



<b>Prólogo</b> .....	XV
----------------------	----

<b>CAPÍTULO 1. LA GESTIÓN EMPRESARIAL Y LOS SISTEMAS DE INFORMACIÓN</b>	<b>1</b>
<i>Javier de Pablo López</i>	

---

Objetivos de aprendizaje.....	2
Introducción.....	3
1.1. ¿Qué es la gestión empresarial? .....	4
1.2. Funciones principales de la gestión empresarial.....	5
1.3. Como llevar a cabo una buena gestión empresarial .....	8
1.4. Beneficios de la gestión empresarial .....	17
1.5. Concepto de información aplicado a la gestión empresarial.....	19
1.6. Fundamentos de los sistemas de información.....	22
1.7. Componentes de los sistemas de información aplicados a la gestión empresarial.....	27
Resumen.....	30
Preguntas de autoevaluación.....	30
Bibliografía.....	32

<b>CAPÍTULO 2. LOS NEGOCIOS Y LA TECNOLOGÍA</b>	<b>35</b>
<i>Javier de Pablo López</i>	

---

Objetivos de aprendizaje.....	36
Introducción.....	37
2.1. Los avances tecnológicos en los negocios.....	38
2.2. Inteligencia artificial y machine learning .....	39

2.3. Blockchain.....	44
2.4. Realidad virtual y realidad aumentada.....	46
2.5. La tecnología 5G.....	50
2.6. IoT: el Internet de las cosas.....	52
2.7. Los chatbots.....	55
2.8. La nube o cloud computing.....	58
2.9. Consideraciones éticas y legales en la aplicación de tecnología en los negocios.....	61
2.9.1. La privacidad de los datos.....	61
2.9.2. La seguridad informática.....	63
2.9.3. La propiedad intelectual.....	64
Resumen.....	66
Preguntas de autoevaluación.....	66
Bibliografía.....	68

### **CAPÍTULO 3. LAS APLICACIONES INFORMÁTICAS EN LA GESTIÓN EMPRESARIAL: EVOLUCIÓN Y PRINCIPALES SOFTWARES** **71**

*María Romero Cuadrado*

---

Objetivos de aprendizaje.....	72
Introducción.....	73
3.1. La evolución de las aplicaciones informáticas.....	74
3.2. Las aplicaciones de la gestión empresarial.....	76
3.3. Programas para planificar los recursos de la empresa o ERP.....	78
3.3.1. SAP.....	80
3.3.2. Oracle.....	82
3.3.3. Sage.....	85
3.4. Programas para gestionar clientes o CRM.....	87
3.4.1. Salesforce.....	89
3.4.2. HubSpot.....	92
3.4.3. Active Campaign.....	94
3.5. Programas para la gestión documental o DMS.....	97
3.5.1. Alfresco.....	98
3.5.2. Microsoft Sharepoint.....	100
3.5.3. Dropbox Business.....	103
3.6. Programas para analizar datos o BI.....	105
3.6.1. IBM Cognos Analytics.....	107
3.6.2. Pentaho.....	110
3.6.3. Power BI.....	112
3.7. Programas de gestión de llamadas o Call Center.....	114

3.8. Programas de gestión de almacén o SGA .....	116
3.9. Terminales en el punto de venta o TPV .....	118
3.10. Programas de gestión de recursos humanos o HRM.....	120
3.11. Programas de gestión de proyectos o PM.....	121
3.12. Programas de calidad para ISO, BSC y BPM.....	122
Resumen.....	127
Preguntas de autoevaluación.....	127
Bibliografía.....	129

## **CAPÍTULO 4. HERRAMIENTAS DE PRODUCTIVIDAD EMPRESARIAL I: LA OFIMÁTICA** **131**

*María Romero Cuadrado*

---

Objetivos de aprendizaje.....	132
Introducción.....	133
4.1. ¿Qué es la ofimática? .....	133
4.2. Procesadores de texto.....	136
4.2.1. Microsoft Word.....	138
4.2.2. Google Docs .....	140
4.2.3. Apple Pages.....	141
4.2.4. LibreOffice Writer .....	143
4.2.5. WPS Writer.....	144
4.2.6. Apache OpenOffice Writer.....	145
4.2.7. Zoho Writer .....	147
4.3. Hojas de cálculo.....	149
4.3.1. Tipos de hojas de cálculo .....	150
4.3.2. Elementos de una hoja de cálculo.....	152
4.3.3. Tipos de datos.....	156
4.3.4. Gráficos.....	158
4.3.4.1. Gráfico de columnas .....	159
4.3.4.2. Gráfico de líneas .....	160
4.3.4.3. Gráfico de área.....	161
4.3.4.4. Gráfico de barras .....	161
4.3.4.5. Gráfico circular .....	162
4.3.4.6. Gráfico de dispersión.....	163
4.3.4.7. Gráfico de burbujas .....	164
4.3.4.8. Gráfico radial.....	165
4.3.4.9. Gráfico de superficie.....	166
4.3.4.10. Gráfico de cotizaciones .....	167
4.4. Presentaciones.....	168
4.4.1. Tipos de presentaciones .....	169

4.4.2. Elementos de una presentación.....	170
Resumen.....	174
Preguntas de autoevaluación.....	174
Bibliografía.....	176

<b>CAPÍTULO 5. HERRAMIENTAS DE PRODUCTIVIDAD EMPRESARIAL II: LA GESTIÓN DEL TIEMPO Y LAS TAREAS</b>	<b>177</b>
<i>María Romero Cuadrado</i>	

---

Objetivos de aprendizaje.....	178
Introducción.....	179
5.1. Orígenes y utilidad de las herramientas de gestión del tiempo y las tareas .....	180
5.2. Clasificación de las herramientas de gestión del tiempo y las tareas en las organizaciones .....	183
5.2.1. Calendario de proyectos .....	184
5.2.2. Gestores de tareas .....	184
5.2.3. Software de seguimiento de horas.....	185
5.2.4. Herramientas de gestión de correo electrónico .....	186
5.2.5. Software de gestión de documentos.....	188
5.2.6. Herramientas de gestión de equipos.....	189
5.2.7. Herramientas de gestión de reuniones .....	190
5.2.8. Software de gestión de proyectos .....	191
5.3. Principales aplicaciones .....	192
5.3.1. Trello .....	192
5.3.2. Slack .....	194
5.3.3. Microsoft Teams .....	195
5.3.4. Google Drive .....	196
5.3.5. JIRA.....	197
5.3.6. Todoist.....	198
5.3.7. Asana.....	200
5.3.8. Google Calendar.....	201
5.3.9. Microsoft To Do .....	202
5.3.10. Toggl.....	203
5.3.11. Focus@Will.....	204
5.3.12. RescueTime.....	205
5.3.13. Pomodoro Technique.....	205
Resumen.....	208
Preguntas de autoevaluación.....	208
Bibliografía.....	210

<b>CAPÍTULO 6. HERRAMIENTAS DE MARKETIG Y VENTAS</b>	<b>211</b>
<i>Jacobo Núñez Martínez</i>	
Objetivos de aprendizaje.....	212
Introducción.....	213
6.1. Etapas en el desarrollo del marketing.....	214
6.1.1. Primera etapa orientación al producto .....	214
6.1.2. Segunda etapa orientación a las ventas.....	215
6.1.3. Tercera etapa orientación al consumidor.....	216
6.1.4. Cuarta etapa orientación social.....	217
6.2. Conceptos generales del marketing.....	218
6.2.1. Estrategias del marketing .....	220
6.2.1.1. Marketing estratégico .....	220
6.2.1.2. Marketing operativo.....	220
6.2.1.3. ¿Por qué los clientes eligen un producto y no otro? .....	221
6.2.1.4. ¿Cuáles son las herramientas que utiliza el marketing para lograr sus objetivos?.....	221
6.2.2. El proceso de implementación del marketing .....	222
6.3. Marketing digital.....	223
6.3.1. Aparición del marketing digital.....	223
6.3.2. Expansión del marketing digital.....	226
6.3.2.1. Cambio en los hábitos de consumo.....	226
6.3.2.2. Ventaja para las empresas.....	229
6.4. Estrategias genéricas para una campaña de marketing digital .....	231
6.4.1. Análisis previo.....	232
6.4.2. Posicionamiento.....	232
6.4.3. Formas publicitarias .....	234
6.4.4. Redes sociales.....	235
6.4.4.1. Facebook.....	236
6.4.4.2. Instagram .....	237
6.4.4.3. TikTok.....	238
6.4.4.4. X Twitter .....	238
6.4.4.5. LinkedIn.....	239
6.4.4.6. Whatsapp.....	240
6.4.4.7. YouTube .....	240
6.5. Diferentes tipologías de marketing dentro del ámbito digital .....	240
6.6. Inbound marketing.....	241
6.6.1. Atraer .....	242
6.6.2. Conversión .....	243
6.6.3. Cerrar .....	243
6.6.4. Deleitar.....	244

6.7. Marketing de contenidos.....	244
6.8. Analíticas.....	247
6.8.1. Tráfico web .....	248
6.8.2. Métricas de publicidad online .....	250
6.8.3. Redes sociales.....	252
6.8.4. Clientes y conversiones .....	254
6.9. Términos específicos del marketing digital.....	258
Resumen.....	260
Preguntas de autoevaluación .....	260
Bibliografía.....	262

## **CAPÍTULO 7. HERRAMIENTAS DE GESTIÓN DE LOS RECURSOS HUMANOS** **265**

*Jacobo Núñez Martínez*

---

Objetivos de aprendizaje.....	266
Introducción.....	267
7.1. Evolución del concepto de los recursos humanos.....	267
7.1.1. Primera etapa.....	268
7.1.2. Segunda etapa .....	268
7.1.3. Tercera etapa.....	270
7.2. Los recursos humanos en la actualidad .....	272
7.2.1. Planificación de las necesidades de los recursos humanos .....	273
7.2.1.1. Diseño y perfil del puesto de trabajo.....	274
7.2.1.2. Proceso de reclutamiento interno/externo .....	275
7.2.1.3. Métodos tradicionales .....	276
7.2.1.4. Nuevas tecnologías.....	276
7.2.1.5. Proceso de selección .....	278
7.2.1.6. Introducción a la compañía y proceso de socialización .....	278
7.2.1.7. Evaluación del desempeño profesional .....	279
7.3. El banco de datos como sistema de información de los recursos humanos y la gestión del conocimiento .....	280
7.4. Aplicaciones informáticas en los recursos humanos .....	284
7.4.1. Tipos de software en recursos humanos.....	286
7.4.1.1. Softwares específicos.....	287
7.4.1.2. Softwares globales.....	288
7.4.1.2.1. Human Resources Information System (HRSI) .....	288
7.4.1.2.2. Human Capital Management (HCM) ....	289

7.4.1.2.3. Human Resources management System (HRMS) .....	289
7.4.2. Otras diferencias.....	290
7.4.2.1. Softwares diseñados .....	290
7.4.2.2. Alojamiento del software.....	291
7.4.2.3. Precios del software .....	291
7.4.3. Diferentes programas en el mercado .....	292
7.4.3.1. Open source.....	292
7.4.3.2. Software de pago .....	293
Resumen.....	295
Preguntas de autoevaluación.....	295
Bibliografía.....	297

## **CAPÍTULO 8. HERRAMIENTAS DE GESTIÓN FINANCIERA** **299**

*Javier de Pablo López*

---

Objetivos de aprendizaje.....	300
Introducción.....	301
8.1. La importancia de la gestión financiera en la empresa.....	301
8.2. Etapas de la gestión financiera.....	305
8.2.1. Planificación financiera .....	306
8.2.2. Adquisición de recursos.....	309
8.2.3. Gestión de capital de trabajo .....	312
8.2.4. Toma de decisiones de inversión.....	315
8.2.5. Toma de decisiones de financiación.....	318
8.2.6. Control y evaluación .....	320
8.2.7. Control de riesgos financieros.....	323
8.2.8. Estrategia a largo plazo .....	325
8.3. Introducción a las herramientas informatizadas para la gestión financiera.....	328
8.4. Herramientas de contabilidad.....	329
8.5. Herramientas para la gestión de tesorería y flujo de caja.....	331
8.6. Herramientas de gestión de presupuestos.....	332
8.7. Herramientas de gestión de riesgos financieros.....	335
8.8. Herramientas para la gestión de impuestos y cumplimiento normativo.....	336
8.9. Conclusiones y tendencias futuras en la gestión financiera informatizada.....	339
Resumen.....	344
Preguntas de autoevaluación.....	344
Bibliografía.....	346

## CAPÍTULO 9. HERRAMIENTAS DE GESTIÓN DE LAS OPERACIONES 347

*María Romero Cuadrado*

---

Objetivos de aprendizaje.....	348
Introducción.....	349
9.1. La gestión de las operaciones y su importancia en los negocios.....	349
9.1.1. Definición, objetivos y evolución.....	349
9.1.2. Importancia de las herramientas de la gestión de las operaciones.....	352
9.2. Planificación y control de la producción.....	354
9.2.1. Métodos de planificación de la producción.....	354
9.2.2. Herramientas de programación y control de la producción .	364
9.2.3. Principales softwares de planificación y control de la producción.....	368
9.3. Gestión de inventario.....	370
9.3.1. Tipos de inventario.....	371
9.3.2. Modelos de gestión de inventario.....	373
9.3.3. Principales softwares de gestión de inventario.....	385
9.4. Gestión de la calidad.....	387
9.4.1. Control de la calidad total (TQC).....	388
9.4.2. Herramientas de control estadístico de procesos (SPC).....	389
9.4.3. Six Sigma y Lean Management.....	394
9.4.4. Principales softwares de gestión de calidad.....	397
9.5. Gestión de proyectos.....	399
9.5.1. Metodologías de gestión de proyectos.....	401
9.5.2. Gestión ágil de proyectos. Principales softwares.....	402
9.6. Gestión de la cadena de suministros.....	405
9.6.1. Metodologías de gestión de suministros.....	406
9.6.2. Principales softwares de gestión de la cadena de suministros.....	407
Resumen.....	410
Preguntas de autoevaluación.....	410
Bibliografía.....	412