términos de referencia para evaluar políticas ambientales por sectores

Incluye notas a pie de página, conclusiones y glosario
CONSERVACION DE LOS RECURSOS NATURALES - CONGRESOS, CONFERENCIAS, ETC. / PROTECCION DEL MEDIO AMBIENTE - CONGRESOS, CONFERENCIAS, ETC. / POLITICA AMBIENTAL - CONGRESOS, CONFERENCIAS, ETC.

Existencias: G - 064367 Ej.1

GENERAL

330.1
E36h

Ekelund, Robert B.

Historia de la teoría económica y de su método / Robert B., Ekelund; Robert F., Hébert; tr. Jordi Pascual, Escutia

-- 3a ed. --México : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1992

xix, 731 p. : gráfs

Incluye lecturas complementarias y referencias en cada capítulo e índices

ECONOMIA - TEORIAS / ECONOMIA - HISTORIA / MICROECONOMIA / PARADISMAS (ECONOMIA) - SIGLO XX / ECONOMIA KEYNESIANA

Hébert, Robert F.; Escutia, Jordi Pascualtr.

ISBN: 84-7615-772-X

Existencias: G - 064294 Ej.1

GENERAL

332
C756a

Consuegra Higgins, José

Apuntes de la economía política / José Consuegra Higgins

-- 3a ed. --Santafé de Bogotá : Editorial Grijalbo, 1997

437 p. : il.

Incluye biografía del autor, bibliografía, notas a pie de página e índice

ECONOMIA POLITICA / COMERCIO EXTERIOR / CICLOS ECONOMICOS / SALARIOS / VALOR (ECONOMIA) / SISTEMAS ECONOMICOS / OFERTA / DEMANDA

ISBN: 958-639-134-5

Existencias: G - 064460 Ej.1

GENERAL

330.986
B213i

Banco de la República. Subgerencia de Estudios Económicos

Indicadores del sector público no financiero 1987-1995 : situación fiscal, gasto según finalidad y desagregación del gasto / Banco de la República. Subgerencia de Estudios Económicos

. --Santafé de Bogotá : Editorial Linotipia Bolívar, 1996

v. : il.

La Biblioteca tiene : v.5 Centro Regional Cúcuta (Norte de Santander, Santander)

SECTOR PUBLICO - COLOMBIA - 1987-1995 / GASTOS PUBLICOS - COLOMBIA - 1987-1995 / INDICADORES ECONOMICOS - COLOMBIA - 1987-1995

ISBN: 956-664-024-8

Existencias: G - 064442 v.5

GENERAL

338.6425
A786c

Artesanías de Colombia

Censo económico nacional del sector artesanal / Artesanías de Colombia

. --Santafé de Bogotá : Ministerio de Desarrollo Económico, 1998

308 p. : il.

Incluye anexos, gráficos

ARTESANIAS - ASPECTOS ECONOMICOS - COLOMBIA / ARTESANIAS - PRODUCCION - COLOMBIA / ARTESANIAS - ESTADISTICAS - COLOMBIA

Existencias: G - 064513 Ej.1

SALA DE ARTES Y HUMANIDADES

332.178
G779v

Gray, Janet L.

El valor de la calidad en los servicios bancarios : sistemas gerenciales efectivos que incrementan las utilidades, abaten costos y brindan un servicio competitivo al cliente / Janet L. Gray y Thomas W. Harvey ; tr.

Hugo Iván Escoffie Martínez ; rev. Carlos Rodríguez Tapia. --
. --México : Editorial Limusa ; Grupo Noriega Editores, 1997.
239 p. : il.
Incluye notas a pie de página e índice
SERVICIOS BANCARIOS / CALIDAD TOTAL EN SERVICIOS BANCARIOS / BANCOS-ADMINISTRACION
Harvey, Thomas W.; Escoffie Martínez, Thomas W.; Escoffie Martínez, Hugo Iván, tr.; Rodríguez Tapia,
Carlos, rev.
ISBN: 968-18-4678-8
Existencias: AH - 064592 Ej.1 AH - 065329 Ej.2 AH - 065330 Ej.3

GENERAL

335.4
E11m

Eagleton, Terry
Marx : y la libertad / Terry Eagleton; tr. Germán Saavedra Soler
. --Santafé de Bogotá : Norma, 1999
[69] p.
Colección Los Grandes Filósofos ; no.10
Incluye biografía del autor, notas a pie de página, bibliografía y siglas
MARX, CARLOS, 1818-1883 / MARX, CARLOS - CRITICA E INTERPRETACION / MARXISMO - HISTORIA Y
CRITICA
Saavedra Soler, Germán, tr.tr.
ISBN: 958-04-4583-4
Existencias: G - 064732 Ej.1

GENERAL

338.9
S471m

Seminario Taller Internacional Sistemas de Seguimiento y Evaluación de Planes y Programas de Desarrollo (1°
: 1992 nov. : Santa Marta
Memorias / 1992 nov. : Seminario Taller Internacional Sistemas de Seguimiento y Evaluación de Planes y
Programas de Desarrollo (1° :
. --Santafé de Bogotá : D.N.P. ; C.I.D. ; Secretaría de Información y de Sistemas de la Presidencia de la
República, 1993
293 p. : il.
El sistema departamental de planificación
Incluye notas a pie de página y resumen
POLITICA ECONOMICA / PLANES DE DESARROLLO / DESARROLLO SOCIAL / PLANIFICACION REGIONAL
Existencias: G - 064791 Ej.1

GENERAL

332.042
A659e

Aragonés, José Ramón
Economía financiera internacional / José Ramón Aragonés
. --Madrid : Pirámide, 1990
216 p. : il.
Colección Economía y Administración de Empresas
Incluye biografía del autor, notas a pie de página, bibliografías e índice
FINANZAS INTERNACIONALES / ECONOMIA INTERNACIONAL / SISTEMA MONETARIO INTERNACIONAL
ISBN: 84-368-0556-9
Existencias: G - 064902 Ej.1

GENERAL

332.642
B453a

Beltz Peralta, Hernán
Ante el siglo XXI / Hernán Beltz Peralta
. --Santafé de Bogotá : Bolsa de Bogotá, 1993
453 p.
En portada : compendio de discursos y escritos del doctor Hernán Beltz Peralta, Presidente de la Bolsa
de Bogotá
Incluye notas a pie de página e índice
FINANZAS - COLOMBIA / MERCADO DE CAPITALES - COLOMBIA / MERCADO DE VALORES - COLOMBIA /
PRIVATIZACION
Existencias: G - 064904 Ej.1

SALA DE ARTES Y HUMANIDADES

333.3232

S211b

Sánchez, Enrique

Bases para la conformación de las entidades territoriales indígenas - ETIS / Enrique Sánchez ; Roque Roldán ; María Fernanda Sánchez. --
. --Santafé de Bogotá : Departamento Nacional de Planeación, 1992.
158 p. : il.
Incluye bibliografía y notas a pie de página
INDIGENAS-SITUACION LEGAL / INDIGENAS-TRATADOS / INDIGENAS-TENENCIA DE LA TIERRA / TENENCIA DE LA TIERRA

Roldán, Roque; Sánchez, Roque; Sánchez, María Fernanda

Existencias: AH - 064957 Ej.1

GENERAL

331.2

C718c

Colombia. Ministerio de Trabajo y Seguridad Social

Convenios internacionales de trabajo ratificados por Colombia / Colombia. Ministerio de Trabajo y Seguridad Social

. --Santafé de Bogotá : El Ministerio, 1993

467 p.

Incluye notas a pie de página

TRABAJO Y TRABAJADORES / DERECHO LABORAL INTERNACIONAL / DERECHO LABORAL - LEGISLACION / REGLAMENTO DE TRABAJO

Existencias: G - 064958 Ej.1

GENERAL

339

O41a

O'kean, José María

Análisis del entorno económico de los negocios : una introducción a la macroeconomía / José María O'kean

. --Madrid : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1994

xvi, 268 p. : gráfs

Serie McGraw-Hill de management

Incluye notas bibliográficas en cada capítulo

MACROECONOMIA / DEMANDA (TEORIA ECONOMICA) / OFERTA Y DEMANDA / POLITICA MONETARIA / INFLACION

ISBN: 84-481-1995-9

Existencias: G - 065021 Ej.1 G - 065022 Ej.2 G - 065023 Ej.3 G - 065024 Ej.4 G - 065025

GENERAL

332.644

D557f

Díaz Tinoco, Jaime

Futuros y opciones financieras : una introducción / Jaime Díaz Tinoco; Fausto Hernández Trillo -- 2a ed. --México : Editorial Limusa ; Grupo Noriega Editores, 1998

171 p.

Incluye notas a pie de página, anexos, bibliografía y glosario

MERCADO DE FUTUROS / OPCIONES (FINANZAS) / FUTUROS (FINANZAS) / MERCADO MONETARIO / GLOBALIZACION DE MERCADOS

Hernández Trillo, Fausto

ISBN: 968-18-5568-X

Existencias: G - 065087 Ej.1 G - 065088 Ej.2

SALA DE ARTES Y HUMANIDADES

337

C823v

Corral Anuarbe, Pablo

Vademécum de ayudas financieras y subvenciones de la Unión Europea / Pablo Corral Anuarbe. --

. --Madrid : Editorial McGraw-Hill ; Ciencias Jurídicas, 1997.

xii, 319 p. : il.

Incluye anexos y notas a pie de página

ASISTENCIA ECONOMICA - EUROPA / COOPERACION INTERNACIONAL / POLITICA ECONOMICA /
PRESTAMOS / ECONOMIA INTERNACIONAL

ISBN: 84-481-0949-X

Existencias: AH - 065248 Ej.1

SALA DE ARTES Y HUMANIDADES

336.24

C732

Comentarios a la ley de derechos y garantías de los contribuyentes (cerrada la edición a marzo de 1998) /

Felipe Alonso Murillo ... [et al.]. -- . --Madrid : Editorial McGraw-Hill ; Ciencias Jurídicas, 1998.

xii, 309 p. --

Colección Elementos

Incluye índice y notas a pie de página

IMPUESTOS SOBRE LA RENTA-ESPAÑA / PROPIEDAD / RIQUEZA / CAPITAL / GANANCIAS

Alonso Murillo, Felipe; Blasco D., Carolina; Gómez Cardozo, Carolina; Gómez C., Cecilio; López M., Juan

ISBN: 84-481-2009-4

Existencias: AH - 065258 Ej.1

SALA DE ARTES Y HUMANIDADES

336.24

I34

Imposición sobre la renta : nueva normativa. --Madrid : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1999.

vii, 283 p. --

Colección Ciencias jurídicas. Legislación

Incluye anexos e índices

IMPUESTOS SOBRE LA RENTA-ESPAÑA / IMPUESTOS SOBRE BENEFICIOS EXTRAORDINARIOS / RENTAS
INTERIORES / RIQUEZA

ISBN: 84-481-2274-7

Existencias: AH - 065262 Ej.1

GENERAL

330.1

H565f

Herrerías, Armando

Fundamentos para la historia del pensamiento económico / Armando Herrerías

. --México : Editorial Limusa ; Grupo Noriega Editores, 1999

506 p.

Incluye bibliografía e índice

PENSAMIENTO ECONOMICO - EVOLUCION / PLATON - CRITICA E INTERPRETACION / TOMAS DE AQUINO,
SANTO - CRITICA E INTERPRETACION / KEYNES, JOHN MAYNARD - CRITICA E INTERPRETACION / PROPIEDAD
PRIVADA / COMERCIO EXTERIOR / GATT

ISBN: 968-18-5354-7

Existencias: G - 065312 Ej.1 G - 065313 Ej.2

GENERAL

339

I12e

Ibarra Valdés, David

Economía en diagramas : manual para comprender la macroeconomía / David Ibarra Valdés

. --México : Editorial Limusa ; Grupo Noriega Editores, 1998

182 p. : gráfs

En la carátula : Instituto de Formación Emprendedora

Incluye anexo

MACROECONOMIA - MANUALES / SECTOR PUBLICO - ASPECTOS ECONOMICOS / ECONOMIA -
METODOS GRAFICOS / INFLACION / METODOS GRAFICOS / CAMBIO EXTERIOR / TASAS DE INTERES

ISBN: 968-18-5666-X

Existencias: G - 065318 Ej.1 G - 065319 Ej.2

GENERAL

331.118

O32i

1999

Kanawaty, George, dir. Oficina Internacional del Trabajo. Ginebra

Introducción al estudio del trabajo / dir. George Kanawaty

-- 4a ed. --México : Editorial Limusa ; Grupo Noriega Editores, 1999
xvi, 522 p. : il
Incluye apéndices e índices
PRODUCTIVIDAD DEL TRABAJO / TRABAJO Y TRABAJADORES - FUNDAMENTOS / MEDICION DEL TRABAJO
/ ANALISIS OCUPACIONAL / ESTUDIO DE TIEMPOS
Oficina Internacional del Trabajo. Ginebra
ISBN: 968-18-5628-7
Existencias: G - 065327 Ej.1 G - 065328 Ej.2

GENERAL

330.015195
P649m

Pineda, Octavio Luis
Métodos y modelos econométricos : una introducción / Octavio Luis Pineda
. --México : Editorial Limusa ; Grupo Noriega Editores, 1998
155 p.
Colección Textos politécnicos. Serie economía
ECONOMETRIA / ECONOMETRIA - MODELOS
ISBN: 968-18-5554-X
Existencias: G - 065331 Ej.1 G - 065332 Ej.2

GENERAL

330M129e1999
330M129e1999

McConnell, Campbell R.
Economics : principles, problems and policies / Campbell R. McConnell; Stanley L. Brue
-- 14th ed. --Boston : Irwin ; McGraw-Hill, 1999
xxxii, 895 p. : il. + 1 Software tutorial versión 3.0 (1 manual de usuarios/Nelson Gerald C. (16 p.) + 1 CD-
ROM) en carpeta de doble bolsillo
Incluye índice
ECONOMIA / POLITICA ECONOMICA / INGRESO NACIONAL / POLITICA MONETARIA /
MACROECONOMIA / MICROECONOMIA
Brue, Stanley L.
Existencias: G - 065338 Ej.1

GENERAL

330.1
B919n

Buchholz, Todd G.
Nuevas ideas de economistas de ayer / Todd G. Buchholz ; tr. Flora Setaro. --
. --Buenos Aires : El Ateneo Editorial, 1993.
213 p. --
Colección Biblioteca de Ciencias Económicas. Serie Economía
Incluye notas e índice

MALTHUS, THOMAS ROBERT -CRITICA E INTERPRETACION / RICARDO, DAVID -CRITICA E INTERPRETACION
/ MILL, JOHN STUART --CRITICA E INTERPRETACION / MARX, CARLOS-CRITICA E INTERPRETACION / MARSHALL,
ALFRED-CRITICA E INTERPRETACION / KEYNES, MAYNARD-CRITICA E INTERPRETACION
ECONOMIA-HISTORIA Y CRITICA
Setaro, Flora , tr.
ISBN: 950-02-3618-4
Existencias: G - 065366 Ej.1

GENERAL

339
S855p

Stiglitz, Joseph E.
Principles of macro-economics / Joseph E. Stiglitz
-- 2nd ed. --New York, N.Y. : W.W. Norton & Company, 1996
xxx, 592 p. : il
Incluye glosario e índice
MACROECONOMIA / EMPLEO / DESEMPLEO / POLITICA ECONOMICA
ISBN: 0-393-96838-3
Existencias: G - 065416 Ej.1

GENERAL

339

M278m

Mankiw, N. Gregory

Macroeconomics / N. Gregory Mankiw

-- 4th ed. --New York, N.Y. : Worth Publishers, 2000

xli, 553 p. : gráfs

Incluye glosario e índice

MACROECONOMIA / MICROECONOMIA / DESEMPLEO / INFLACION / APERTURA ECONOMICA /

POLITICA ECONOMICA

ISBN: 1-57259-644-9

Existencias: G - 065421 Ej.1

GENERAL

338.9

F363p

Fernández Díaz, Andrés

Política económica / Andrés Fernández Díaz; José Alberto Parejo Gámir; Luis Rodríguez Sáiz

-- 2a ed. --Madrid : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1999.

xiv, 481 p. : gráfs.

Incluye bibliografía e índices

POLITICA ECONOMICA / POLITICA ECONOMICA - METODOLOGIA / POLITICA LABORAL / INFLACION /
BALANZA DE PAGOS / POLITICA MONETARIA / POLITICA FISCAL / NAFTA / FEDERACION EUROPEA / POLITICA
ECONOMICA - ESPAÑA / MERCOSUR

Parejo Gámir, José Alberto; Rodríguez Sáiz, José Alberto; Rodríguez Sáiz, Luis

ISBN: 84-481-2371-9

Existencias: G - 065440 Ej.1 G - 065441 Ej.2 G - 065442 Ej.3 G - 065443 Ej.4 G - 065444

Ej.5

GENERAL

337

I54e

Ingram, James C.

Economía internacional / James C. Ingram y Robert M. Dunn ; tr. Alfredo Díaz Mata. --

. --México : Editorial Limusa ; Grupo Noriega Editores, 1999.

620 p. : gráfs.

Incluye referencias seleccionadas en algunos capítulos, glosario e índice

ECONOMIA INTERNACIONAL / POLITICA ECONOMICA INTERNACIONAL / COMERCIO EXTERIOR /
ECONOMIA INTERNACIONAL-ASPECTOS ECONOMICOS / POLITICA COMERCIAL / FINANZAS
INTERNACIONALES / BALANZA DE PAGOS / SISTEMA MONETARIO INTERNACIONAL -HISTORIA -1880-1973 /
MERCADO DE EURO BONOS

Dunn, Robert M.

ISBN: 968-18-4707-5

Existencias: G - 065550 Ej.1 G - 065551 Ej.2

GENERAL

338.4791

M152t

McIntosh, Robert W.

Turismo : planeación, administración y perspectivas / Robert W. McIntosh ; Charles R. Goeldner y J.R.

Brent Ritchie ; tr. Manuel Salazar Palacios. --

-- 2a ed. -- . --México : Editorial Limusa ; Grupo Noriega Editores, 1999.

593 p. : il.

Incluye bibliografía seleccionada en cada capítulo, apéndices, glosario e índice

TURISMO / COMERCIO TURISTICO / PAQUETES TURISTICOS / TURISMO -ASPECTOS SOCIALES / TURISMO-
ASPECTOS ECONOMICOS

Goeldner, Charles R.; Ritchie, J.R. Brent

ISBN: 968-18-5822-0

Existencias: G - 065570 Ej.1 G - 065571 Ej.2

GENERAL

338.9861

G516c

Giraldo Samper, Marcela

Crisis : antecedentes, incertidumbres y salidas / Marcela Giraldo Samper. --

. --Santafé de Bogotá : Ediciones Aurora, 2000.

285 p.

En carátula : Nuevo reportaje a la economía. Polemizan los protagonistas. Los que están en el poder. Los que estuvieron. Los que no han estado
ECONOMIA -COLOMBIA / PRONOSTICO DE LA ECONOMIA -COLOMBIA - SIGLO XXI / ECONOMISTAS COLOMBIANOS -ENTREVISTAS
COLOMBIA -CONDICIONES ECONOMICAS; COLOMBIA -CONDICIONES SOCIALES
ISBN: 958-9136-05-2
Existencias: G - 067423 Ej. 1

GENERAL

337
G562

Globalización y derechos humanos en América Latina / eds. Cynthia Hewitt de Alcántara, Alberto Minujin. --
. --Santafé de Bogotá : Unicef ; Santillana ; Unrisd, 1999.
374 p. : il. --
Colección Cuadernos de Debate
En carátula : Derechos @ glob.net
Incluye notas a pie de página y bibliografía al final de cada capítulo
GLOBALIZACION -AMERICA LATINA - ENSAYOS, CONFERENCIAS, ETC. / CIUDADANIA -ENSAYOS, CONFERENCIAS, ETC. / DERECHOS HUMANOS -AMERICA LATINA - ENSAYOS, CONFERENCIAS, ETC.
Hewitt de Alcántara, Cynthia, ed.; Minujin, Alberto, ed.
ISBN: 958-24-0383-7
Existencias: G - 067335 Ej. 1

GENERAL

333.77
P769

Políticas y prácticas ambientales / coord. Luis Eduardo Saavedra Salazar ; invest. Mauricio Maldonado Chaya . -- -- 2a ed. -- . --Santafé de Bogotá : Instituto Nacional de Vías ; Ministerio de Transporte, 1997.
248 p. : fotos (algunas col.), cuadros
Incluye bibliografía e índice
CONSTRUCCION DE CARRETERAS-ASPECTOS AMBIENTALES-COLOMBIA / POLITICA AMBIENTAL-COLOMBIA - GUIAS / GESTION AMBIENTAL-COLOMBIA - GUIAS / CONTROL AMBIENTAL-COLOMBIA / CARRETERAS-PRESUPUESTOS Y COSTOS-COLOMBIA / PARTICIPACION CIUDADANA-COLOMBIA
Saavedra Salazar, Luis Eduardo , coord. y elabor.; Maldonado Chaya, Mauricio , invest.
ISBN: 958-95941-0-7
Existencias: G - 065769 Ej.1

GENERAL

330.986
C733ame

Comisión Económica para América Latina y el Caribe - CEPAL
América Latina y el Caribe : políticas para mejorar la inserción en la economía mundial / Cepal. --
. --Santiago de Chile : Naciones Unidas, 1995.
314 p. il. --
Colección Libros de la CEPAL ; no. 40
Incluye notas a pie de página, bibliografía e índice
INTEGRACION ECONOMICA-AMERICA LATINA / INTEGRACION ECONOMICA-CARIBE / COMERCIO EXTERIOR-AMERICA LATINA / COMERCIO EXTERIOR-CARIBE / MERCADO DE VALORES
AMERICA LATINA-CONDICIONES ECONOMICAS; AMERICA LATINA-HISTORIA ECONOMICA
ISBN: 92-1-321414-6
Existencias: G - 065858 Ej.1

GENERAL

R
338.9106
I43
2000

Informe sobre el desarrollo mundial, 1999-2000 : en el umbral del siglo XXI. --Madrid : Ediciones Mundi-Prensa, 2000.
ix, 291 p. : gráfs.
Incluye índice
DESARROLLO ECONOMICO-SIGLO XXI / POLITICA ECONOMICA-SIGLO XXI / PAISES EN DESARROLLO / DESCENTRALIZACION ADMINISTRATIVA / PROTECCION DEL PATRIMONIO CULTURAL

ISBN: 84-7114-851-X

Existencias: G - 065846 Ej.1

339.4682
P769

Política social y pobreza en Argentina / Ernesto Isuani [et al.]. -- . --Santafé de Bogotá : Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, 1991.

534 p. : il., cuadros. --

Serie La Pobreza en América Latina y el Caribe ; no.DE134

Incluye notas a pie de página e índice

POBREZA-ENSAYOS, CONFERENCIAS, ETC.-ARGENTINA

ARGENTINA-POLITICA SOCIAL - ENSAYOS, CONFERENCIAS, ETC.; ARGENTINA-CONDICIONES

ECONOMICAS - ENSAYOS, CONFERENCIAS, ETC.

Isuani, Ernesto; Bustelo, Eduardo; Beccaria, Luis A.; Minujin, Alberto; Tenti, Emilio

GENERAL

339.4682
P769

Política social y pobreza en Argentina / Ernesto Isuani ... [et al.]. -- . --Bogotá : PNUD, 1991.

v. : cuadros. --

Serie La Pobreza en América Latina y el Caribe ; no. DE134

En portada : Proyecto Regional para la Superación de la Pobreza RLA/86/004. -- Incluye notas a pie de página e índice

POBREZA-ENSAYOS, CONFERENCIAS, ETC.-ARGENTINA

ARGENTINA-POLITICA SOCIAL - ENSAYOS, CONFERENCIAS, ETC.; ARGENTINA-CONDICIONES

ECONOMICAS - ENSAYOS, CONFERENCIAS, ETC.

Bustelo, Eduardo; Beccaria, Luis A.; Minujin, Alberto; Tenti, Emilio

Existencias: G - 065883 v.3

GENERAL

339.46
L847p

Londoño de la Cuesta, Juan Luis

Pobreza, desigualdad y formación del capital humano en América Latina : 1950-2025. --

. --Washington : Banco Mundial, 1996.

iv, 39 p. : il. --

Colección temas de debate : Investigaciones en curso

En portada : Estudios del Banco Mundial sobre América Latina y el Caribe. Puntos de vista

POBREZA -AMERICA LATINA -1959 - 2025 / DISTRIBUCION DEL INGRESO-AMERICA LATINA / CAPITAL

HUMANO -AMERICA LATINA

ISBN: 0-8213-3630-4

Existencias: G - 065915 Ej.1

GENERAL

335.82
P822f

Poole, Michael

Teorías del sindicalismo : una sociología de las relaciones industriales / Michael Poole ; tr. Mónica Sapienza ; rev. Esther Pascual. --

. --Madrid : Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, 1991.

360 p. --

Colección Informes. Serie Relaciones Laborales ; no.13

Incluye notas a pie de página, bibliografía e índice

SINDICALISMO-TEORIAS / RELACIONES INDUSTRIALES / PLURALISMO-TEORIAS

Sapienza, Mónica, tr.; Pascual, Esther, rev.

ISBN: 84-7434-675-4

Existencias: G - 065993 Ej.1

GENERAL

331.7291
C796m

Córdova, Efrén

El mundo del trabajo en Cuba socialista / Efrén Córdova. --

. --Caracas : Fondo Latinoamericano de Ediciones Sociales, 1992.

405 p. : cuadros.

Incluye biografía del autor, notas a pie de página e índice
TRABAJO Y TRABAJADORES-CUBA / CONFLICTOS LABORALES-CUBA / ECONOMIA LABORAL-CUBA /
DERECHO AL TRABAJO-CUBA / CONTRATOS COLECTIVOS DE TRABAJO-CUBA / SINDICALISMO-CUBA
ISBN: 980-6270-08-8

Existencias: G - 065998 Ej.1

GENERAL

338.6048
I42

Industrial competitiveness : benchmarking business environments in the global economy. -- . --París :
Organisation for Economic Co-operation and Development, 1997.

497 p. : il., tablas, cuadros

ADMINISTRACION INDUSTRIAL / BENCHMARKING (ADMINISTRACION) / COMPETENCIA ECONOMICA

Existencias: G - 066078 Ej.1

GENERAL

338.064
I62

Investing in innovation : creating a research and innovation policy that works / eds. Lewis M. Branscomb y
James H. Keller. -- . --Cambridge : The MIT Press, 1999.

xviii, 516 p.

Incluye índice y notas en cada capítulo

INNOVACIONES TECNOLOGICAS-ASPECTOS ECONOMICOS-ESTADOS UNIDOS / TECNOLOGIA Y ESTADO-
ESTADOS UNIDOS

ESTADOS UNIDOS-POLITICA ECONOMICA,-1993

Branscomb, Lewis M., ed.; Keller, James H., ed.

ISBN: 0-262-02446-2

Existencias: G - 066721 Ej.1 G - 067806 Ej.2 G - 067807 Ej.3

SALA DE ARTES Y HUMANIDADES

331.1
R564f

Rifkin, Jeremy

El fin del trabajo : nuevas tecnologías contra puestos de trabajo, el nacimiento de una nueva era /
Jeremy Rifkin ; pról. Robert Heilbroner ; tr. Guillermo Sánchez ; rev. téc. Ana Rodríguez Domínguez y Carlos
Ossés Torrón. --

. --Barcelona : Ediciones Paidós Ibérica, 1997.

399 p.. --

Colección Paidós Estado y sociedad ; no.42

Incluye epílogo, notas, bibliografía e índice analítico

MERCADO LABORAL / DESEMPLEO POR RACIONALIZACION / GLOBALIZACION / CONTRATO SOCIAL-
SIGLO XXI / IMPACTO SOCIAL DE LA TECNOLOGIA-SIGLOXXI / TECNOLOGIA Y CIVILIZACION-SIGLOXXI

Heilbroner, Robert, pról.; Sánchez, Guillermo, tr.; Rodríguez Domínguez, Ana, rev. téc.; Ossés Torrón,
Carlos, rev. téc.

ISBN: 84-493-0318-4

Existencias: AH - 066763 Ej.1 AH - 066764 Ej.2

GENERAL

336.861
C718e

Colombia. Leyes, decretos etc.

Los empresarios ante "el revolcón" / Colombia. Leyes, decretos etc.

. --Bogotá : Incolta, 1991.

118 p.

En carátula : Reformas 1991. Tributaria. Cambiaria. Comercio exterior. Laboral

REFORMA TRIBUTARIA -LEGISLACION -COLOMBIA / DERECHO LABORAL -LEGISLACION -COLOMBIA

COLOMBIA -COMERCIO EXTERIOR - LEGISLACION

Existencias: G - 066227 Ej. 1

GENERAL

338.9
S246c

Sarmiento Palacio, Eduardo

Cómo construir una nueva organización económica : la inestabilidad estructural del modelo neoliberal

elementos para un Estado estratégico / Eduardo Sarmiento Palacio. --
. --Santafé de Bogotá : Escuela Colombiana de Ingeniería ; Editorial Oveja Negra, 2000.
366 p. : il., cuads.
En portada : Academia Colombiana de Ciencias Económicas. --
Incluye biografía de autor, notas a pie de página, bibliografía e índice
ECONOMIA / MERCADO DE EXPORTACION / EMPRESAS INTERNACIONALES / MACROECONOMIA /
SERVICIOS DE SALUD PARA LA COMUNIDAD / CAMBIO ORGANIZACIONAL / PRIVATIZACION / EDUCACION Y
ESTADO / ADMINISTRACION
ISBN: 958-8060-15-X
Existencias: G - 067543 Ej.1 G - 067544 Ej.2 G - 067545 Ej.3

GENERAL

330.9861
A662e
2000

Arango Londoño, Gilberto

Estructura Económica Colombiana / Gilberto Arango Londoño ; ed. Emma Ariza Herrera. --
-- 9a ed.. -- . --Santafé de Bogotá : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 2000.
x, 516 p. : gráfs., cuadros
Incluye índice
ECONOMIA (COLOMBIA) / COLOMBIA-CONDICIONES ECONOMICAS / COLOMBIA-POBLACION /
POBLACION RURAL / LEY 135 DE 1961 / LEY 160 DE 1993 / CAFE / RECURSOS NATURALES / ARANCELES DE
ADUANA / INVERSIONES EXTRANJERAS / INTEGRACION ECONOMICA / COMERCIO EXTERIOR / DEUDA
EXTERNA / INFLACION
Ariza Herrera, Emma, ed.
ISBN: 958-41-0101-3
Existencias: G - 066767 Ej.1 G - 066768 Ej.2 G - 066769 Ej.3

GENERAL

330.9861
l61
1998

Introducción al análisis económico : el caso Colombiano / . --Santafé de Bogotá : Siglo del hombre Editores,
1998 (impresión de 1999).
404 p. : cuad.
Incluye índice, bibliografía y siglas
ECONOMIA-TEORIAS / MONEDA / COMERCIO EXTERIOR / TEORIA ECONOMICA / PRECIOS-COLOMBIA
COLOMBIA-CONDICIONES ECONOMICAS; COLOMBIA-POLITICA ECONOMICA
ISBN: 958-665-014-6
Existencias: G - 066709 Ej.1 G - 066710 Ej.2 G - 066711 Ej.3

GENERAL

339.5
M414m

Massad, Carlos

Macroeconomía en un mundo interdependiente / Carlos Massad y Guillermo Pattillo ; ed. Patricia
Ortega Wiedmaier. --
. --Santiago : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 2000.
xiv, 769 p. : gráfs.
Incluye índices, glosario y bibliografía en cada capítulo
MACROECONOMIA / OFERTA Y DEMANDA / DISPONIBILIDADES MONETARIAS / POLITICA FISCAL /
ECONOMIA INTERNACIONAL
Pattillo, Guillermo; Ortega Wiedmaier, Patricia, ed.
ISBN: 956-278-106-2
Existencias: G - 066739 Ej.1 G - 066740 Ej.2 G - 066741 Ej.3

GENERAL

330.8
R438

Retos para el nuevo milenio en América Latina : desarrollo sostenible, competitividad y reformas de
segunda generación / eds., trs. Rogelio Pardo-Maurer, Carolina Bancroft y Linda Starke. -- . --Santafé de
Bogotá : Tercer Mundo, 1998.
157 p. : gráfs.
DESARROLLO SOSTENIBLE (AMERICA LATINA) / COMPETITIVIDAD / PROBLEMAS SOCIALES-ASPECTOS

ECONOMICOS / DEMOGRAFIA / POBREZA / JUSTICIA DISTRIBUTIVA (AMERICA LATINA)
Pardo-Maurer, Rogelio, ed., tr.; Bancroft, Carolina, ed., tr.; Starke, Linda, ed., tr.
ISBN: 958-601-774-5

Existencias: G - 067023 Ej.1 G - 067024 Ej.2 G - 067025 Ej.3

GENERAL

338.5
K19m

Katz, Michael L.

Microeconomía / Michael L. Katz y Harvey S. Rosen ; ver. Francisco Reyes Guerrero ; colab. Eduardo Ley Echave-Sustaeta. --

. --Santafé de Bogotá : Editorial McGraw-Hill, 1997.

xxxiii, 742 p. : gráfs.

Incluye índices, bibliografía y resumen en cada capítulo

MICROECONOMIA / CONSUMIDORES / MERCADEO / COMPETITIVIDAD

Rosen, Harvey S.; Reyes Guerrero, Francisco, ver.; Ley Echave-Sustaeta, Eduardo, colab.

ISBN: 84-8086-169-X

Existencias: G - 066742 Ej.3 G - 066743 Ej.4 G - 066744 Ej.5

GENERAL

338.5
S182m

Salvatore, Dominick

Microeconomía / Dominick Salvatore ; tr. Julio Coro Pando ; rev. téc. Agustín Cue Mancera. --

-- 3a ed.. -- . --México : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1992.

xi, 436 p. : gráfs.

Incluye índice

MICROECONOMIA / OFERTA Y DEMANDA / ELASTICIDAD (ECONOMIA) / COSTOS DE PRODUCCION / PRECIOS

Coro Pando, Julio, tr.; Cue Mancera, Agustín, rev. téc.

ISBN: 968-422-995-X

Existencias: G - 066745 Ej.1 G - 066746 Ej.2 G - 066747 Ej.3

GENERAL

338.5
F828m

Frank, Robert H.

Microeconomía y conducta / Robert H. Frank ; trs. Luis Toharia y Esther Rabasco ; rev. téc. José Luis Martín Simón. --

. --Madrid : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1992.

xxvi, 796 p. : gráfs.

Incluye índice y resumen en cada capítulo

MICROECONOMIA / OFERTA Y DEMANDA / CONSUMIDORES (CONDUCTA) / DEMANDA (TEORIA ECONOMICA) / MONOPOLIOS / OLIGOPOLIOS

Toharia, Luis, tr.; Rabasco, Esther, tr.; Martín Simón, José Luis, rev. téc.

ISBN: 84-7615-840-8

Existencias: G - 066733 Ej.1 G - 066734 Ej.2 G - 066735 Ej.3

GENERAL

339.52
C617p

Clavijo, Sergio

Política fiscal y estado en Colombia / Sergio Clavijo. --

. --Santafé de Bogotá : Ediciones Uniandes, 1998.

xxx, 529 p. : tablas

Incluye bibliografía en cada capítulo

POLITICA FISCAL-COLOMBIA / GASTOS PUBLICOS-COLOMBIA / IMPUESTOS-EVOLUCION / DESCENTRALIZACION ADMINISTRATIVA / POLITICA DE GASTOS PUBLICOS / JUSTICIA-COLOMBIA

ISBN: 958-695-005-0

Existencias: G - 066712 Ej.1 G - 066713 Ej.2 G - 066714 Ej.3

SALA DE ARTES Y HUMANIDADES

337.1
P964

Programa de Estudio La industria de América Latina ante la globalización económica / dir. Luis Jorge Garay S. ; Luis Felipe Quintero ... [et al.]. -- . --Santafé de Bogotá : Departamento Nacional de Planeación, 1998.
2 v. : il., cuadros.

Contenido : v.1 Colombia : estructura industrial e internacionalización 1967-1996. -- v.2 Argentina, Brasil, México, Venezuela : apertura y reestructuración productiva.

En Carátula : Colciencias, Consejería Económica y de Competitividad, Ministerio de Comercio Exterior, Ministerio de Hacienda y Crédito Público y Proexport Colombia. --

Incluye biografías de autores, notas a pie de página, bibliografía, conclusiones e índice

GLOBALIZACION ECONOMICA-AMERICA LATINA / ECONOMIA INTERNACIONAL / RELACIONES
INTERINDUSTRIALES-AMERICA LATINA / INTEGRACION ECONOMICA INTERNACIONAL-AMERICA LATINA /
INTERNACIONALIZACION (INDUSTRIA) / ECONOMIA INDUSTRIAL / MACROECONOMIA / COMPETITIVIDAD

Garay S., Luis Jorge, dir.; Quintero, Luis Felipe; Villamil, Jesús Alberto; Tovar, Jorge; Fatat, Abdul; Gómez, Sandra; Restrepo, Eliana; Yemail, Beatríz

Colciencias; Consejería Económica y de Competitividad; Colombia. Ministerio de Comercio Exterior
ISBN: 958-8025-14-1 (O.C.)

Existencias: AH - 067506 Ej.1 v.1 AH - 067507 Ej.1 v.2 AH - 067508 Ej.2 v.1 AH -
067509 Ej.2 v.2 AH - 067510 Ej.3 v.1 AH - 067511 Ej.3 v.2

GENERAL

338.5
P648m
1998

Pindyck, Robert S.

Microeconomía / Robert S. Pindyck y Daniel L. Rubinfeld ; trs. Esther Rabasco y Luis Toharia ; rev. tec. José María O'kean ; colabs. rev. tec. Ignacio Pomares Hernández y Rafael Aguado Correa. --
-- 4a ed.. -- . --Madrid : Prentice-Hall Ibérica, 1998.

xxv, 630 p. : gráf.

Incluye índices y glosario

MICROECONOMIA / OFERTA Y DEMANDA / COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR / MONOPOLIOS

Rubinfeld, Daniel L.; Rabasco, Esther, tr.; Toharia, Luis, tr.; O'kean, José María, rev. téc.; Pomares

Hernández, Ignacio , colab. rev. téc.; Aguado Correa, Rafael , colab. rev. téc.

ISBN: 84-8322-038-5

Existencias: G - 066730 Ej.1 G - 066731 Ej.2 G - 066732 Ej.3

GENERAL

336.34
E75c

Escrucera Cortés, Ana María

El crédito público externo del futuro : la financiación a través de los mercados / Ana María Escrucera Cortés ; pres. Antopnio José Núñez Trujillo. --

. --Santafé de Bogotá : Pontificia Universidad Javeriana. Facultad de Ciencias Jurídicas, 1993.

xiii, 178 p.

Tesis para optar el título de Abogada. Pontificia Universidad Javeriana. Facultad de Ciencias Jurídicas.
-- Incluye notas a pie de página, bibliografía y conclusiones

DEUDA PUBLICA-1962-1994-COLOMBIA / DEUDA INTERNA-1962-1994-COLOMBIA / CRISIS ECONOMICA-
1962-1964-COLOMBIA / FINANZAS INTERNACIONALES -TESIS Y DISERTACIONES ACADEMICAS / DOCUMENTOS
NEGOCIABLES-COLOMBIA

Existencias: G - 066374 Ej.1

GENERAL

333.7
C718e

Colombia. Contraloría General de Cundinamarca

Estado de los recursos naturales y del medio ambiente en Cundinamarca / La Contraloría ; contr. Uriel Alberto Amaya Olaya. --

. --Santafé de Bogotá : La Contraloría, 1999.

2 v. : il., cuadros, mapas (col.), láms. (col.)

En el vol. 1 Anexos. -- Incluye bibliografía y glosario

RECURSOS NATURALES-CUNDINAMARCA (COLOMBIA) / MEDIO AMBIENTE-CUNDINAMARCA
(COLOMBIA) - INFORMES / CONSERVACION DE LOS RECURSOS NATURALES-CUNDINAMARCA (COLOMBIA) /
POLITICA AMBIENTAL-CUNDINAMARCA (COLOMBIA) / CONTROL AMBIENTAL-CUNDINAMARCA (COLOMBIA) -
INFORMES

Amaya Olaya, Uriel Alberto, contr.; Rojas, Carlos, il.

Existencias: G - 066378 v.1 G - 066379 v.2

GENERAL

338.88 C212i

Canals, Jordi

La internacionalización de la empresa : cómo evaluar la penetración en mercados exteriores / Jordi Canals ; pról. Carlos Espinosa de los Monteros. --
. --Madrid : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1999.
186 p. : il., cuads. --
Serie McGraw-Hill de Management
Incluye biografía del autor, notas a pie de página, bibliografía
ECONOMIA INTERNACIONAL / EMPRESAS INTERNACIONALES / APERTURA ECONOMICA / COMPETENCIA ECONOMICA / MERCADOS / COMERCIO EXTERIOR / COMPAÑIAS EXTRANJERAS
Espinosa de los Monteros, Carlos, pról.
ISBN: 84-481-1996-7
Existencias: G - 066394 Ej.1 G - 066395 Ej.2

GENERAL

337.1

P438h

Pérez-Bustamante y González de la Vega, Rogelio

Historia de la Unión Europea / Rogelio Pérez-Bustamante. --

. --Madrid : Editorial Dykinson, 1997.

344 p.

En carátula : últimos capítulos Tratado de Amsterdam y Agenda 2000. -- Incluye bibliografía e índice

TRATADO DE AMSTERDAM-1997 / GUERRA MUNDIAL II, 1940-1945-HISTORIA

EUROPA-INTEGRACION ECONOMICA-1940-1997; EUROPA-POLITICA Y GOBIERNO

FEDERACION EUROPEA-HISTORIA - 1950-1997

ISBN: 84-8155-301-8

Existencias: G - 066430 Ej.1

SALA DE ARTES Y HUMANIDADES

336.861

V436g

Vélez, Carlos Eduardo

Gasto social y desigualdad : logros y extravíos, estudio de la incidencia del gasto público social en Colombia / Carlos Eduardo Vélez. --

. --[Santafé de Bogotá?] : Departamento Nacional de Planeación, 1996.

xxxviii, 442 p. : il., cuadros.

Incluye notas a pie de página y anexos

GASTOS PUBLICOS-COLOMBIA - 1992 / POLITICA DE GASTOS PUBLICOS-COLOMBIA - 1992 / EDUCACION-COLOMBIA - 1992 / SALUD-COLOMBIA - 1992 / HACIENDA PUBLICA-COLOMBIA - 1992

COLOMBIA-POLITICA SOCIAL-1992; COLOMBIA-POLITICA ECONOMICA-1992

Existencias: AH - 066433 Ej.1

GENERAL

337.1

J41n

Jáuregui, Gurutz

Los nacionalismos minoritarios y la Unión Europea : utopía o ucronía ? / Jáuregui, Gurutz. --

. --Barcelona : Editorial Ariel, 1997.

189 p. --

Colección Ariel ; no. 164

Incluye índice, conclusiones y notas a pie de página

RELACIONES INTERNACIONALES / COOPERACION INTERNACIONAL / POLITICA INTERNACIONAL /

ECONOMIA INTERNACIONAL / EUROPA-INTEGRACION / NACIONALISMO / INTERNACIONALISMO /

FEDERACION EUROPEA

ISBN: 84-344-1162-8

Existencias: G - 066488 Ej.1

GENERAL

337.14

M831u

Morata, Francesc

La Unión Europea : procesos, actores y políticas / Francesc Morata. --

. --Barcelona : Editorial Ariel, 1998.

447 p. : cuadros. --

Colección Ariel Ciencia Política

Incluye índice, resumen, conclusiones y notas a pie de página

POLITICA INTERNACIONAL / COOPERACION INTERNACIONAL / ECONOMIA INTERNACIONAL
EUROPA-INTEGRACION ECONOMICA; EUROPA-POLITICA Y GOBIERNO; FEDERACION EUROPEA
ISBN: 84-344-1807-X

Existencias: G - 066490 Ej.1

SALA DE ARTES Y HUMANIDADES

333.95

H565s

Herrera, Manuel

Saneamiento del santuario de flora y fauna de Iguaque / Manuel Herrera y Felipe Muñoz. --

. --Santafé de Bogotá : CIDER ; UNIANDES, 1997.

40 p. : il.

Incluye biografía de los autores, anexos, recomendaciones y notas a pie de página

PROTECCION DEL PAISAJE / CONSERVACION DE LOS RECURSOS NATURALES / PARQUES NATURALES-
COLOMBIA / FLORA ANDINA-COLOMBIA / PARQUES NACIONALES-BOYACA (COLOMBIA) / ECOLOGIA
MONTAÑOSA / ZOOLOGIA / FAUNA FORESTAL

Muñoz, Felipe

Existencias: AH - 066498 Ej.1

GENERAL

338.1773861

B499c

1999

Bergquist, Charles

Café y conflicto en Colombia (1886-1910) : la guerra de los Mil Días, sus antecedentes y consecuencias
/ Charles Bergquist ; tr. Moisés Melo. --

-- 2a ed.. --. --Bogotá : Banco de la República ; El Áncora Editores, 1999.

403 p. : gráfs., mapas

Incluye bibliografía

CAFE-HISTORIA-COLOMBIA / CAFE-COMERCIO

COLOMBIA-HISTORIA - GUERRA DE LOS MIL DIAS

Mélo, Moisés, tr.

ISBN: 958-96577-7-X

Existencias: G - 066437 Ej.1 G - 066438 Ej.2

SALA DE ARTES Y HUMANIDADES

330.122

S478c

Sennett, Richard

La corrosión del carácter : las consecuencias personales del trabajo en el nuevo capitalismo / Richard
Sennett ; tr. Daniel Najmías. --

-- 3a ed.. -- . --Barcelona : Editorial Anagrama, 2000.

188 p. : tablas. --

Colección Argumentos ; no. 239

Incluye apéndice, notas e índice

CAPITALISMO / MERCADO LABORAL / TRABAJO Y TRABAJADORES / EMPRESARIOS INDUSTRIALES

Najmías, Daniel, tr.

ISBN: 84-339-0590-2

Existencias: AH - 068021 Ej.1

GENERAL

331.01

C718f

Colombia. Departamento Administrativo Nacional de la Economía Solidaria-Dansocial

Trabajo y economía solidaria estratégicas de justicia social y plaz / El Departamento. --

. --Santafé de Bogotá : Dansocial, 2000.

40 p. : il. (col.)

En portada : Motor de la economía solidaria. -- Incluye bibliografía

ECONOMIA DEL TRABAJO-COLOMBIA / TRABAJO Y TRABAJADORES-COLOMBIA / JUSTICIA SOCIAL-
COLOMBIA / CAMBIO SOCIAL-COLOMBIA / EMPLEO-COLOMBIA

Existencias: G - 066685 Ej.1

GENERAL

R

336.31

S959r

Superintendencia de valores

Régimen del mercado público de valores / Superint. Andrés Uribe Arango. --

. --Santafé de Bogotá : Editorial Nomos, 1995.

922 p. + 2 disquetes : Emita fácilmente en el mercado público de valores e Informe financiero de entidades vigiladas

Con.: Primera parte : (régimen general) y anexos -- Segunda parte : (resolución 400 de 1995) -- Tercera parte : (resolución 1200 de 1995) -- Cuarta parte : (circulares) -- Índices

Editado en conjunto por la Editorial Lexel y la Superintendencia de Valores. --

A la cabeza de la caratula : República de Colombia. Ministerio de Hacienda y Crédito Público

MERCADO DE VALORES-NORMAS / BONOS / BOLSA DE VALORES

SUPERINTENDENCIA DE VALORES

Uribe Arango, Andrés, superint

ISBN: 958-95894-1-3

Existencias: G - 066691 Ej.1

GENERAL

338.91

P186a

1999

Pampillón Olmedo, Rafael

Análisis económico de países : teoría y casos de política económica / Rafael Pampillón Olmedo ; ed. María Victoria Peralba Ruiz. --

-- 2a ed. rev., act. y amp.. -- . --Madrid : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1999.

x, 347 p. : cuadros. --

Serie McGraw-Hill de management

Incluye bibliografía

POLITICA ECONOMICA-CASOS / PAISES EN DESARROLLO-CONDICIONES ECONOMICAS / PAISES EN DESARROLLO-CASOS

Peralba Ruiz, María Victoria, ed.

ISBN: 84-481-2343-3

Existencias: G - 066704 Ej.1 G - 066705 Ej.2 G - 066706 Ej.3

GENERAL

330.9

Y47p

Yergin, Daniel

Pioneros y líderes de la globalización / Daniel Yergin y Joseph Stanislaw ; tr. Dorotea Placking. --

. --Buenos Aires : Javier Vergara Editor ; Ediciones B, 1999.

655 p. : fotos

Incluye índices, bibliografía, cronología y notas

APERTURA ECONOMICA / GLOBALIZACION / LIDERAZGO / ECONOMIA MIXTA (EUROPA) / CAPITALISMO (ESTADOS UNIDOS) / ECONOMIA-SIGLO XXI

ASIA-ASPECTOS ECONOMICOS; CHINA-ASPECTOS SOCIOECONOMICOS; INDIA-ASPECTOS ECONOMICOS; AMERICA LATINA-ASPECTOS ECONOMICOS

Stanislaw, Joseph; Placking, Dorotea, tr.

ISBN: 950-15-2028-5

Existencias: G - 066751 Ej.1 G - 066752 Ej.2

GENERAL

330.017

S474s

Sen, Amartya

Sobre ética y economía / Amartya Sen ; vers. Angeles Conde. --

. --Madrid : Alianza Editorial, 1999.

152 p.

Colección Alianza Universidad. Ciencias sociales ; no. 152

Incluye bibliografía e índices

SMITH, ADAM -CRITICA E INTERPRETACION

FILOSOFIA DE LA ECONOMIA / LIBERTAD

Conde, Angeles, vers

ISBN: 84-206-6735-8

Existencias: G - 067670 Ej.1

GENERAL

330.9

S474d

Sen, Amartya

Desarrollo y libertad / Amartya Sen ; trs. Esther Rabasco y Luis Toharia. --

. --Barcelona : Editorial Planeta, 2000.

440 p. : gráfs. --

Colección Documento

Premio nobel de economía. --

Incluye notas e índices

LIBERTAD / LIBERTADES CIVILES / ASISTENCIA PUBLICA / CAMBIO SOCIAL / PROBLEMAS SOCIALES /
DESARROLLO ECONOMICO / POBREZA / DEMOGRACIA / HAMBRE / POBLACION / DERECHOS CIVILES

Rabasco, Esther, tr.; Toharia, Luis, tr.

ISBN: 84-08-03524-X

Existencias: G - 067481 Ej. 1

GENERAL

330.861

E18s

1997

Echavarría Olózaga, Hernán

El sentido común en la economía colombiana : textos de lectura para universitarios / Hernán

Echavarría Olózaga. --

-- 7a ed.. -- . --Santafé de Bogotá : 3R Editores, 1997.

xii, 250 p. : gráfs.

Incluye índice

DESARROLLO ECONOMICO

COLOMBIA-CONDICIONES ECONOMICAS; COLOMBIA-POLITICA ECONOMICA

ISBN: 958-96137-9-9

Existencias: G - 067108 Ej.1 G - 067109 Ej.2 G - 067110 Ej.3 G - 067111 Ej.4 G - 067112

Ej.5

GENERAL

338.2728

R934

Ruiría : el grito del petróleo / coord. Tatiana Roa Avendaño ; ed. Luisa María Navas Camacho. --. --Santafé de Bogotá : CENSAT Agua Viva, 2000.

84 p. : il., col. mapas

En portada : El petróleo es Ruiría. Ruiría es antes de haber sol y luna, es lo que sostiene la vida, la sangre de la madre de esta tierra y de todo el mundo. (Mensaje de los U'wa a los Secoya)

Incluye notas a pie de página

PETROLEO -COLOMBIA / INDUSTRIA DEL PETROLEO -ASPECTOS ECONOMICOS -COLOMBIA / PETROLEO

COMO COMBUSTIBLE

Roa Avendaño, Tatiana, coord.; Navas Camacho, Luisa María, ed.

Existencias: G - 066956 Ej. 1

SALA DE ARTES Y HUMANIDADES

R

330.03

N532

The new palgrave : dictionary of economics and the law / ed. Peter Newman. -- . --New York : Editorial MacMillan ; Editorial Stockton Press, 1998.

3 v. : tablas.

v. 1. A - D. -- v. 2. E - O. -- v. 3. P - Z

Incluye índice

ECONOMIA-DICCIONARIOS / DERECHO-DICCIONARIOS

Newman, Peter, ed.

ISBN: 0333 67667 X

Existencias: AH - 067046 v.1 AH - 067047 v.2 AH - 067048 v.3

331.880986

A673c

Archila Neira, Mauricio

Cultura e identidad obrera : Colombia 1910-1945 / Mauricio Archila Neira. --

. --Santafé de Bogotá : CINEP, 1991.
475 p.
Incluye biografía del autor, notas, notas a pie de página, apéndice, bibliografías e índice
TRABAJADORES-HISTORIA-COLOMBIA - 1910-1945 / TRABAJADORES-ASPECTOS SOCIALES-COLOMBIA -
1910-1945 / PROLETARIADO-HISTORIA-COLOMBIA - 1910-1945 / SINDICATOS-HISTORIA-COLOMBIA /
SINDICATOS DE TRABAJADORES-HISTORIA-COLOMBIA - 1910-1945 / PROBLEMAS SOCIALES-HISTORIA-
COLOMBIA - 1910-1945 / SINDICALISMO-HISTORIA-COLOMBIA - 1910-1945
ISBN: 958-644-010-9
Existencias: P -

SALA DE PROFESORES

330.94
L864e

López Forero, Abel Ignacio
Europa en la época del descubrimiento : comercio y expansión ibérica hacia ultramar 1450-1550 / Abel
Ignacio López Forero. --
. --Santafé de Bogotá : Editorial Planeta Colombiana, 1998.
299 p. : il., mapas, cuadros. --
Colección Ariel Historia
Incluye biografía del autor, notas a pie de página, bibliografía e índice
ECONOMIA-EUROPA
EUROPA-CONDICIONES ECONOMICAS-1450-1550; EUROPA-COMERCIO-1450-1550; ESPAÑA-
CONDICIONES ECONOMICAS-1450-1550; AMERICA-DESCUBRIMIENTO Y EXPLORACIONES
ISBN: 958-614-664-2
Existencias: SP - 067359 Ej.1

GENERAL

332.456
K94c

Krugman, Paul R.
Crisis de la moneda / Paul R. Krugman ; tr. Fabio Sánchez. --
. --Santafé de Bogotá : Grupo Editorial Norma, 1997.
328 p. : il. --
Colección Vitral
Incluye notas a pie de página y bibliografía
SISTEMA MONETARIO INTERNACIONAL / CUESTION MONETARIA / CRISIS MONETARIA / DEUDA EXTERNA
Sánchez, Fabio, tr.
ISBN: 958-04-3096-9
Existencias: G - 067422 Ej. 1

GENERAL

330.1
C758p

Consuegra Higgins, José
Prólogos, diálogos y críticas / José Consuegra Higgins. --
. --Santafé de Bogotá : Editorial Grijalbo, 1995.
370 p.
Incluye índice

CONSUEGRA HIGGINS, JOSE-COLECCIONES DE ESCRITOS
ECONOMIA-ENTREVISTAS-AMERICA LATINA / LITERATURA COLOMBIANA-ENSAYOS, CONFERENCIAS, ETC.
ISBN: 958-639-112-4
Existencias: G - 067479 Ej.1

337.1
P964

Programa de Estudio La Industrialización de América Latina ante la globalización económica / Depto.
Nacional de Planeación ... [et al.] ; dir. Luis Jorge Garay S. -- . --Santafé de Bogotá : DNA, 1998.
2 v. : il., cuads.
En Carátula : Colciencias, Consejería Económica y de Competitividad, Ministerio de Comercio Exterior,
Ministerio de Hacienda y Crédito Público y Proexport Colombia. --
Incluye notas a pie de página, bibliografía, conclusiones e índice

ISBN: 958-8025-14-1 (O.C.)

SALA DE ARTES Y HUMANIDADES

337

C263e

Carbaugh, Robert J.

Economía Internacional / Robert J. Carbaugh ; tr. Enrique Mercado ; rev. téc. Jorge Andrés Raygoza Echeagaray

-- 6a ed. -- . --México : International Thomson Editores, 1999.

xii, 499 p. : il.

Incluye prefacio, notas e índices

ECONOMIA INTERNACIONAL / RELACIONES INTERNACIONALES / EQUILIBRIO INTERNACIONAL / ARANCELES / POLITICA COMERCIAL / EMPRESAS INTERNACIONALES / CAMBIO EXTERIOR / BANCOS INTERNACIONALES / BALANZA DE PAGOS

Mercado, Enrique , tr.; Raygoza Echeagaray, Jorge Andrés , rev. tec.

ISBN: 968-7529-66-0

Existencias: AH - 068051 Ej.1 AH - 068052 Ej.2 AH - 068053 Ej.3 AH - 068054 Ej.4 AH - 068055

GENERAL

338.5

M141m

McEachern, William A.

Microeconomía : una introducción contemporánea / William A. McEachern ; trs. Víctor Mena Alvear e Ignacio Quirarte ; revs. técs. Javier Macedo Martínez y Luis Quintana Romero. --

-- 4a ed. -- . --México : International Thomson Editores, 1998.

xx, 483 p. : il., gráfs.

Incluye glosario e índice y resumen en cada capítulo

MICROECONOMIA / ECONOMIA / OFERTA Y DEMANDA / COMPETENCIA ECONOMICA / MONOPOLIOS Alvear, Víctor Mena, tr.; Quirarte, Ignacio, tr.; Macedo Martínez, Javier, rev. téc.; Quintana Romero, Luis,

rev. téc.

ISBN: 968-7529-51-2

Existencias: G - G - 067834 Ej.2 G - 067835 Ej.3

GENERAL

339

T961m

Torrado Hoyos, Alvaro

Macroeconomía para empresarios / Alvaro Torrado Hoyos y Francisco José Turbay Marulanda. -- . --[Santafé de Bogotá?] : Ediciones Universidad de La Sabana, 1991.

219 h. : il., cuads.

Incluye referencias bibliográficas e índice

MACROECONOMIA / ECONOMIA / POLITICA ECONOMICA

Turbay Marulanda, Francisco José

Existencias: G - 067857 Ej.1 G - 067858 Ej.2

GENERAL

338.01

B421m

Behrens, Werner

Manual para la preparación de estudios de viabilidad industrial / W. Behrens, P. M. Hawranek. --

-- 2a ed. --. --Viena : Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial. ONUDI, 1994.

400 p. : il. --

Colección ID ; no. 372

Incluye notas a pie de página e índice

INDUSTRIALIZACION -INVESTIGACIONES - MANUALES / PROYECTOS DE DESARROLLO -MANUALES / EVALUACION DE PROYECTOS -MANUALES

Hawranek, Peter M.

ISBN: 92-1-306166-8

Existencias: G - 067864 Ej. 1

GENERAL

338.986

C718

Colombia : oportunidades de inversión en infraestructura -- 2a ed. --. --Santafé de Bogotá : COINVERTIR, 2000.

155 p. : il., mapas + plegable
Texto bilingüe. --
Incluye bibliografía e índice
INFRAESTRUCTURA (ECONOMIA) -COLOMBIA / INVERSIONES -COLOMBIA -1996-1999 / ANALISIS DE
INVERSIONES -COLOMBIA / INVERSIONES EXTRANJERAS -COLOMBIA / POLITICA COMERCIAL -COLOMBIA /
TRANSPORTE -COLOMBIA
COLOMBIA -POLITICA ECONOMICA
Existencias: G - 067948 Ej. 1

GENERAL

338.456
A798m

Asamblea General de Gobernadores (24a : 1999 ago. 5-6 : Paipa, Boyacá, Colombia)
Memorias / La Asamblea. --
. --Santafé de Bogotá : Federación Nacional de Departamentos, 1999.
53 p. : il.
GOBERNADORES-CONGRESOS, CONFERENCIAS, ETC. / SALUD PUBLICA -COLOMBIA / PROCESO DE PAZ -
COLOMBIA / CRISIS ECONOMICA -COLOMBIA / INDUSTRIA LICORERA -COLOMBIA / TECNOLOGIA -
COLOMBIA
Existencias: G - 067951 Ej. 1

GENERAL

658.45
J54c

Jennings, Marie
Como gerenciar la comunicación corporativa : pautas para la acción / Marie, Jennings; David,
Churchill; tr. Eduardo, Calado Noguera; rev. téc. Humberto, Serna Gómez
. --Bogotá : Legis, 1991
166 p. : il
Serie empresarial
Incluye apéndices e índice
COMUNICACION ORGANIZACIONAL / ESTUDIOS DE MERCADO
Churchill, David; Calado Noguera, Eduardotr.; Serna Gómez, Humbertorev. téc.
ISBN: 958-9042-94-5
Existencias: 043170 Ej.1 043171 Ej.2 G - 043172 Ej.3 G - 049548 Ej.4 G - 049549 Ej.5

657.2
F787c

Fowler Newton, Enrique
Cuestiones contables fundamentales / Enrique, Fowler Newton
. --Buenos Aires : Eds. Macchi, 1991
488 p.
Incluye índices especiales
CONTABILIDAD / CONTABILIDAD DE COSTOS
ISBN: 950-537-188-8
Existencias: 043202 Ej.1

658.3124
B477c

Bentley, Trevor
Capacitación empresarial / Trevor, Bentley
. --Santafé de Bogotá : Editorial McGraw-Hill, 1993
237 p.
Serie McGraw-Hill de management
Tr. por Yilda A. Ruiz M., rev. téc. de David Gleiser Dobrzynski
Incluye glosario, notas, lecturas sugeridas e índice
CAPACITACION EN EL EMPLEO / CAMBIO ORGANIZACIONAL / CURSOS DE CAPACITACION
ISBN: 958-600-194-6
Existencias: 043297 Ej.1 043298 Ej.2 043299 Ej.3

657
F787c

Fowler Newton, Enrique
Contabilidad básica / Enrique, Fowler Newton
. --Buenos Aires : Macchi, 1992
747 p.

Incluye índices
CONTABILIDAD
ISBN: 950-537-197-7
Existencias: 044551 Ej.1 044552 Ej.2

657.1
P699

Gómez Alzate, Camilo, dir.

Plan único de cuentas : decreto 2195 de 1992 / dir. Camilo, Gómez Alzate
. --[Santafé de Bogotá] : Superintendencia de Sociedades, 1992
[143] p.

Al inicio de la obra : República de Colombia. Ministerio de Desarrollo Económico : Decreto número
2195 de 30 dic. de 1992, por medio del cual se expide el Plan Unico de Cuentas para los comerciantes
COMERCIO - CONTABILIDAD / CONTABILIDAD - LEGISLACION / DECRETO 2195 DE 1992

Existencias: 047235 Ej.1 047236 Ej.2 047237 Ej.3

657.1
D298

Decreto 2650 de 1993 \{diciembre 29\} : P.U.C., Plan único de cuentas. --Santafé de Bogotá : ECOE
Ediciones, 1994

225 p.

Serie Contabilidad

CONTABILIDAD - LEGISLACION / DECRETO 2650 DE 1993 / COMERCIO - CONTABILIDAD

ISBN: 958-648-069-0

Existencias: 047421 Ej.1

GENERAL

657.1
P699
1995

P. U. C. : plan unico de cuentas 1995, decretos 2650 y 2894. --Santafé de Bogotá : Edijufinancieras, 1995
388, 99 p.

Con. : principios o normas de contabilidad generalmente aceptadas en Colombia, decretos 2649 y
2852

Incluye suplemento : plan unico de cuentas 1995

Datos tomados de la carátula

COMERCIO - CONTABILIDAD / CONTABILIDAD - LEGISLACION / DECRETO 2650 DE 1993 / DECRETO 2894
/ DECRETO 2649 / DECRETO 2852 / CONTABILIDAD - NORMAS

Existencias: 047968 Ej.1 G - 047969 Ej.2 G - 050137 Ej.3

GENERAL

657.1
R337

Reglamento general de la contabilidad y plan único de cuentas : para comerciantes 1996. --[Santafé de
Bogotá] : Legis, 1996

347 p.

COMERCIO - CONTABILIDAD / CONTABILIDAD - LEGISLACION / ESTADOS FINANCIEROS - COLOMBIA /
DECRETO 1446 DE 1994 / DECRETO 2852 DE 1994 / DECRETO 2894 DE 1994

Existencias: G - 049268 Ej.1

GENERAL

657.044
K47c

Kieso, Donald E.

Contabilidad intermedia / Donald E., Kieso; Jerry J., Weygandt; colab. tr. Ricardo, Calvet Pérez; rev.
Arturo, Elizondo López

. --México : Editorial Limusa ; Grupo Noriega Editores, 1994

1326 p.

Incluye apéndices e índice

CONTABILIDAD / ESTADOS FINANCIEROS

Weygandt, Jerry J.; Calvet Pérez, Ricardocolab. tr.; Elizondo López, Arturorev.

ISBN: 968-18-1752-4

Existencias: G - 049516 Ej.1

GENERAL

657.76
O77c

Ortega Pérez de León, Armando

Contabilidad de costos / Armando, Ortega Pérez de León

-- 5a ed. --México : Editorial Limusa ; Grupo Noriega Editores, 1994

910 p. : il

Incluye apéndices e índices

CONTABILIDAD DE COSTOS / COSTOS DE PRODUCCION / CONTROL DE COSTOS

ISBN: 968-18-4802-0

Existencias: G - 049518 Ej.1

GENERAL

657.76
C793c

Corcoran, A. Wayne

Costos : contabilidad, análisis y control / A. Wayne, Corcoran; tr. Ricardo, Calvet Pérez; rev. Luis,

Porrugas Ruiz

. --México : Editorial Limusa ; Grupo Noriega Editores, 1995

850 p. : il

Incluye tablas matemáticas e índice

CONTABILIDAD DE COSTOS / CONTROL DE COSTOS / ANALISIS DE COSTOS

Calvet Pérez, Ricardo tr.; Porrugas Ruiz, Luis rev.

ISBN: 968-18-1371-5

Existencias: G - 049519 Ej.1

GENERAL

658.15
M123e

McCarty, Marilu Hurt

Economía administrativa y su aplicación a la empresa / Marilu Hurt, McCarty; vers. esp. José Manuel,

Salazar Palao; rev. Pablo, Reyes Pruneda

. --México : Editorial Limusa ; Grupo Noriega Editores, 1991

667 p. : il

Incluye apéndices, soluciones a ejercicios seleccionados e índice

ECONOMIA INDUSTRIAL / EMPRESAS - FINANZAS / DEMANDA (TEORIA ECONOMICA) / POLITICA DE

PRECIOS / INVERSIONES DE CAPITAL / EMPRESAS TRANSNACIONALES

Salazar Palao, José Manuel vers. esp.; Reyes Pruneda, Pablo rev.

ISBN: 968-18-3059-8

Existencias: G - 049546 Ej.1

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

657.76
N494c
1980

Neuner, John J. W.

Contabilidad de costos / John J. W., Neuner; Edward B., Deakin; colab. en tr. Julio, Coro Pando; rev.

téc. Joaquín, Moreno Fernández

. --México : Editorial Limusa ; Grupo Noriega Editores, 1995.

2 v. : il.

Incluye índice

CONTABILIDAD DE COSTOS-FUNDAMENTOS / CONTROL DE COSTOS / COSTOS DE PRODUCCION

Deakin, Edward B.; Coro Pando, Julio, colab.; Moreno Fernández, Joaquín, rev. téc.

ISBN: 968-18-4169-7

Existencias: CT - 049553 Ej.2 v.1 CT - 049554 Ej.2 v.2

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

657.42
L271m

Lang, Theodore

Manual del contador de costos / Theodore Lang ; tr. Ramón Cárdenas C. --

. --México : Editorial Limusa ; Grupo Noriega Editores, 1994.

lii, 1558 p. : il.

A la cabeza de la carátula : Clásicos. --
Incluye índice
CONTABILIDAD DE COSTOS-MANUALES / CONTADORES-MANUALES / ANALISIS DE COSTOS / CONTROL
DE COSTOS

Cárdenas C., Ramón , tr. y rev.
ISBN: 968-18-4124-7

Existencias: CT - 049880 Ej.1

GENERAL

657
T776

Rosembuj, Tulio, coord.

Tratado de contabilidad / coord. Tulio, Rosembuj
-- 2a ed. act. --Barcelona : CEAC, 1991

5 v. : cuadros + 2 plegables : Plan general de contabilidad 1990

Contenido : v.1 : Técnica y práctica del ciclo contable / Oriol Amat. -- v.2 : Contabilidad de sociedades, análisis económicos y financieros / Oriol Amat. -- v.3 : El plan general de contabilidad, cuadros de cuentas. -- v.4 : Economía, cálculo y estadística, derecho mercantil, impuestos / Jaume Amat, Fernando Maruny, Isabel Tur. -- v.5 : Contabilidad por ordenador / Miguel Angel Barredo

CONTABILIDAD / ESTADOS FINANCIEROS / ANALISIS FINANCIERO / CUENTAS POR COBRAR / DERECHO
MERCANTIL / IMPUESTOS - CONTABILIDAD / CONTABILIDAD MECANIZADA
ISBN: 84-329-5319-9 (O.C.)

Existencias: G - 049952 v.1 G - 049953 v.2 G - 049954 v.3 G - 049955 v.4 G - 049956
v.5

GENERAL

657.1
F825r

Franco Ruíz, Rafael

Regulación contable : teoría y análisis de la regulación y el plan único de cuentas, decretos 2649 y
2650 de 1993 / Rafael, Franco Ruíz

. --Pereira : Editorial Investigar, 1994
iii, 306 p.

COMERCIO - CONTABILIDAD / CONTABILIDAD - LEGISLACION / DECRETO 2649 DE 1993 / DECRETO 2650
DE 1993

Existencias: G - 050973 Ej.1

GENERAL

657.42
C759

Polimeni, Ralph S.

Contabilidad de costos : [conceptos y aplicaciones para la toma de decisiones gerenciales] / Ralph S.,
Polimeni; Frank J., Fabozzi; Arthur H., Adelberg; Michael A., Kole; tr. Gloria Elizabeth, Rosas Lopetegui; rev.téc
Roque A., Gómez García

-- 3a ed. --Santafé de Bogotá : Editorial McGraw-Hill, 1994
xvi, 879 p.

Incluye glosario, problemas, preguntas e índice
CONTABILIDAD DE COSTOS / COSTOS DE PRODUCCION / TOMA DE DECISIONES

Fabozzi, Frank J.; Adelberg, Arthur H.; Kole, Michael A.; Rosas Lopetegui, Gloria Elizabethtr.; Gómez
García, Roque A.rev.téc

ISBN: 958-600-195-4

Existencias: G - 052161 Ej.1 G - 055287 Ej.2 G - 055288 Ej.3 G - 055289 Ej.4

GENERAL

658.154
O12p

Obert Robert

Las previsiones en la empresa : planes de financiación, presupuestos y tesorería / , Obert Robert; tr.
Angel, Guevara Olivares

-- 2a ed. --México : Alfaomega ; Marcombo Boixareu Editores, 1995
ix, 175 p.

Colección Creación y desarrollo empresarial

Incluye índice

PRESUPUESTO - CONTABILIDAD / CONTROL DE COSTOS / ADMINISTRACION DE EMPRESAS - ASUNTOS
ECONOMICOS / FINANCIAMIENTO DE EMPRESAS

Guevara Olivares, Angel, tr.

ISBN: 970-15-0022-9

Existencias: G - 052701 Ej.1 G - 052702 Ej.2
GENERAL

657.1
R337
1997

Reglamento general de la contabilidad y plan único de cuentas para comerciantes -- 5ª ed. --[Santafé de Bogotá] : Legis, 1997

367 p.

En la carátula aparece 2a ed.

Incluye índice

COMERCIO - CONTABILIDAD / CONTABILIDAD - LEGISLACION / ESTADOS FINANCIEROS - COLOMBIA

Existencias: G - 052853 Ej.1

GENERAL

R
657.1
N851

Normas contables : plan único de cuentas, disposiciones sobre expedición de facturas -- 2a ed. --Santafé de Bogotá : El Pensador Editores, 1997

462 p.

Incluye las disposiciones sobre la materia del código de comercio, del Estatuto Tributario, la ley 222 de 1995 y los decretos 2.649 y 2.650 de 1993, 2.852 y 2.894 de 1994, 2.337 de 1995, 1.094 y 1.165 de 1996 y la resolución 3.878 de 1996 de la DIAN

Incluye apéndice e índices

FACTURAS - LEGISLACION / COMERCIO - CONTABILIDAD / CONTABILIDAD - LEGISLACION / DERECHO MERCANTIL - LEGISLACION / LEY 222 DE 1995 / DECRETO 2.337 DE 1995 / DECRETO 1.094 DE 1996 / DECRETO 1.165 DE 1996

Existencias: G - 053228 Ej.1

GENERAL

657
P466

Jiménez Ramírez, Eduardo

Perspectivas y aplicación de la contabilidad en Colombia / Eduardo, Jiménez Ramírez; José Joaquín, Maldonado; Carlos, Espinosa; Luis Humberto, Ramírez; Samuel Alberto, Mantilla B.

. --Santafé de Bogotá : Cámara de Comercio de Bogotá, 1996

742 p.

Serie Biblioteca ; no. 79

Incluye bibliografías y contenido

CONTABILIDAD (COLOMBIA) - LEGISLACION / CONTABILIDAD FINANCIERA (COLOMBIA) / CONTABILIDAD DE ACTIVOS CORRIENTES

Maldonado, José Joaquín; Espinosa, Carlos; Ramírez, Luis Humberto; Mantilla B., Samuel Alberto

ISBN: 958-9113-84-2

Existencias: G - 053785 Ej.1

GENERAL

657
H279p
1993

Hargadon, Bernard J.

Principios de contabilidad / Bernard J., Hargadon; Armando, Múnera Cárdenas

-- 3a ed. act. --Santafé de Bogotá : Norma, 1997 (impresión de 1997)

949 p. : il

Incluye índice

CONTABILIDAD / ESTADOS FINANCIEROS / RENTAS - CONTABILIDAD / FLETES / CUENTAS POR COBRAR / INVERSIONES

Múnera Cárdenas, Armando

ISBN: 958-04-2434-5

Existencias: G - 054240 Ej.1 G - 054241 Ej.2 G - 054242 Ej.3

GENERAL

657.1
R337

1998

Reglamento general de la contabilidad y plan único de cuentas para comerciantes -- 6a ed. --Santafé de Bogotá : Legis, 1998

374 p. : tablas, cuadros

COMERCIO - CONTABILIDAD / CONTABILIDAD - LEGISLACION / ESTADOS FINANCIEROS - COLOMBIA / DECRETO 2649 DE 1993 / DECRETO 2650 DE 1993

Existencias: G - 055258 Ej.1 G - 055259 Ej.2

GENERAL

658.154

B946p

1995

Burbano Ruiz, Jorge E.

Presupuestos : enfoque moderno de planeación y control de recursos / Jorge E., Burbano Ruiz; Alberto, Ortiz Gómez

-- 2a ed. --Santafé de Bogotá : Editorial McGraw-Hill, 1995

xi, 376 p. : il., tablas, cuadros

Incluye índice

PRESUPUESTO / PRESUPUESTO - METODOLOGIA / CONTROL DE LA PRODUCCION

Ortiz Gómez, Alberto

ISBN: 958-600-447-3

Existencias: G - 055265 Ej.1 G - 055266 Ej.2 G - 055267 Ej.3

GENERAL

658.404

B116e

1995

Baca Urbina, Gabriel

Evaluación de proyectos / Gabriel, Baca Urbina; rev. téc. Filiberto, González Hernández

-- 3a ed. --México : Editorial McGraw-Hill, 1995 (impresión de 1997)

xvi, 339 p. : il., tablas

Incluye bibliografías e índice

EVALUACION DE PROYECTOS / ESTUDIOS DE MERCADO

González Hernández, Filiberto, rev. téc.

ISBN: 970-10-0746-8

Existencias: G - 055268 Ej.1 G - 055269 Ej.2 G - 055270 Ej.3

GENERAL

658.1

R826f

Ross, Stephen A.

Fundamentos de finanzas corporativas / Stephen A., Ross; Randolph W., Westerfield; Bradford D., Jordan; tr. Julio, Coro Pando; rev. téc. Gerardo Johanes, Weihmann Illlades; rev. téc. Rafael Eltimio, García García

-- 2a ed. --Madrid : Editorial McGraw-Hill, 1997

xxxiii, 939 p. : il., tablas

Incluye apéndices e índices

FINANZAS CORPORATIVAS - FUNDAMENTOS / EVALUACION DE PROYECTOS / MERCADO FINANCIERO / ESTADOS FINANCIEROS

Westerfield, Randolph W.; Jordan, Bradford D.; Coro Pando, Juliotr.; Weihmann Illlades, Gerardo Johanesrev. téc.; García García, Rafael Eltimio rev. téc.

ISBN: 84-481-0850-7

Existencias: G - 055274 Ej.1 G - 055275 Ej.2 G - 055276 Ej.3

GENERAL

658.15

O77g

Ortiz Gómez, Alberto

Gerencia financiera : un enfoque estratégico / Alberto, Ortiz Gómez; rev. téc. Jorge, Trujillo Navarrete . --Santafé de Bogotá : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1994

xvi, 430 p. : il

Incluye anexos y referencias bibliográficas

ADMINISTRACION FINANCIERA / PLANEACION ESTRATEGICA FINANCIERA / POLITICA FINANCIERA / DIAGNOSTICO FINANCIERO

Trujillo Navarrete, Jorge, rev. téc.

ISBN: 958-600-230-6

Existencias: G - 055277 Ej.1 G - 055278 Ej.2 G - 055279 Ej.3

GENERAL

658.1
B828f

Brealey, Richard A.

Fundamentos de finanzas corporativas / Richard A., Brealey; Stewart C., Myers; Alan J., Marcus; tr. Teresa, García Marco; rev. téc. Eduardo, Villegas Hernández

. --Madrid : Editorial McGraw-Hill, 1996

xxvii, 771 p. : il

Incluye apéndice, anexo e índice

FINANZAS CORPORATIVAS - FUNDAMENTOS / CONTABILIDAD / FINANZAS / FINANCIAMIENTO DE EMPRESAS / PLANIFICACION FINANCIERA

Myers, Stewart C.; Marcus, Alan J.; García Marco, Teresa tr.; Villegas Hernández, Eduardorev. téc.

ISBN: 84-481-0609-1

Existencias: G - 055280 Ej.1 G - 055281 Ej.2 G - 055282 Ej.3

GENERAL

658.15
W535f
1995

Weston, J. Fred

Finanzas en administración / J. Fred, Weston; Thomas E., Copeland; tr. Jaime, Gómez Mont Araiza; rev. téc. Víctor, Guarnizo

-- 9a ed. --México : Editorial McGraw-Hill, 1995

2 v. : il., cuadros

Incluye apéndices e índices

ADMINISTRACION FINANCIERA / FINANZAS - TOMA DE DECISIONES / FINANZAS INTERNACIONALES / ESTADOS FINANCIEROS / PLANIFICACION FINANCIERA

Copeland, Thomas E.; Gómez Mont Araiza, Jaime tr.; Guarnizo, Víctorrev. téc.

ISBN: 970-10-0664-X (O.C.)

Existencias: G - 055283 Ej.1 v.1 G - 055284 Ej.1 v.2 G - 055285 Ej.2 v.1 G - 055286 Ej.2 v.2

GENERAL

658.1
V217a
1993

Van Horne, James C.

Administración financiera / James C., Van Horne; tr. María del Carmen, Paniagua Gómez de Reyes; rev. téc. Alejandro Roberto, Rodas Carpizo

-- 2a ed., 9a ed. en inglés. --México : Prentice-Hall Hispanoamericana, 1993

xxi, 894 p. : il., cuadros

Incluye apéndices e índices

ADMINISTRACION FINANCIERA / FINANZAS / INVERSIONES DE CAPITAL / FINANCIAMIENTO / CONTROL FINANCIERO

Paniagua Gómez de Reyes, María del Carmentr.; Rodas Carpizo, Alejandro Robertorev. téc.

ISBN: 968-880-304-9

Existencias: G - 055290 Ej.1 G - 055291 Ej.2 G - 055292 Ej.3

GENERAL

657
L318p
1994

Lara Flores, Elías

Primer curso de contabilidad / Elías, Lara Flores

-- 14a ed. --México : Editorial Trillas, 1994 (impresión de 1995)

342 p. : tablas

Con. : Cálculo y registro contable del IVA, ISPT (con crédito al salario), IMSS, SAR, INFONAVIT y 2

CONTABILIDAD - ESTUDIO Y ENSEÑANZA / CONTABILIDAD DE ACTIVOS CORRIENTES / ESTADOS FINANCIEROS / CAPITAL - IMPUESTOS

ISBN: 968-24-5004-7

Existencias: G - 055293 Ej.1 G - 055294 Ej.2

GENERAL

658.15
G983f

Gutiérrez Marulanda, Luis Fernando

Finanzas prácticas para países en desarrollo : con énfasis en flujos de fondos, uso de calculadoras financieras, inflación, devaluación y análisis de valor de los accionistas / Luis Fernando, Gutiérrez Marulanda . --Santafé de Bogotá : Norma, 1992

354 p. : il., tablas

Incluye glosario, bibliografía e índice

FINANZAS - PAISES EN DESARROLLO / FLUJO DE FONDOS / CALCULADORAS FINANCIERAS / INFLACION / DEVALUACION EN PAISES EN DESARROLLO

ISBN: 958-04-1767-9

Existencias: G - 055295 Ej.1 G - 055296 Ej.2 G - 055297 Ej.3

GENERAL

657.48
O77f
657.48
O77f

Ortiz Anaya, Héctor

Flujo de caja y proyecciones financieras / Héctor, Ortiz Anaya

. --Santafé de Bogotá : Universidad Externado de Colombia, 1997

359 p. : cuadros + 1 diskette (3 1/2 pulg.)

Incluye apéndice

FLUJO DE FONDOS / FINANZAS / ADMINISTRACION FINANCIERA / EVALUACION DE PROYECTOS

Existencias: G - 055304 Ej.1 G - 055305 Ej.2 G - 055306 Ej.3

GENERAL

658.15
B828p
1993

Brealey, Richard A.

Principios de finanzas corporativas / Richard A., Brealey; Stewart C., Myers; tr. Carmen, Anotegui Olcoz; rev. téc. Prosper, Lamothe

-- 2a ed. en español, 4a ed. en inglés. --Madrid : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1993

xxvii, 1203p. : il., tablas

Incluye apéndices, glosario e índice

FINANZAS CORPORATIVAS / PLANIFICACION FINANCIERA / COMPAÑIAS FINANCIERAS / PRESUPUESTO DE CAPITAL

Myers, Stewart C.; Anotegui Olcoz, Carmentr.; Lamothe, Prosperrev. téc.

ISBN: 84-481-0077-8

Existencias: G - 055327 Ej.1 G - 055328 Ej.2 G - 055329 Ej.3

GENERAL

657.3
U76a

Urías Valiente, Jesús

Análisis de estados financieros / Jesús, Urías Valiente

-- 2a ed. --Madrid : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1995

xi, 531 p. : tablas

ESTADOS FINANCIEROS / ANALISIS FINANCIERO

ISBN: 84-481-0308-4

Existencias: G - 055355 Ej.1 G - 055356 Ej.2 G - 055357 Ej.3

GENERAL

658.1511
R173c
1997

Ramírez Padilla, David Noel

Contabilidad administrativa / David Noel, Ramírez Padilla

-- 5a ed. --México : Editorial McGraw-Hill, 1997

xvi, 488 p. : tablas

Incluye bibliografía e índice

CONTABILIDAD ADMINISTRATIVA / SISTEMAS DE INFORMACION EN ADMINISTRACION / SISTEMAS DE CONTROL / PRESUPUESTO

ISBN: 970-10-1662-9

Existencias: G - 055358 Ej.1 G - 055359 Ej.2 G - 055360 Ej.3

GENERAL

658.401
S528g

Shank, John K.

Gerencia estratégica de costos : la nueva herramienta para desarrollar una ventaja competitiva / John K., Shank; Vijay, Govindarajan; tr. Alvaro, Franco . --Santafé de Bogotá : Norma, 1995 (impresión de 1997) viii, 340 p. : il., cuadros Incluye epílogo y bibliografía PLANIFICACION ESTRATEGICA / CONTABILIDAD DE COSTOS / ANALISIS DE COSTOS / CONTROL DE COSTOS

Govindarajan, Vijay; Franco, Alvaro tr.

ISBN: 958-04-2840-9

Existencias: G - 055365 Ej.1 G - 055366 Ej.2 G - 055367 Ej.3

GENERAL

658.15
D568i
1994

Díez de Castro, Luis

Ingeniería financiera : la gestión en los mercados financieros internacionales / Luis, Díez de Castro; Juan, Mascareñas Pérez-Iñigo -- 2a ed. --Madrid : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1994 xvii, 467 p. : il Serie McGraw-Hill de Management Incluye apéndices, bibliografía e índice MERCADO FINANCIERO INTERNACIONAL / GESTION FINANCIERA / SISTEMA MONETARIO INTERNACIONAL / INGENIERIA FINANCIERA / MERCADOS DE DIVISAS

Mascareñas Pérez-Iñigo, Juan

ISBN: 84-481-1854-5

Existencias: G - 055371 Ej.1 G - 055372 Ej.2 G - 055373 Ej.3

GENERAL

658.1511
C759
1993

Pereira Soler, Fernando

Contabilidad para dirección / Fernando, Pereira Soler; Eduard, Ballarín Fredes; Josep María, Rosanas Martí; Juan Carlos, Vázquez-Dodero de Bonifaz -- 13a ed. renov. --Pamplona : EUNSA, 1993 395 p. : cuadros Colección Manuales IESE Incluye apéndices

CONTABILIDAD FINANCIERA - FUNDAMENTOS / ESTADOS FINANCIEROS / CONTABILIDAD DE COSTOS

Ballarín Fredes, Eduard; Rosanas Martí, Josep María; Vázquez-Dodero de Bonifaz, Juan Carlos

ISBN: 84-313-0189-9

Existencias: G - 055653 Ej.1

GENERAL

657.42
H813c
1996

Horngren, Charles T.

Contabilidad de costos : un enfoque gerencial / Charles T., Horngren; George, Foster; Srikant M., Datar; tr. Adolfo, Deras Quiñones; rev. tec. Alejandro Roberto, Rodas Carpizo -- 8a ed. --México : Prentice-Hall Hispanoamericana, 1996 xx, 970 p. : il.

Incluye apéndices, glosario e índices

CONTABILIDAD DE COSTOS / CONTROL DE COSTOS / ANALISIS DE COSTOS

Foster, George; Datar, Srikant M.; Deras Quiñones, Adolfo tr.; Rodas Carpizo, Alejandro Roberto rev. tec.

ISBN: 968-880-502-5

Existencias: G - 058423 Ej.1 G - 058424 Ej.2 G - 058425 Ej.3

GENERAL

657.09
S1611

Salazar Santiago, Luis Antonio

Lecciones sobre historia de la contabilidad / Luis Antonio, Salazar Santiago

. --Santafé de Bogotá : Politécnico Grancolombiano, 1998

v, 154 p. : il.

Incluye bibliografía e índice

CONTABILIDAD - HISTORIA / CAPITALISMO - SIGLOS XVI-XVIII / CONTABILIDAD (COLOMBIA)

ISBN: 95771-5-6

Existencias: G - 058441 Ej.1

GENERAL

658.151
R696c

Ramírez Rodríguez, Augusto Ezequiel

Curso de contabilidad cooperativa : educación a distancia / Augusto Ezequiel, Ramírez Rodríguez; col.

José, García R.; col. Heimar, Ramírez C.

. --Chiquinquirá : Coeducadores Boyacá, 1993

107 p. : il.

Incluye bibliografía e índice

COOPERATIVAS / COOPERATIVISMO / CONTABILIDAD / EDUCACION A DISTANCIA

García R., Josécol.; Ramírez C., Heimarcol.

Existencias: G - 061605 Ej.1

GENERAL

R
657.83503
C718d

Colombia. Contaduría General de la Nación

Diccionario de términos de contabilidad pública / Colombia. Contaduría General de la Nación

. --[Santafé de Bogotá] : Imprenta Nacional de Colombia, 1998

194 p.

Incluye índice

HACIENDA PUBLICA - CONTABILIDAD - DICCIONARIOS / HACIENDA PUBLICA - TERMINOLOGIA

ISBN: 958-96453-2-1

Existencias: G - 062192 Ej.1 G - 062193 Ej.2 G - 062194 Ej.3

GENERAL

658
S677p

Sobel, Milo

Programa MBA para el administrador de hoy : las técnicas y conceptos más importantes, -al instante! /

Milo, Sobel; tr. Pilar, Mascaró Sacristán; rev. Miguel A., García R.

. --México : Prentice-Hall Hispanoamericana, 1997

xv, 248 p. : gráfs. + 1 disquete de 3½

Incluye bibliografía e índice

PROGRAMA MBA (MAESTRIA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS) / ADMINISTRACION DE EMPRESAS /
ADMINISTRACION DE LA PRODUCCION / CONTABILIDAD / ESTADOS FINANCIEROS / ADMINISTRACION DE
PERSONAL / ESTADISTICA / INNOVACIONES TECNOLOGICAS / PLANEACION ESTRATEGICA

Mascaró Sacristán, Pilartr.; García R., Miguel A.rev.

Existencias: G - 063186 Ej.1 G - 063187 Ej.2 G - 063188 Ej.3

GENERAL

657.42
G216c

García Colín, Juan

Contabilidad de costos / Juan, García Colín; rev.téc. María Teresa, Bustamante García

. --México : Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1996

xiv, 269 p. : cuadros

Incluye preguntas y respuestas en cada capítulo e índice

CONTABILIDAD DE COSTOS / COSTOS DE PRODUCCION / TOMA DE DECISIONES / ANALISIS DE COSTOS /

INVENTARIOS

Bustamante García, María Teresa, rev.téc.

ISBN: 970-10-0865-0

Existencias: G - 063554 Ej.1 G - 063555 Ej.2 G - 063556 Ej.3 G - 063557 Ej.4 G - 063558

GENERAL

658.152

P293m

Pastor, Guillermo

Matemáticas financieras / Guillermo Pastor

. --México : Editorial Limusa ; Grupo Noriega Editores, 1999

187 p.

Incluye tablas de logaritmos, solución a los ejercicios e índice

MATEMATICAS FINANCIERAS / INTERES / AMORTIZACION / FONDOS DE AMORTIZACION / DEPRECIACION

ISBN: 968-18-5734-8

Existencias: G - 065028 Ej.1 G - 065029 Ej.2

GENERAL

657.044

K47c

1999

Kieso, Donald E.

Contabilidad intermedia / Donald E. Kieso; Jerry J. Weygandt; tr. Hugo Iván Escoffié Martínez; rev.

Carlos Rodríguez Tapia

-- 2a ed. --México : Editorial Limusa ; Grupo Noriega Editores, 1999

xxiv, 1681 p. : il

Incluye apéndice e índice

CONTABILIDAD / ESTADOS FINANCIEROS / INVENTARIOS / DEPRECIACION / PASIVOS (CONTABILIDAD)

Weygandt, Jerry J.; Escoffié Martínez, Jerry J.; Escoffié Martínez, Hugo Iván, tr.; Rodríguez Tapia, Carlos,

rev.

ISBN: 968-18-5308-3

Existencias: G - 065208 Ej.1 G - 065209 Ej.2

GENERAL

R

657.03

D545

Diccionario de contabilidad y finanzas / coord. Fernando Martín Amez. -- . --Madrid : Cultural, 1999.

392 p.

Incluye abreviaturas y vocabulario en inglés y español

CONTABILIDAD-DICCIONARIOS / FINANZAS-DICCIONARIOS

Martín Amez, Fernando, coord.

ISBN: 84-8055-254-9

Existencias: G - 067233 Ej.1 G - 067234 Ej.2

GENERAL

658.0151

B277m

Barroso de Labarthe, María

Matemáticas aplicadas a administración de empresas / María Barroso de Labarthe. --

. --México : Editorial Limusa ; Grupo Noriega Editores, 1997.

335 p. : gráfs.

Incluye bibliografía

MATEMATICAS PARA ADMINISTRACION / MATEMATICAS FINANCIERAS / MATEMATICAS-TOMA DE

DECISIONES / ALGEBRA-FUNDAMENTOS / LOGARITMOS

ISBN: 968-18-2865-8

Existencias: G - 066790 Ej.1 G - 066791 Ej.2

GENERAL

657.835

C718c

Colombia. Contaduría General de la Nación

La contabilidad pública y los controles político y social / Colombia. Contaduría General de la Nación ;

invs. Alberto Maldonado Copello y Cástulo Morales Pallares. --

. --Santafé de Bogotá : Imprenta Nacional, 2000.

84 p. : il., cuadrs.
Incluye índice
HACIENDA PUBLICA-CONTABILIDAD-COLOMBIA / ENTIDADES TERRITORIALES-COLOMBIA / CONTROL SOCIAL-COLOMBIA / LEY 298 DE 1996
Maldonado Copello, Alberto, inv.; Morales Pallares, Cástulo, inv.
ISBN: 958-96453-6-4
Existencias: G - 067383 Ej.1

658.0182
M657ei

Mills, Richard L.

Estadística inferencial para economía y administración / Richard L., Mills
. --Bogotá : Editorial McGraw-Hill, 1990
190 p. : il
ADMINISTRACION DE EMPRESAS - ESTADISTICAS / ECONOMIA - ESTADISTICAS
ISBN: 968-451-04907
Existencias: 037298 Ej.1

658.0151
B927m
1990

Budnick, Frank S.

Matemáticas aplicadas para administración, economía y ciencias sociales / Frank S., Budnick
-- 2a ed.. --Bogotá : Editorial McGraw-Hill, 1990
948 p. : il
Tr. Efrén Alatorre Miguel; rev. téc. Alfredo Díaz Mata
Incluye apéndices, respuestas e índice
MATEMATICAS - ADMINISTRACION / ECONOMIA \{MATEMATICAS\} / CIENCIAS SOCIALES
\{MATEMATICAS\}
ISBN: 968-422-563-6
Existencias: 037294 Ej.1

SALA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

658.0182
K23e

Kazmier, Leonard J.

Estadística aplicada a administración y economía / Leonard J. Kazmier ; rev. téc. Guillermina Eslava Gómez ; tr. Alfredo Díaz Mata. --
-- 2a ed. -- . --México : Editorial McGraw-Hill, 1991.
441 p. --
Colección Schaum
Incluye apéndices e índices
ESTADISTICA MATEMATICA / ADMINISTRACION DE EMPRESAS - ESTADISTICA / ECONOMIA - ESTADISTICA
Eslava Gómez, Guillermina, rev. téc.; Díaz Mata, Alfredo, tr.
ISBN: 968-451-317-8
Existencias: CT - 038355 Ej.1 CT - 040255 Ej.2 CT - 040256 Ej.3

GENERAL

657.3
G475c

Gill, James O.

Cómo comprender los estados financieros : guía práctica de aplicaciones financieras para gerentes no financieros / James O., Gill
. --México : Grupo Editorial Iberoamérica, 1992
104 p. : il
Serie 50 minutos
Tr. al español por Héctor G. Tejera, autor del "Diccionario moderno de informática", miembro de la Sociedad Americana de Traductores
Incluye apéndice
ESTADOS FINANCIEROS / NEGOCIOS - FINANZAS

ISBN: 968-7270-88-8

Existencias: G - 043533 Ej.1 G - 043534 Ej.2 G - 055872 Ej.3 G - 055873 Ej.4

657.3

B615i

1990

Biondi, Mario

Interpretación y análisis de estados contables / Mario, Biondi

-- 2a ed. --Buenos Aires : Macchi, 1990

146 p. : graf.

ADMINISTRACION FINANCIERA / ESTADOS FINANCIEROS / ESTADOS DE CUENTAS

ISBN: 950-537-148-9

Existencias: 043610 Ej.1 045225 Ej.2 045226 Ej.3

657.3

C764d

Contraloría de Santafé de Bogotá, D.C. Unidad de Finanzas Públicas. División Auditoría del Balance

Dictamen a los estados financieros consolidados del distrito capital a diciembre 31 de 1993 /

Contraloría de Santafé de Bogotá, D.C. Unidad de Finanzas Públicas. División Auditoría del Balance

. --Santafé de Bogotá : Grupo Editorial 87, 1994

200 p.

Incluye anexos, abreviaturas y documentos base para la consolidación

ESTADOS FINANCIEROS - BOGOTA (COLOMBIA) - 1993 / FINANZAS - BOGOTA (COLOMBIA) - 1993 /

BOGOTA (COLOMBIA) - POLITICA ECONOMICA - 1993

Existencias: G - 049178 Ej.1 G - 049179 Ej.2.