

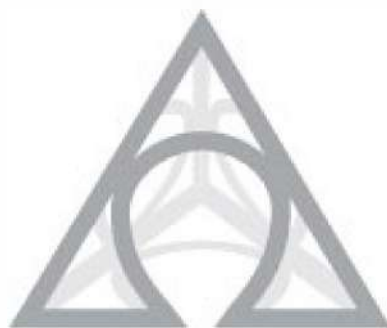
Catálogo **2023**



ADMINISTRACIÓN
MERCADOTECNIA • ECONOMÍA • FINANZAS



 **Alfaomega**



Alfaomega Grupo Editor tiene como misión la difusión y divulgación de la innovación y la tecnología. Por ello, desde hace 35 años editamos y publicamos títulos técnicos enfocados en las ciencias aplicadas con la finalidad de resolver problemas prácticos, dirigidos a la formación profesional y humanística de los pueblos de América Latina y España. Además, nuestro fondo incluye libros de interés general y un conjunto de textos de educación básica que acompañan el ciclo de vida del aprendizaje: desde preescolar hasta profesional.

En nuestros catálogos encontrarás un rango de contenidos educativos que nutren el fondo Alfaomega para beneficio de profesores y estudiantes. Podrás ubicar las principales obras y las novedades de acuerdo con las áreas del conocimiento:

- ▲ **Computación:** incluye un vasto número de temas relacionados con la informática, nuevos dispositivos y la programación; dirigido a todos los niveles de formación.
- ▲ **Ingeniería, Ciencias y Tecnología:** encontrarás las tendencias y los fundamentos de la ingeniería, las ciencias básicas y los principales temas tecnológicos, además de temas técnicos y de arquitectura.
- ▲ **Administración, mercadotecnia, economía y finanzas:** presenta una bibliografía esencial, útil para el estudio de materias incluidas en las áreas económico-administrativas.
- ▲ **Educación, psicología e interés general:** encontrarás títulos dirigidos para cualquier lector y obras para padres de familia, educadores, psicólogos, maestros, estudiantes y personas con deseos de superación y de conocimiento.

Para mayor información sobre los productos del grupo, nuestros ejecutivos de promoción podrán brindarte la ayuda necesaria o contáctanos en:

atencionalcliente@alfaomega.com.mx



Alfaomega Grupo Editor

Te acerca al conocimiento



CONTENIDO

ADMINISTRACIÓN	2
CALIDAD	2
EMPRESAS	9
CAPITAL HUMANO	14
CONTABILIDAD Y FINANZAS	18
ECONOMÍA	19
EMPREENDEDURISMO	19
LOGÍSTICA	21
MATEMÁTICAS FINANCIERAS	29
MERCADOTECNIA	31
VENTAS	35
MARKETING DIGITAL	36
NEGOCIOS	42
PROYECTOS	44
ÍNDICE DE AUTORES	45
ÍNDICE DE OBRAS	46
ATENCIÓN DEL ÁREA	
INTERNACIONAL	48
SOCIOS COMERCIALES	48





Alfaomega



ADMINISTRACIÓN

CALIDAD

EL PROCESO DE LAS 5'S EN ACCIÓN

SOCCONINI, LUIS; BARRANTES, MARCO

ISBN: 978-607-538-787-1

152 págs. Rústica, 17 × 23 cm

Coedición: Alfaomega – Marge Books

2022



LIBRO
IMPRESO



LIBRO
DIGITAL

Este documento proporciona un paquete integral de soluciones en las operaciones de una era globalizada. Esta obra lleva al lector paso a paso para mostrar funcionamiento del método de las 5'S para que lo utilice en el desarrollo de proyectos; le proporciona material didáctico para la capacitación del personal, guías elaboradas para desarrollar el material de apoyo que requiere su empresa y un software que facilitará la administración del proyecto.

Resumen del contenido:

Seiri (Seleccionar) – Seiton (Organizar) – Seiso (Limpiar) – Seiketsu (Estandarizar) – Shitsuke (Seguimiento) – Administración del proyecto.

LA INDUSTRIA 4.0 Y SU IMPACTO EN LAS MIPYME LATINOAMERICANAS

TERÁN PÉREZ, DAVID MOISÉS; GONZÁLEZ MONDRAGÓN, NOÉ

ISBN: PENDIENTE

Alfaomega

2023

En este texto, se explica a detalle qué es y en qué consiste la Industria 4.0; así como su impacto en las MIPyME Latinoamericanas tanto en el presente como en el futuro. Este tema es fundamental, porque marca un hito disruptivo en el uso de las TIC dentro de las MIPyME, sabiendo que en México el 83% del empleo, lo generan estas organizaciones, abarcando prácticamente, todos los sectores productivos e industriales.

EN PRENSA



LIBRO
IMPRESO



LIBRO
DIGITAL

2

ADMINISTRACIÓN, ECONOMÍA, MERCADOTECNIA & FINANZAS



LEAN COMPANY

MÁS ALLÁ DE LA MANUFACTURA

SOCCONINI, Luis

ISBN: 978-607-538-549-5

384 págs. Rústica, 17 × 23 cm

Coedición: Alfaomega – Marge Books

2020

En este libro se muestran los elementos que permitirán que su equipo de trabajo pueda desarrollar de manera práctica acciones para optimizar el desempeño de la empresa. A lo largo de sus páginas se proporciona una caja de herramientas y una metodología de aplicación para llevar a cabo ciclos de aprendizaje y reaprendizaje con el propósito de lograr una mejora continua de las habilidades de su equipo de trabajo.

Resumen del contenido:

Implementación Lean en la dirección – Implementación de Lean Company – Just In Time – Six Sigma – Box scoree, entrenamiento cruzado – Poka yoke – Teoría de inventiva (TRIZ) – Fase de despliegue – Círculo vicioso – Lean Logistics – Lean Commerce – Market share – Análisis residual.

3

CALIDAD

LEAN ENERGY 4.0

GUÍA DE IMPLEMENTACIÓN

SOCCONINI, LUIS; MARTÍN, JUAN PABLO

ISBN: 978-607-538-542-6

152 págs. Rústica, 17 × 23 cm

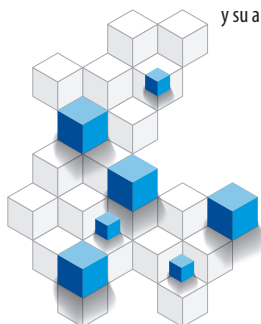
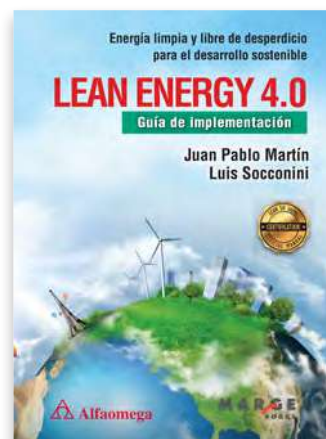
Coedición: Alfaomega – Marge Books

2020

En el presente manual se exponen las herramientas necesarias para reducir al máximo el consumo de energía de cualquier tipo de compañía, optimizando al mismo tiempo su producción y calidad. Se lleva de la mano al lector para que, paso a paso y de manera clara y concisa, asimile cada uno de los temas expuestos.

Resumen del contenido:

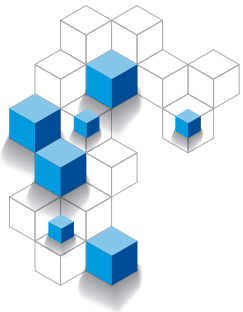
Introducción – Definir – Medir y mapear los consumos energéticos – Analizar y mejorar en aplicaciones – Herramientas Lean Six Sigma para la energía y el desarrollo sostenible – Introducción a la energía renovable y su aplicación para las empresas.



 Alfaomega



NOVEDADES 2023



Alfaomega

LEAN MANUFACTURING PASO A PASO

SOCCONINI, Luis

ISBN: 978-607-538-538-9

308 págs. Rústica, 16.8 × 23 cm

Coedición: Alfaomega – Marge Books

2019

En esta publicación se proporcionan las herramientas que han probado brindar un equilibrio entre las necesidades comunes de las empresas y que son fundamentales para mejorar el desempeño de las mismas.

Resumen del contenido:

Parte I. Las bases para el liderazgo y la cultura de clase mundial – Parte II. Conocimiento detallado de los procesos – Parte III. Herramientas básicas – Parte IV. Herramientas para mejorar la efectividad de los equipos.



LIBRO
IMPRESO



LIBRO
DIGITAL

4

ADMINISTRACIÓN, ECONOMÍA, MERCADOTECNIA & FINANZAS



LIBRO
IMPRESO



LIBRO
DIGITAL

LEAN SERVICE CERTIFICATION MANUAL

SOCCONINI, Luis

ISBN: 978-607-538-597-6

344 págs. Rústica, 17 × 23 cm

Coedición: Alfaomega – Marge Books

2020

El propósito principal de este documento es que el lector adquiera experiencias de alto valor que le permitan realizar con éxito las actividades de diversos tipos de servicios, desde transporte público, tiendas de café, restaurantes, hoteles, tiendas de autoservicio, aeropuertos, hospitales, consultoría, hasta servicios telefónicos, privados o seguridad pública, noticias, casinos, servicio de internet y de cable.

Resumen del contenido:

Introduction to Lean Service – Problem solving – Lean Strategy: Hoshin Kanri – Value Stream Structure – Talent Development – Define Team – Project Definition: A3 – Measure the Voice of the Customer – Measurement of Services.

LEAN SIX SIGMA MANAGEMENT SYSTEM FOR LEADERS

SOCCONINI, LUIS; REATO, CARLO

ISBN: 978-607-538-598-3

180 págs. Rústica, 17 × 23 cm

Coedición: Alfaomega – Marge Books

2020

Esta publicación en inglés se constituye como una guía que explica paso a paso todo lo relativo al sistema de gestión Lean Six Sigma, un método de mejora continua muy eficaz, sostenible y exitoso, donde se abordan temas como la innovación, el producto o servicio, la digitalización, las ventas, la logística, el comercio electrónico, las certificaciones, los equipos de trabajo y el internet de las cosas.

Resumen del contenido:

Introducción – Herramientas estratégicas – Herramientas tácticas – Cómo convertirse en una empresa basada en el método Lean Six Sigma – Beneficios que conlleva la adopción del método Lean Six Sigma – Bibliografía.



LEAN SIX SIGMA

SISTEMA DE GESTIÓN PARA LIDERAR EMPRESAS

SOCCONINI, LUIS; REATO, CARLO

ISBN: 978-607-538-543-3

204 págs. Rústica, 17 × 23 cm

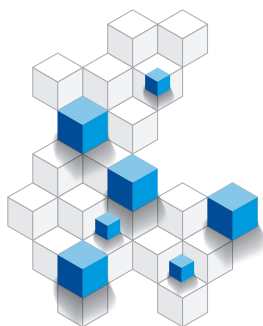
Coedición: Alfaomega – Marge Books

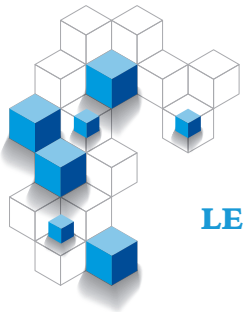
2020

Este libro es una guía que explica paso a paso todo lo relativo al sistema de gestión Lean Six Sigma, un método de mejora continua muy eficaz, sostenible y exitoso, donde se abordan temas como la innovación, el producto o servicio, la digitalización, las ventas, la logística, el comercio electrónico, las certificaciones, los equipos de trabajo y el internet de las cosas.

Resumen del contenido:

Introducción – Herramientas estratégicas – Herramientas tácticas – Cómo convertirse en una empresa basada en el método Lean Six Sigma – Beneficios que conlleva la adopción del método Lean Six Sigma – Bibliografía.





Alfaomega

LEAN SIX SIGMA GREEN BELT

MANUAL DE CERTIFICACIÓN

SOCCONINI, Luis

ISBN 978-607-538-785-7

352 págs. Rústica, 17 × 23 cm

Coedición: Alfaomega – Marge Books

2021

Este libro es un manual de certificación para formarse en el tercer nivel de Lean Six Sigma llamado Green Belt; se trata de una guía que capacitará al lector para alcanzar una mejora continua en su desempeño profesional o empresarial mediante la aplicación de una metodología que ha demostrado ser una excelente herramienta para obtener óptimos resultados que redunden en beneficios económicos.

A través de este libro se pretende proporcionar las herramientas necesarias para llevar a cabo proyectos de alto impacto llevando de la mano al lector, paso a paso.

Resumen del contenido:

Introducción a Green Belt – ¿Qué es Six Sigma? – Metodología y herramientas – Estructura Six Sigma – Definición de proyectos – Planificar y documentar el proyecto – Carta de definición – Gantt del proyecto – La voz del cliente – La voz del cliente – Modelo de Kano – Árbol de necesidades – Despliegue de la función de calidad (QFD) – Mapas de proceso.



LIBRO IMPRESO



LIBRO DIGITAL

LEAN SIX SIGMA BLACK BELT

MANUAL DE CERTIFICACIÓN

SOCCONINI, Luis

ISBN: 978-607-538-813-7

334 págs. Rústica, 17 × 23 cm

Coedición: Alfaomega – Marge Books

2021

En este manual se ofrecen las herramientas adecuadas para que usted comprenda y aplique nuevos métodos de trabajo profesional y empresarial que redunden en mejoras continuas. Los actuales contextos en que se desarrollan, las empresas conllevan complejidades cuya resolución requiere de nuevas metodologías de trabajo; es así que surge *Lean Six Sigma Black Belt* como una metodología de vanguardia con la cual usted podrá desarrollar la implementación de proyectos de alto impacto financiero y cultural en cualquier empresa o compañía, así como adquirir los conocimientos para automatizar sus operaciones y procesos.

Resumen del contenido:

Introducción a Black Belt – Antecedentes – ¿Qué es un Black Belt? – Responsabilidades – Scrum – Antecedentes – ¿Qué es scrum? – ¿Para qué sirve? – Elementos clave – ¿Quiénes participan? – ¿Cuándo se utiliza? – ¿Cuánto tiempo requiere? – Procedimiento – Entrenador / Coach – Antecedentes – Preparación de cursos – Impartir capacitación – Coaching – Evaluación financiera de proyectos.

LEAN SIX SIGMA GREEN BELT, PASO A PASO

SOCCONINI, LUIS; ESCOBEDO URIBE, EDUARDO JOSÉ

ISBN: 978-607-538-786-4

300 págs. Rústica, 17 × 23 cm

Coedición: Alfaomega – Marge Books

2022

A principios del presente siglo nace en el ámbito empresarial la filosofía Lean Six Sigma como resultado de la fusión de la filosofía Lean y la filosofía Six Sigma. Esta publicación tiene como propósito guiar al lector en el desarrollo de proyectos Lean Six Sigma en sus diferentes fases exponiendo las herramientas que deben utilizarse en cada una de ellas y de este modo proporcionarle la capacidad de liderar proyectos e identificar y generar oportunidades de crecimiento empresarial.

Resumen del contenido:

Fase 1: Definir – Fase 2: Medir – Fase 3: Analizar – Fase 4: Mejorar – Fase 5: Controlar.



7

CALIDAD



LEAN SIX SIGMA MANAGEMENT

MANUAL DE CERTIFICACIÓN

SOCCONINI, Luis

ISBN: 978-607-538-875-5

128 págs. Rústica, 16,8 x 23 cm

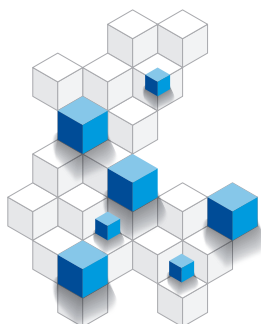
Coedición: Alfaomega – Marge Books

2022

El propósito de esta publicación es que el lector entienda, aplique y enseñe a sus colegas y colaboradores nuevas formas de trabajar utilizando herramientas sencillas y prácticas, y que se puedan afrontar las complejidades de los nuevos entornos empresariales. Este manual surge con la intención de compartir lo que en Lean Six Sigma Institute enseña a las personas que participan en procesos de formación.

Resumen del contenido:

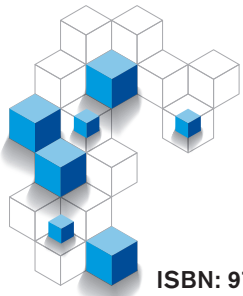
Introducción a Lean Six Sigma – Herramientas estratégicas – Canvas – Planificación estratégica: hoshin kanri – Estructura por cadenas de valor – Desarrollo de talento.



 **Alfaomega**



NOVEDADES 2023



LEAN SIX SIGMA WHITE BELT

SOCCONINI, Luis

ISBN: 978-607-538-884-7

118 págs. Rústica, 17 x 23 cm

Coedición: Alfaomega – Marge Books

2022

En el presente manual se muestran las herramientas producto de las mejores prácticas llevadas a cabo a lo largo de años y que han dado excelentes resultados en la creación de grandes negocios con posibilidades ilimitadas para alcanzar los objetivos deseados. Se ofrecen herramientas gerenciales que los directivos pueden poner en práctica para el desarrollo de estrategias, la evaluación de resultados, el diseño de la estructura organizacional, el desarrollo de su personal y la mejora en contabilidad.

Resumen de contenido:

Introducción a White Belt – Herramientas básicas – Solución de problemas – Las 5'S – Andon – Instrucción de trabajo estándar.



LIBRO IMPRESO



LIBRO DIGITAL

LEAN SIX SIGMA YELLOW BELT

MANUAL DE CERTIFICACIÓN

SOCCONINI, Luis

ISBN: 978-607-538-594-5

376 págs. Rústica, 17 x 23 cm

Coedición: Alfaomega – Marge Books

2020

Esta obra le será de gran utilidad para emplear con éxito los métodos y las herramientas con las que se están transformando las empresas que desean ser competitivas y diseñando las empresas del futuro. Tiene en sus manos un material de aprendizaje de alto valor para complementar su formación y convertirse en un Yellow Belt Certificado.

Resumen del contenido:

Lean Six Sigma – Herramientas estratégicas – Herramientas básicas – Definir – Medir – Analizar – Mejorar – Controlar – Canvas – Planeación estratégica: hoshin kanri – Introducción a White Belt – Las 5'S – Yellow Belt – Kaizen – SMED – Poka yoke.



LIBRO IMPRESO



LIBRO DIGITAL



EMPRESAS

101 CLAVES PARA FORMADORES DE EMPRESA

TODO LO QUE NOS HABRÍA GUSTADO SABER CUANDO NOS INICIAMOS EN LA FORMACIÓN

PUCHOL MORENO, LUIS; ONGALLO CHANCLÓN, CARLOS

ISBN: 978-607-538-497-9

320 págs. Rústica, 15 × 22 cm

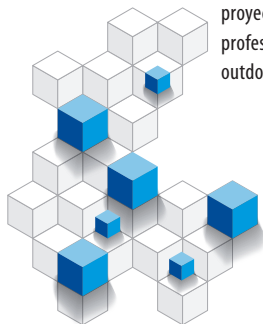
Coedición: Alfaomega – ESIC

2020

En este libro se proporcionan las herramientas con las cuales se puede poner en práctica los principios de la formación en diversas situaciones cotidianas, esto es, la preparación de la sesión, el uso de la tecnología adecuada en cada caso, la negociación de las condiciones económicas o la evaluación de la formación.

Resumen del contenido:

La preparación de la formación – La acción formativa – Evaluación, seguimiento y proyección – Planificación – Clientes – Página web – Metaplán – Perfil de profesionalidad – Problem-solving – Brainstorming – SEO – Programas outdoor.



 Alfaomega



NOVEDADES 2023

AGILE AT SCALE

CÓMO CREAR UNA VERDADERA ORGANIZACIÓN ÁGIL Y FLEXIBLE

MACAZAGA, JORGE

ISBN: 978-607-538-752-9

304 págs. Rústica, 15 × 23 cm

Coedición: Alfaomega – RC Libros

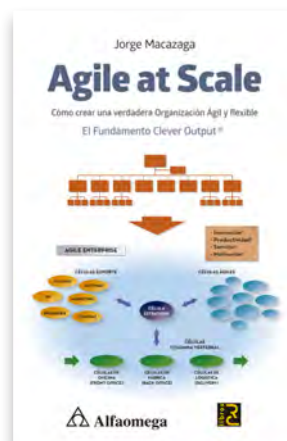
2021

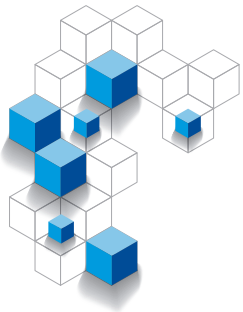
Por medio de un texto novelado, el autor establece una guía sobre la organización ágil para empresas o el innovador método Agile at Scale, para hacerlo, emplea ejemplos basados en casos prácticos reales de organizaciones dedicadas a giros industriales y del ámbito de servicios.

En este sentido, el lector aprenderá a incorporar el Agile at Scale en las diferentes áreas de su empresa, lo que será de ayuda para motivar a los empleados, aumentar la productividad y desarrollar un excelente sistema de servicio al cliente, todo ello por medio de la creación de células de trabajo y una perspectiva holística e integral.

Resumen del contenido:

¿Qué es la Organización Ágil? – La historia de la Agilidad – El paralelo “Agile” – Fábrica Lean – El fundamento Clever Output – El flujo de la inteligencia – Los tanques de tiempo – Hacia una nueva sincronización de todas las actividades – La Agilidad en “todos” los procesos – Los motores de la Agilidad: las Células (Sincronizadas).





ANATOMÍA DE LA CREATIVIDAD

GUILERA AGÜERA, LLORENÇ

ISBN: 978-607-538-907-3

Coedición: Alfaomega – Marge Books
2022

Llorenç Guilera estudia a fondo la creatividad desde una perspectiva psicosocial y la entiende no tanto como un don, sino como una actitud en la vida. El punto de partida de la persona creativa es el inconformismo, y aprende a observar con ojos críticos para anticiparse a las necesidades de la sociedad. Identificará un problema, lo analizará y, con reglas, técnicas y métodos, propondrá más de una solución.

Es un libro con una vertiente teórica necesaria para entender los mecanismos de la creatividad. Sintetiza todas las barreras psicológicas que pueden afectar a la creatividad y propone formas de superarlas. Todo ello se complementa con unos anexos de actividades prácticas.

Resumen del contenido:

La creatividad es progreso – Hay que educar la creatividad – Visión general de la creatividad – ¿Qué hace que la creatividad sea aceptada? – Personalidad creativa – ¿La creatividad se puede medir? – ¿Cómo podemos ser más creativos? – Cómo superar las barreras a la creatividad.

AUMENTA TU EMPRESA CON LA REALIDAD AUMENTADA Y LA REALIDAD VIRTUAL

CÓMO SACAR EL MÁXIMO PROVECHO EN EL MUNDO PROFESIONAL

PASTOR, ROGER

ISBN: 978-607-538-278-4

104 págs. Rústica, 17 × 23 cm
Coedición: Alfaomega – Marcombo
2020

El libro *Aumenta tu empresa...* tiene como objetivo proporcionarle las nociones básicas para comprender y estar al día en tecnologías como la realidad virtual y aumentada. Asimismo, presenta ideas probadas previamente y validadas en múltiples áreas de beneficio para una empresa.

Resumen del contenido:

Lo básico – La realidad aumentada para la empresa – La realidad virtual para la empresa – La realidad aumentada para ventas: el catálogo con realidad aumentada – Publicidad: atrapa a tu público – Una revolución en el sector industrial, el futuro.



CRISIS DIGITAL

POR QUÉ LAS EMPRESAS FRACASAN EN SU TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y CÓMO EVITARLO

MONGE MALO, Luis

ISBN: 978-607-538-536-5

172 págs. Rústica, 17 × 23 cm

Coedición: Alfaomega – Marcombo

2020

El autor de la presente publicación asegura que después de leerla, el lector será capaz de elegir la tecnología más adecuada para sus proyectos, realizar siempre una contratación correcta de ingenieros y evitar las conversaciones improductivas con ingenieros.

Resumen del contenido:

Glosario – ¿Cómo funciona una computadora? – ¿Qué es el HTML y el CSS? – Desmitificando la programación – ¿Qué es una base de datos y qué son los gestores de contenido? – Buscadores – SEO – Personal Home Page – Cyberduck.



LIBRO IMPRESO



LIBRO DIGITAL

11

EMPRESAS

**EL CUBO**

GUÍA PARA LA MEJORA CONTINUA Y TRANSFORMACIÓN ORGANIZACIONAL

MAYAGOITIA, SANTIAGO; TOVAR, JORGE

ISBN: 978-607-538-656-0

228 págs. Rústica, 17 × 23 cm

Alfaomega

2020

El cubo. Guía para la mejora continua y transformación organizacional no es sólo un libro técnico que le será de gran ayuda para mejorar la productividad y eficiencia de una empresa, sino que trata una historia que le será fundamental para su vida profesional, pues le ayudará a comprender un sistema de gestión que se desarrolla y evoluciona a través del personal.

Resumen del contenido:

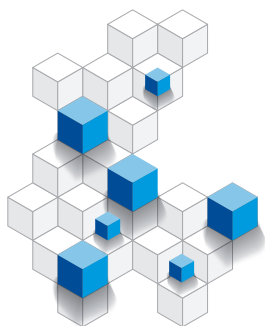
Fundamentos – Cultura – Enfoque – Sistema – Sustentabilidad – Promoción – PDCA – Industria 4.0 – Visión – Diagnóstico organizacional – Gestión del cambio – Empresa – 5S.



LIBRO IMPRESO



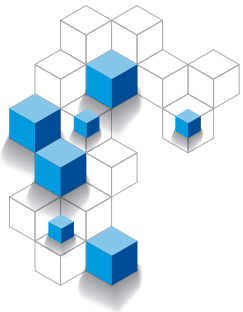
LIBRO DIGITAL



 **Alfaomega**



NOVEDADES 2023



LIBRO IMPRESO



LIBRO DIGITAL

ESTUDIO DE SISTEMAS INTEGRALES

HERNÁNDEZ ALMAZÁN, JORGE

ISBN: PENDIENTE

Alfaomega
2023

Para atender esta necesidad de interoperabilidad, una alternativa que han adoptado las empresas en los últimos años es el Sistema Integral (SIn) también conocido como sistema Enterprise Resource Planning (ERP), en esta obra aprenderá sobre los procesos de las distintas áreas funcionales de una empresa para obtener los siguientes beneficios: agilización de los procesos, generación de información integral y escalabilidad.

Resumen de contenido:

BindERP – Macroges – Rosariosis – Metafresh – Metafresh – Striven – OnCloud ERP – Wayz ERP – Wyzerp – Flexor.

CUSTOMER EXPERIENCE

LAS CLAVES DE LA EXPERIENCIA DE CLIENTE EN LA ERA DIGITAL COGNITIVA

ALCAIDE CASADO, JUAN CARLOS

ISBN: 978-607-538-902-8

320 págs. Rústica, 15 × 22,5 cm
Coedición: Alfaomega – ESIC
2022

Realidad virtual, aumentada, irreal: mixtura tecnológica para amplificar la experiencia sensorial.

Es una obra de marketing cognitivo, basado en el dato de la persona, ofrecer según gustos, preferencias, productos, servicios, experiencias amplificadas, memorables y rentables.

Resumen de contenido

La experiencia de cliente y el poder del cliente – La cultura, la estrategia y la experiencia de cliente – Los pilares de la experiencia de cliente y recomendaciones – Inteligencia cognitiva aplicada a los pilares de la experiencia de cliente



LIBRO IMPRESO



LIBRO DIGITAL

12

GAMIFICACIÓN

MECÁNICAS DE JUEGOS EN TU VIDA PERSONAL Y PROFESIONAL

2ª ED.

RAMÍREZ, JOSÉ LUIS

ISBN: 978-607-538-756-7

172 págs. Rústica, 17 × 23 cm

Coedición: Alfaomega – RC Libros

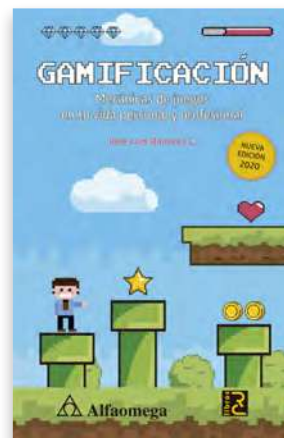
2022

La gamificación consiste en la ejecución de estrategias y reglas de juegos y videojuegos en entornos cotidianos; ésta le dará la posibilidad de hacer de sus actividades rutinarias amenos y divertidos juegos que impliquen retos para sus clientes y trabajadores y los puedan motivar.

La gamificación puede ser aplicada en entornos personales y profesionales, en la cotidianidad o en la empresa o trabajo. En este libro se abordan todas las estrategias, reglas y mecánica de la gamificación, conceptos generales de marketing, el MDA Framework y su mecánica mediante múltiples ejemplos. Con este documento el lector tendrá la posibilidad de practicar las técnicas y estrategias que le ayudarán a incrementar sus ventas de una forma fácil y divertida.

Resumen del contenido:

Tutorial Nivel 1: Conceptos teóricos – Fase 1: Introducción (50 puntos) – Fase 2: Algunos conceptos sobre marketing (100 puntos) – ¿Qué es el marketing? – Funciones del marketing – Investigación comercial – Planificación comercial – Organización comercial – Control comercial.



13

EMPRESAS



LOS 100 ERRORES EN EL DESARROLLO DE HABILIDADES DE GESTIÓN

VÁZQUEZ SUÁREZ, LUIS; SÁNCHEZ GÓMEZ, ROBERTO

ISBN: 978-607-538-815-1

192 págs. Rústica, 15.5 × 22.5 cm

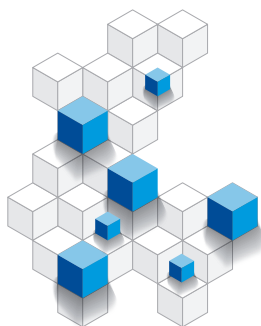
Coedición: Alfaomega – ESIC

2022

Este libro muestra, de forma visual, amena e intuitiva, y con un lenguaje claro y directo, que los fallos que limitan nuestro desarrollo personal y profesional se pueden agrupar en tres tipos: errores de planificación, errores de dirección (de uno mismo o de otros) y errores de control (de uno mismo, de otros o de la situación); y que estos errores se refieren a cuatro ámbitos: conocerse (a uno mismo), conocer (el entorno), dirigirse (a uno mismo) y dirigir (a otros).

Resumen del contenido:

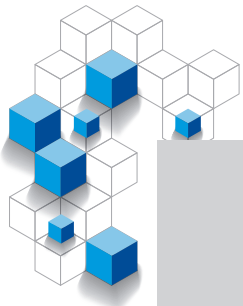
Introducción – Errores de planificación – Errores de dirección – Errores de control.



 Alfaomega



NOVEDADES 2023



Alfaomega



CAPITAL HUMANO

COMPETENCIAS DIRECTIVAS

GUILERA AGÜERA, LLORENÇ

ISBN: 978-607-538-782-6

288 págs. Rústica, 15 × 21 cm

Coedición: Alfaomega – Marge Books

2022



Llorenç Guilera aporta una visión novedosa sobre esta temática pues emplea de manera eficiente las facultades humanas y, para entender el mejor modo de motivar y conducir personas trabajando en equipo en pos de un objetivo común, es de gran ayuda comprender cómo el funcionamiento de la mente se estructura en cinco niveles o dimensiones: los instintos, las emociones, las intuiciones, los razonamientos y la capacidad de planificación.

Resumen del contenido:

Liderazgo – Estilos de liderazgo – Las capacidades mentales – La inteligencia instintiva – El cerebro emocional – Habilidades comunicativas – Asertividad – Motivación de las personas – Trabajo en equipo.



14

ADMINISTRACIÓN, ECONOMÍA, MERCADOTECNIA & FINANZAS

DIRIGE Y LIDERA PARA COMPETIR

CRUELLES RUIZ, JOSÉ AGUSTÍN

ISBN: 978-607-538-541-9

192 págs. Rústica, 15 × 21 cm

Coedición: Alfaomega – Marcombo

2020

El contenido de estas páginas está orientado a explicar los diferentes métodos de dirección que pueden aplicarse a distintos tipos de empresas; con el fin de que el lector pueda aprender a cuenta cabal estos principios, se proporcionan ejemplos y anécdotas de todo tipo de sectores.

Resumen del contenido:

Introducción y diagnóstico – Buenas prácticas de liderazgo – Dirección, método y habilidades – Estrategias de mejora continua – Establecimiento de políticas – Descripción general del proceso de negocio: proceso de creación de beneficios.





LA DIRECCIÓN DE OPERACIONES DESDE UNA PERSPECTIVA PRÁCTICA

EJERCICIOS RESUELTOS

SANTOS ÁLVAREZ, MARÍA VALLE; MARTÍN PÉREZ, VÍCTOR

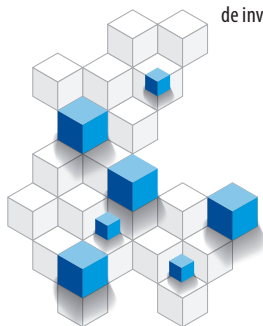
ISBN: 978-607-538-904-2

156 págs. Rústica, 15,5 × 22,5 cm
Coedición: Alfaomega – ESIC
2022

La formación de directivos en esta área es crucial tanto en su dimensión teórica como en su vertiente más práctica. El libro se centra en esta última ya que propone una serie de actividades y problemas resueltos que permiten profundizar en el diseño de proceso productivo, programación de operaciones, programación de proyectos, gestión de inventarios y M.R.P. En cada uno de los capítulos se recoge una síntesis del tema, glosario para el análisis y una colección de prácticas del tema.

Resumen de contenido:

Diseño del proceso productivo – Distribución en planta: equilibrado de cadena – Programación de operaciones – Gestión y programación de proyectos: PERT – Gestión de inventarios con demanda independiente.



 **Alfaomega**



NOVEDADES 2023

ORGANIZACIÓN DE EQUIPOS DE VENTAS

PECE, JOAQUÍN

ISBN: 978-607-538-692-8

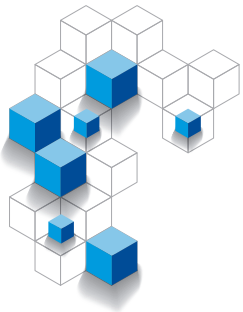
172 págs. Rústica, 21 × 27 cm
Coedición: Alfaomega – Marcombo
2022

El manual se presenta como una herramienta de trabajo que facilita el proceso de enseñanza-aprendizaje sobre las características mejoramiento del equipo comercial y proceso de selección, la asignación de objetivos de ventas a la red comercial, formación, así como la motivación y retribución del equipo comercial a través de siete unidades, las cuales incluyen información teórica acompañada de numerosos ejemplos, gráficos, esquemas, ejercicios y actividades prácticas que permiten facilitar la asimilación de los contenidos.

Resumen del contenido:

Estructura y tamaño del equipo de ventas – Características del equipo comercial y proceso de selección – Asignación de objetivos de ventas a la red comercial – Formación, perfeccionamiento y reciclaje de equipos comerciales.





ORGANIZACIÓN Y TRANSFORMACIÓN DE LOS SISTEMAS DE INFORMACIÓN EN LA EMPRESA

4ª ED.

DE PABLOS HEREDERO, CARMEN; LÓPEZ-HERMOSO AGIUS, JOSÉ JOAQUÍN; ET AL.

ISBN: 978-607-538-830-4

432 págs. Rústica, 115.5 x 22.5 cm

Coedición: Alfaomega – ESIC

2022

El presente trabajo constituye una herramienta de ayuda para aquellos que presentan cierto interés en conocer de forma completa posibilidades de gestión de las tecnologías de información y sistemas de información en la empresa. El equipo de profesores y profesionales que han intervenido en este trabajo ha puesto una especial atención en destacar el papel esencial y posibilitador que desde la perspectiva organizativa tienen las tecnologías de información y comunicación en la empresa.

Resumen del contenido:

El sistema de información y la información – Tecnologías de la información y de las comunicaciones – Los tipos de sistemas de información en la empresa y el componente humano – Desarrollo e implantación de sistemas de información.

S. O. S.

TENGO UN JEFE TÓXICO

ADÁN, PABLO

ISBN: 978-607-538-546-4

132 págs. Rústica, 15 x 23 cm

Coedición: Alfaomega – SCLibro

2020

En el presente documento se hace una descripción de los recursos de que se vale un jefe tóxico, el perfil de las personas que lo rodean, el fomento de la división y enfrentamiento en las personas y los reproches. Asimismo, se analiza la adicción del jefe tóxico al trabajo y su necesidad de contagiarla a los demás, los efectos que el estrés causa en los trabajadores y el control obsesivo de la información.

Resumen del contenido:

De amos y esclavos – Autoridad, poder e influencia – Liderazgo positivo vs. liderazgo negativo – Pero cómo es el jefe tóxico – La gestión del talento – El triunfador de emociones – El aire huele a veneno.





SUPERTALENT

DESARROLLA TU TALENTO DIGITAL MÁS DISRUPTIVO E INTERACTIVO
PARA CONQUISTAR EL MUNDO PROFESIONAL

JIMÉNEZ VINUESA, CHAL

ISBN: 978-607-538-832-8

156 págs. Rústica, 15 × 21.5 cm

Coedición: Alfaomega – ESIC

2022

Descubre tus mejores talentos a través de los superhéroes que todos conocemos para conseguir volar y cambiar tu futuro profesional. Saca el supertalento que llevas dentro y conviértelo en tu mejor arma para conseguir un nuevo empleo o más clientes y destacar en esta Infinity War.

Resumen del contenido:

Introducción: el talento nace o se hace – Captain talent: tu mejor talento – Iron talent: descubre y define tus soft skills o superpoderes – Wonder talent: como construir una marca personal con talento – Aqua talent: la evolución de tu talento – Spider talent: ¡salta y arriésgate!

TRANSFORMANDO ORGANIZACIONES

LIDERAR EL CAMBIO

ROMAIN MARCIANO, SANDRA

ISBN: 978-607-538-837-3

128 págs. Rústica, 15 × 21.5 cm

Coedición: Alfaomega – ESIC

2022

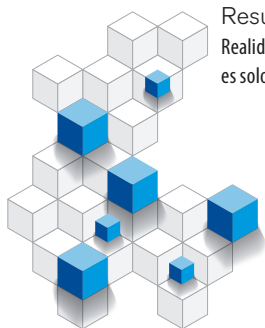
Este libro es una guía para todos aquellos directivos, gestores y profesionales que deben impulsar, gestionar o implantar un proyecto de cambio y para quienes deseen entender mejor la diferencia entre gestionar proyectos y gestionar el cambio.

A través de casos reales y desde varios enfoques y disciplinas como el liderazgo, el diseño de los entornos de trabajo, la psicología, la sociología y la comunicación, la autora desgana los aspectos más relevantes de la relación que existe entre las personas y los procesos de cambio dentro del contexto empresarial.



Resumen del contenido:

Realidades sobre el cambio – Cómo tratamos a las personas importa – Mitos sobre el cambio – Cambiar es solo cuestión de voluntad.



 **Alfaomega**



NOVEDADES 2023



CONTABILIDAD Y FINANZAS

CONTABILIDAD DE COSTOS

HERRAMIENTAS PARA LA TOMA DE DECISIONES

3ª ED.

ZAPATA SÁNCHEZ, PEDRO



ISBN: 978-958-778-513-5

428 págs. Rústica, 21 x 27 cm

Alfaomega

2020

Este libro pretende que el lector desarrolle sus capacidades para lograr una mayor eficiencia y productividad que potencien el uso de los recursos; asimismo, se pretende el conocimiento de técnicas que proporcionen información válida y confiable para tomar las mejores decisiones e implementar medidas de control eficientes desde la adquisición, la custodia y el uso de los recursos que las empresas ponen a disposición de la producción de bienes y servicios.

Resumen del contenido:

Fundamentos – Sistema de órdenes de producción: tratamiento contable y administrativo de materiales y mano de obra directos – Sistema de órdenes de producción CIF – Sistema de órdenes de producción por departamentos – Sistema de costos por procesos – Costeo estándar – Costeo basado en actividades – Costeo variable.



FINANZAS CORPORATIVAS

4ª ED.

DUMRAUF, GUILLERMO L

ISBN: 978-987-338-328-33

666 págs. Rústica, 17 x 23 cm

Alfaomega

2022

La obra Finanzas corporativas está destinada fundamentalmente al alumno universitario que cursa su primer curso de finanzas corporativas o administración financiera. Aunque esta obra usa material cubierto en cursos de economía, contabilidad y estadística, el conocimiento de estas áreas es muy útil pero no esencial. El único requisito previo es el conocimiento del álgebra básica y el interés para entender cómo funciona el mundo de las finanzas.

Resumen del contenido:

Fundamentos de las Finanzas – Análisis de los estados financieros y proyección del cash Flow – Panorámica de los estados financieros – Análisis financiero – Proyección de los estados financieros – El valor tiempo del dinero y el valor de los bonos y acciones – Riesgo y rentabilidad.





ECONOMÍA

ECONOMÍA CIRCULAR

UN ENFOQUE PRÁCTICO PARA TRANSFORMAR

ROZANNE, SILVIA; WEENK, Ed

ISBN: 978-607-538-935-6

Coedición: Alfaomega – Marge Books

408 págs. Rústica, 17 × 23 cm

2022

La economía circular, además de ofrecer un modelo sostenible, brinda la posibilidad de desarrollar nuevas actividades productivas y de servicios. Este libro nos introduce en esta apasionante evolución desde la perspectiva de la gestión de la cadena de valor. Con abundantes ejemplos y ejercicios prácticos, ofrece a estudiantes y profesionales la posibilidad de comprender la economía circular.

Resumen de contenido:

Economía circular – El contexto de la circularidad – La perspectiva empresarial de la circularidad – Más allá de las fronteras de la empresa – Circularidad y liderazgo – El imperativo circular corporativo.



19

EMPRENDEDURISMO

EMPRENDEDURISMO

ACTITUD EMPRENDEDORA

PASIÓN Y TESÓN

CHAVARRÍA, MARÍA ÁNGELES



ISBN: 978-607-538-901-1

200 págs. Rústica, 15 × 21,5 cm

Coedición: Alfaomega – ESIC

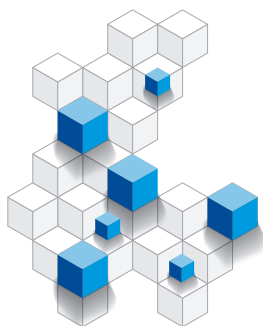
2022

La obra motiva a despertar el espíritu emprendedor que llevamos dentro y aplicarlo con pasión y tesón al desempeño de cada persona, sea en su empresa o en otra ajena. A partir de ahí, animamos a los emprendedores a que crean en sus proyectos y se les proporciona herramientas para transmitir su idea y llevarla a la práctica.

Algunas de esas sugerencias se condensan al final de cada capítulo con epígrafes para que cada cual se ponga en desde las edades más tempranas.

Resumen del contenido:

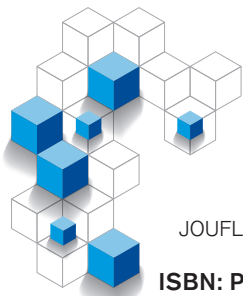
¿Qué es la actitud emprendedora? – ¿Tienes madera para emprender? – ¿En qué sector te sientes más competente? – Marca la diferencia – La idea y la misión – De la idea a la acción.



 **Alfaomega**



NOVEDADES 2023



EL TRADING QUE VES

JOUFLAS, LESLIE; PESAVENTO, LARRY; DE LA PEÑA, ADOLFO

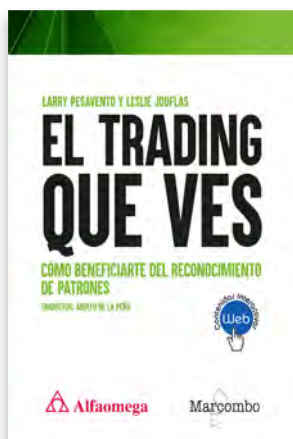
ISBN: PENDIENTE

Coedición: Alfaomega – Marcombo
2022

¿Quieres invertir en bolsa y no perder todo tu dinero en el intento? Este libro te propone un método fácil con el que conseguir una economía estable. Aprenderás a ver el mercado: valorar un gráfico y reconocer patrones frecuentes, desde los del análisis técnico clásico hasta los patrones más avanzados; obtendrás información de la mayoría de gráficos que encuentres, aprenderás a combinarlos con las series Fibonacci y los números armónicos, y conocerás el uso de opciones junto a patrones.

Resumen de contenido:

Ensancho del pensamiento – Geometría de las figuras y las series de Fibonacci – Números armónicos y cómo usarlos.



LIBRO IMPRESO



LIBRO DIGITAL

20

ADMINISTRACIÓN, ECONOMÍA, MERCADOTECNIA & FINANZAS



EMPRENDE EN DIGITAL

DISEÑA Y VALIDA TU STARTUP

TORRES MARÍN, ALFONSO JESÚS

ISBN: 978-607-538-833-5

184 págs. Rústica, 15 × 21.5 cm

Coedición: Alfaomega – ESIC

2022

Este libro te ayudará a comprender las oportunidades y amenazas a las que te enfrentas como emprendedor digital en la actualidad, así como los distintos mecanismos de generación de ingresos y de ideas de negocio existentes. Además, en él encontrarás los modelos de diseño y validación de negocios más aplicados por las *startups* en nuestros días: el lienzo de modelo de negocio (Osterwalder), el modelo ABC (Allen), el modelo de Desarrollo de Clientes (Blank), la metodología Lean Startup (Ries), el método Lean Canvas (Maurya), y la metodología de los 24 pasos (Aulet).

Resumen del contenido:

El emprendedor digital: amenazas, oportunidades e ideas de negocios digitales – Diseño y validación de tu modelo de negocio digital – El modelo de desarrollo de clientes (*steve blank*) – La metodología lean startup (*eric ries*) – Metodología de los 24 pasos (*bill aulet*).



DISEÑO Y ELABORACIÓN DE MATERIAL DE COMUNICACIÓN

BAEZA MORILLO, SERGIO; MARTÍN ALONSO, ROSA

ISBN: 978-607-538-754-3

168 págs. Rústica, 21 x 27 cm
Coedición: Alfaomega – Marcombo
2022

La presente publicación ofrece los conceptos principales que se deben tener en cuenta en el diseño y la creación de material de comunicación. Su estructura didáctica incluye gráficas, imágenes y ejercicios y actividades prácticas. El libro incluye también una guía para docentes que contiene la solución de las actividades que se encuentran en cada una de las unidades.

Resumen de contenido:

Contenido de los materiales de comunicación – Confección de materiales publicitarios en diferentes – Aplicación de técnicas de comunicación persuasivas – Elaboración de materiales publicitarios e informativos – Plan de difusión de materiales de comunicación, publipromocionales, publicitarios e informativos.



LOGÍSTICA

ALMACENES Y CENTROS DE DISTRIBUCIÓN

MANUAL PARA OPTIMIZAR PROCESOS Y OPERACIONES

SALDARRIAGA RESTREPO, DIEGO LUIS

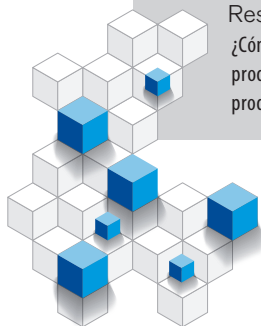
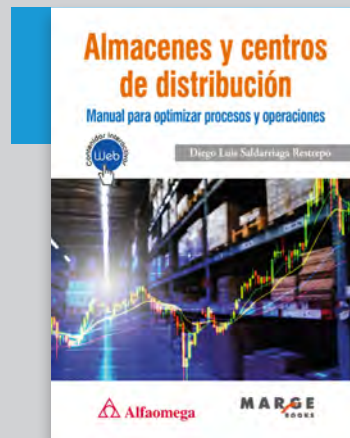
ISBN: 978-607-538-886-1

120 págs. Rústica, 17 x 23 cm
Coedición: Alfaomega – Marge Books
2022

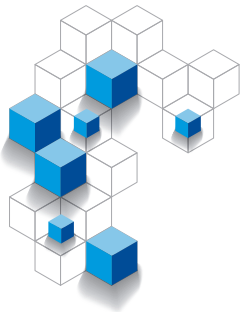
Este manual va dirigido para quienes toman decisiones gerenciales y tienen bajo su responsabilidad la gestión de almacenes o centros de distribución. También, en este libro el lector encontrará cuestiones clave para optimizar los procesos y operaciones de los almacenes y centros de distribución. Además, el autor trata en profundidad la preparación de pedidos con la finalidad de conseguir una productividad óptima.

Resumen de contenido:

¿Cómo incrementar la productividad en un centro de distribución? – ¿Cómo incrementar la productividad en un centro de distribución? – Preparación de pedidos: ¿cómo obtener la mayor productividad?



NOVEDADES 2023



Alfaomega

CADENA DE SUMINISTRO 4.0

BENEFICIOS Y RETOS DE LAS TECNOLOGÍAS DISRUPTIVAS

TUNDIDOR DÍAZ, ALBERTO; HERNÁNDEZ,
EVA; PEÑA, CRISTINA; MARTÍNEZ, JAVIER

ISBN: 978-607-538-362-0

128 págs. Rústica, 15 × 21 cm

Coedición: Alfaomega – Marge Books

2020

El autor describe el proceso que permite alinear la estrategia de la cadena de suministro con la estrategia de la compañía y las exigencias de la cuarta revolución industrial, que implican cambios importantes en la operación de las empresas y promueven la adaptación de los estándares de su actividad o la generación de modelos nuevos.

Resumen del contenido:

La cadena de suministro y las tecnologías disruptivas – El vehículo autónomo y eléctrico – La realidad aumentada – Gestión de la información 4.0 – Modelos de organización humana en la cadena – Internet de las cosas – Almacenamiento de información – Utilización de la información digital.



22

ADMINISTRACIÓN, ECONOMÍA, MERCADOTECNIA & FINANZAS



CÓMO DESARROLLAR LA CARGA AÉREA EN AEROPUERTOS

ARÁN, JAVIER

ISBN: 978-607-538-887-8

244 págs. Rústica, 17 × 23 cm

Coedición: Alfaomega – ESIC

2022

En este libro se explica, en forma de relato didáctico y ameno, cómo se diseña y gestiona una comunidad de carga local, por qué los hubs aeroportuarios son necesarios para optimizar costos y plazos, qué recorrido hace una falda creada y producida en La Coruña para llegar a Seúl, o cómo el transporte aéreo trata de reducir la huella de carbono en su área de influencia.

Resumen de contenido:

Evolución y cambio en la cadena de suministro – La gestión del producto de carga aérea – Las reglas para crecer – Hardware – Software – Orgware.



CÓMO HACER DE LA CADENA DE SUMINISTRO UN CENTRO DE VALOR

CAJA CORRAL, ÁNGEL

ISBN: 978-607-538-360-6

108 págs. Rústica, 15 × 21 cm

Coedición: Alfaomega – Marge Books

2020

El autor describe el proceso que permite alinear la estrategia de la cadena de suministro con la estrategia de la compañía y las expectativas de los clientes. Un manual imprescindible para quienes participan en la gestión de la cadena de suministro y, entre otras, las áreas de operaciones, compras, ventas, marketing, finanzas, etc.

Resumen del contenido:

Alinear estrategias, el primer paso para la creación de valor – La estrategia de la compañía, el punto de partida – El modelo – Entender las expectativas de los clientes y la estrategia de la compañía – Suministro 4.0.



EL RIESGO PAÍS Y LAS GARANTÍAS INTERNACIONALES

FORNT, XAVIER

ISBN: 978-607-538-894-6

Coedición: Alfaomega – Marge Books

2022

Esta obra aporta los elementos de análisis necesarios para que cada profesional los adapte a sus propias necesidades y a su propio proyecto.

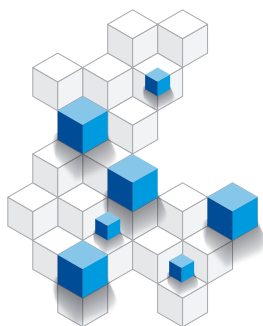
En este libro se analizan primero los riesgos en los procesos de internacionalización, y especialmente el riesgo país, para abordar luego los distintos tipos de garantías internacionales a primer requerimiento que podrían dar cobertura a muchos de estos riesgos.

Resumen del contenido:

Riesgos en procesos de internacionalización – El riesgo país – Garantías internacionales a primer requerimiento – Reglas de la Cámara de Comercio Internacional – Créditos documentarios como cobertura de riesgos – Casos de estudio.

23

LOGÍSTICA



 **Alfaomega**



NOVEDADES 2023

WEBINARS



**IMPARTIDO
POR ESPECIALISTAS:**

Transmitido en vivo por:



BIBLIOTECAS DIGITALES

**PRESENTACIONES DE CIENCIAS
BÁSICAS E INGENIERÍA**

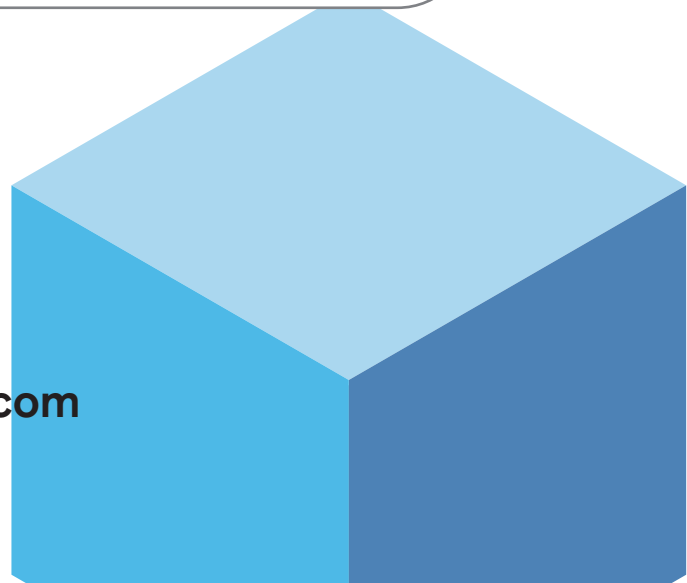
**PRESENTACIONES
DE COMPUTACIÓN**

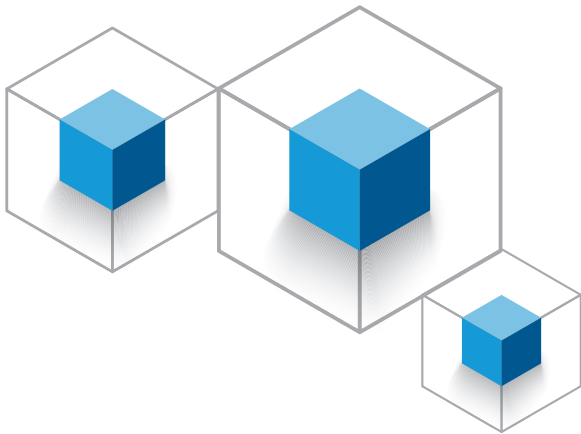
**PRESENTACIONES
DE ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA**

**PRESENTACIONES
DE INTERÉS GENERAL**

www.buk.com.mx

<https://demo.bibliotecasdigitales.com>





¿Quieres publicar tu investigación?

Alfaomega es la editorial de prestigio con más de **3 décadas de experiencia** publicando y comercializando **textos educativos** y distribuyéndolos local e internacionalmente.

Contacto: fsoto@alfaomega.com.mx



Contamos con el equipo de expertos en las diferentes áreas del proceso de producción editorial, lo que nos convierte en el ideal para ayudarte con esta necesidad

01 EDICIÓN

Especialistas en Ciencias y en Letras Hispánicas se encargarán de hacer la corrección de estilo y ortográfica de tus textos.

02 DISEÑO

Un director creativo y diseñadores editoriales especializados en textos educativos se encargarán de diagramar los textos y diseñar tu portada.



03 PRODUCCIÓN

Podemos imprimir tus libros sin importar la cantidad de unidades, ya sea en offset o impresión digital.



04 DISTRIBUCIÓN

El equipo de logística podrá gestionar la entrega de los libros en diferentes partes del país o del mundo.



¡PODEMOS AYUDARTE EN TODO EL PROCESO O EN EL ÁREA QUE LO REQUIERAS!

 **Alfaomega Grupo Editor**

Te acerca al conocimiento

www.alfaomega.com.mx

<http://www.alfaomegagroup.com.mx>

<http://www.alfaomegagroup.com.ar>



GESTIÓN ADMINISTRATIVA DEL COMERCIO INTERNACIONAL

7ª ED.

PEIRATS MECHO, FRANCISCA; NINOT ALAGARDA, PABLO

ISBN: 978-607-538-625-6

336 págs. Rústica, 21 × 27 cm

Coedición: Alfaomega – Marcombo

2020

En este interesante libro los autores desarrollan los contenidos correspondientes a los ciclos de grado superior de la familia profesional de Comercio y Marketing.

A lo largo de sus doce unidades, esta obra abarca temas que van desde la relación de organismos e instituciones en el comercio internacional, el origen de las mercancías, los regímenes aduaneros, así como la disposición de mercancías.

Resumen del contenido:

Organismos e instituciones relacionados con el comercio internacional – Fuentes y recursos de información aplicados al comercio internacional – Los documentos en el comercio internacional – Las barreras al comercio internacional – El origen de las mercancías.



LIBRO IMPRESO



LIBRO DIGITAL

26

ADMINISTRACIÓN, ECONOMÍA, MERCADOTECNIA & FINANZAS



LIBRO IMPRESO



LIBRO DIGITAL

GESTIÓN DE EXISTENCIAS EN EL ALMACÉN

FLAMARIQUE, SERGI

ISBN: PENDIENTE

Coedición: Alfaomega – Marge Books

2023

Este libro es un manual práctico para gestionar las existencias de mercancías en el almacén, con una especial atención a la realización de los inventarios. Proporciona una capacitación profesional en el ámbito de las actividades auxiliares de almacén, ayuda a afianzar conceptos y facilita la mejora continua de las organizaciones.

Resumen de contenido:

Tipología de empresas y almacenes – La gestión del almacenaje – La información y documentación que acompaña la mercancía – Envase y embalaje – Detección y tratamiento de incidencias en la atención de pedidos.



GESTIÓN DE INVENTARIOS

MÉTODOS CUANTITATIVOS

ESPEJO, MARCO

ISBN: PENDIENTE

Coedición: Alfaomega – Marge Books
2023

Esta obra aborda la base cuantitativa de la gestión de inventarios, mediante contenidos teóricos, casos prácticos y cuestionarios de autoevaluación útiles en el área de logística, tanto de pymes como de grandes empresas. La base cualitativa dependerá del conocimiento de la actividad empresarial y del pronóstico de aspectos que puedan afectar al mercado.

Resumen de contenido:

Cadena de suministros – Pronóstico de demanda – Programación de inventario.

27

LOGÍSTICA

GUÍA PRÁCTICA DE LAS REGLAS INCOTERMS 2020

DERECHOS Y OBLIGACIONES SOBRE LAS
MERCANCÍAS EN EL COMERCIO INTERNACIONAL

SOLER, DAVID

ISBN: 978-607-538-889-2

148 págs. Rústica, 15 × 21 cm

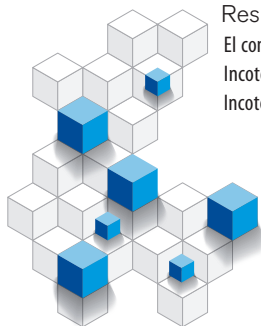
Coedición: Alfaomega – Marge Books
2022

Las reglas Incoterms sirven para delimitar los derechos y las obligaciones de las empresas vendedora y compradora respecto a las condiciones de entrega de la mercancía en una operación de compraventa internacional. Estas reglas, aunque no son obligatorias, en la práctica son imprescindibles para acordar cinco cuestiones clave: las obligaciones y los costes que asumen la parte vendedora y la compradora, en quién recae la obligación de realizar el despacho de aduanas y de asegurar la mercancía, y el lugar y momento de entrega de la mercancía y de los riesgos sobre ella.



Resumen del contenido:

El comercio internacional – Reglas para el comercio internacional – Finalidad y alcance de las reglas Incoterms – Aspectos regulados por las reglas Incoterms – Aspectos no regulados por las reglas Incoterms – Las reglas Incoterms 2020 – Riesgos y costos – Contratos de transporte – Pólizas de seguro.



 **Alfaomega**



NOVEDADES 2023



Alfaomega

LOGÍSTICA DE APROVISIONAMIENTO

BAEZA, SERGIO; MARTÍN ALONSO, Rosa

ISBN: 978-607-538-898-4

200 págs. Rústica, 21 × 27 cm

Coedición: Alfaomega – Marcombo

2022

El manual presenta todos aquellos contenidos que permitirán al alumnado acceder a los conceptos fundamentales de la logística de aprovisionamiento. Parte del concepto de aprovisionamiento, entendido como la adquisición de aquellos materiales que son estrictamente necesarios para la actividad y el funcionamiento de la empresa, ya esté enfocada a la producción o la distribución, con la finalidad de venderlos, almacenándolos hasta el momento en que se inicie el proceso de producción o comercialización.

Resumen del contenido:

Determinación de necesidades del aprovisionamiento – Planeación y elaboración de programas de aprovisionamiento de productos, bienes y servicios exteriores – Realización de la prospección, selección, seguimiento y evaluación de proveedores – Determinación de las condiciones de negociación del aprovisionamiento.



libroWeb
CONTENIDO
DIGITAL

LIBRO
IMPRESO

LIBRO
DIGITAL

28

ADMINISTRACIÓN, ECONOMÍA, MERCADOTECNIA & FINANZAS

MANUAL DE USO DE LAS REGLAS INCOTERMS 2020

CABRERA CÁNOVAS, ALFONSO

ISBN: 978-607-538-878-6

286 págs. Rústica, 17 × 23 cm

Coedición: Alfaomega – Marge Books

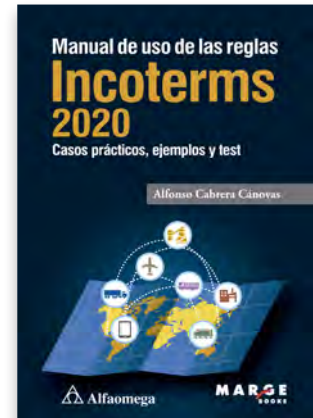
2022

Las cadenas de suministros internacionales requieren eficacia y seguridad, para conseguirlo es imprescindible que las organizaciones que intervienen en las transacciones utilicen una normativa y un lenguaje comunes para delimitar sus respectivas responsabilidades. Por este motivo, y con el fin de facilitar los procesos de compraventa entre empresas que se ubican en países distintos, la Cámara de Comercio Internacional (CCI) publica las reglas Incoterms, por lo que este manual presenta de manera didáctica el uso eficaz de las reglas Incoterms 2020 y aporta criterios, ejemplos y casos prácticos para poder elegir la regla óptima en cada operación.

El autor ofrece valiosas claves para minimizar los riesgos empresariales, optimizar los costos en las operaciones comerciales y facilitar la operativa en los mercados internacionales.

Resumen del contenido:

El comercio internacional – Logística del comercio internacional – Las reglas Incoterms y la cadena logística – Cómo utilizar las reglas Incoterms 2020 multimodales – Cómo utilizar las reglas Incoterms 2020 para transporte marítimo – Criterios para elegir la regla Incoterms óptima y aplicarla al contrato de compraventa.



LIBRO
IMPRESO

LIBRO
DIGITAL



MATEMÁTICAS FINANCIERAS

EDUCACIÓN FINANCIERA

JIMÉNEZ LARGO, IÑAKI

ISBN: 978-607-538-899-1

100 págs. Rústica, 15 × 21 cm

Coedición: Alfaomega – Marcombo

2022

A lo largo del libro se explica la necesidad de ahorrar para luego poder invertir esos ahorros de forma exitosa y mejorar definitivamente tus finanzas personales. Con la lectura de *Educación financiera* conocerás los conceptos económicos básicos para tomar buenas decisiones, entenderás que invertir es diferente a gastar, estudiarás diferentes alternativas de inversión, averiguarás en qué momento endeudarse es sano o empieza a ser un problema, analizarás el panorama económico que nos ha dejado la COVID-19.

Resumen del contenido:

La importancia del ahorro – El precio del dinero – La magia del interés compuesto – Gastar no es lo mismo que invertir – Intermediarios financieros: la multiplicación de los panes y los peces.



libroWeb
CONTENIDO
DIGITAL

LIBRO
IMPRESO

LIBRO
DIGITAL

29

MATEMÁTICAS FINANCIERAS



FINANCIACIÓN INTERNACIONAL

CABRERIZO ELGUETA, MONTSERRAT

ISBN: 978-607-538-698-0

218 págs. Rústica, 15 × 23 cm

Coedición: Alfaomega – Marcombo

2022

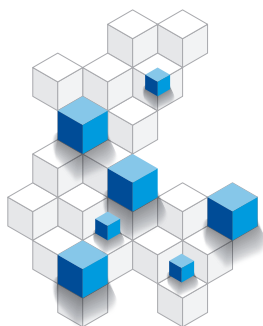
En la presente publicación se aborda el contexto en el que se desarrollan las operaciones del comercio internacional, así como el mecanismo del mercado de divisas, las variables que intervienen en él y las repercusiones en la compraventa internacional; se analiza el riesgo de tipo de cambio y el riesgo de tipo de interés, las alternativas de facturación y financiación en las operaciones de compraventa internacional. Es así que este manual se constituye como una herramienta que facilita el aprendizaje al integrar contenidos conceptuales y procedimentales.

LIBRO
IMPRESO

LIBRO
DIGITAL

Resumen del contenido:

Contexto en el que tienen lugar las operaciones de financiación internacional – El mercado de divisas – Gestión del riesgo de tipo de cambio y del riesgo de tipo de interés en las operaciones de importación y exportación – Análisis de las alternativas de financiación de las operaciones de comercio internacional.



Alfaomega



NOVEDADES 2023



Alfaomega

MATEMÁTICAS FINANCIERAS

5ª ED.

MORA ZAMBRANO, ARMANDO; PRO ZAMBRANO, VÍCTOR HUGO



ISBN: 978-958-778-511-1

420 págs. Rústica, 17 × 23 cm

Alfaomega

2020

En esta publicación se toma como base la edición anterior, pero se integran las herramientas informáticas al final de cada capítulo; el nivel de complejidad va aumentando paulatinamente conforme se avanza en el aprendizaje. El libro está pensado para facilitar al lector el aprendizaje de los conceptos básicos de las matemáticas financieras y de la hoja electrónica de Excel ejercitándose y evaluando los conocimientos adquiridos.

Resumen del contenido:

Generalidades – Interés simple – Descuentos – Ecuaciones de valor y cuentas de ahorro – Interés compuesto – Anualidades o rentas – Amortización y fondos de amortización – Documentos financieros – Desarrollo y respuestas de los ejercicios.

30

ADMINISTRACIÓN, ECONOMÍA, MERCADOTECNIA & FINANZAS



libroWeb
CONTENIDO DIGITAL

MATEMÁTICAS FINANCIERAS

2ª ED.

DUMRAUF, GUILLERMO

ISBN: 978-987-383-277-2

400 págs. Rústica, 17 × 23 cm

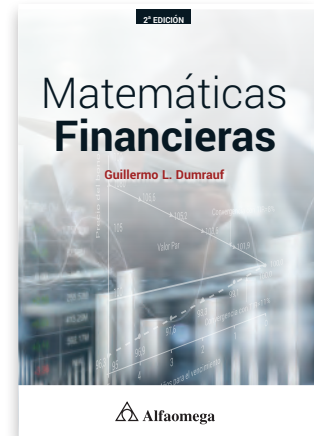
Alfaomega

2022

Es un libro escrito con un enfoque decididamente práctico y orientado a resolver los problemas técnicos habituales de los profesionales en ciencias económicas, se exponen todos los temas que se tratan en un curso universitario de matemática financiera. En cada capítulo se han descrito y analizado situaciones reales a las cuales se enfrentan cotidianamente los profesionales que hacen uso de las matemáticas financieras. Se incluye también una gran cantidad de preguntas y ejercicios absolutamente resueltos y comentados, aplicaciones con planilla de cálculo que permiten resolver los problemas con mayor rapidez.

Resumen del contenido:

Introducción – Interés simple – Interés compuesto – Tasas de interés – Rentas o series uniformes – Rentas perpetuas y rentas variables – Sistemas de amortización y préstamos métodos de evaluación de proyectos de inversión.





MERCADOTECNIA

DE LA PUBLICIDAD A LA COMUNICACIÓN PERSUASIVA INTEGRADA

ESTRATEGIA Y EMPATÍA

CASTELLÓ MARTÍNEZ, ARACELI; DEL PINO ROMERO, CRISTINA

ISBN: 978-607-538-804-5

422 págs. Rústica, 15,5 × 22,5 cm

Coedición: Alfaomega – ESIC

2022

Este manual ve la luz en un momento de profundos y constantes cambios en los pilares del sector de la comunicación, en general, y la industria publicitaria, en particular, por lo que consideramos que será de gran utilidad para diferentes colectivos de estos ámbitos, tanto para estudiantes como para profesionales —ya sean docentes, investigadores o de la propia industria—. El libro incluye más de 180 ejemplos de acciones de comunicación persuasiva, de más de 100 marcas y más de 60 agencias.



31

MERCADOTECNIA



EL PLAN DE MARKETING EN LA PRÁCTICA

23 ED.

SAINZ DE VICUÑA ANCÍN, JOSÉ MARÍA

ISBN: 978-607-538-868-7

520 págs. Rústica, 15,5 × 22,5 cm

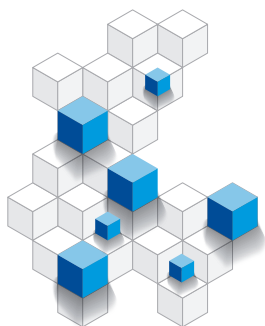
Coedición: Alfaomega – ESIC

2022

El plan de marketing en la práctica está escrito con la voluntad de ofrecer a la alta dirección de cualquier empresa que sienta la necesidad de sobrevivir en la batalla de la competitividad del mercado, un instrumento de trabajo práctico, útil y eficaz que le conduzca, paso a paso, a través de las diferentes etapas en la elaboración de un plan de marketing.

Resumen de contenido:

Marketing y planificación – Plan de marketing – Primera etapa: Análisis de la situación – Segunda etapa: Diagnóstico de la situación – Tercera etapa: Fijación de los objetivos de marketing – Cuarta etapa: Elección de las estrategias de marketing.



 **Alfaomega**



NOVEDADES 2023



Alfaomega

EL PLAN DE MARKETING EN LA PYME

3ª ED.

SAINZ DE VICUÑA ANCÍN, JOSÉ MARÍA

ISBN: PENDIENTE

Coedición: Alfaomega – ESIC
2022

La crisis como oportunidad y el plan de marketing como brújula para las pymes es el mensaje principal de este nuevo libro. Muestra la experiencia de una pyme que aprovechó las crisis pasadas para salir fortalecida, gracias a su plan de marketing.

Este libro constituye una excelente «hoja de ruta» en la que, tras una importante reflexión y análisis, se plasman los objetivos de mercado que tiene la empresa (qué queremos conseguir), se definen las estrategias comerciales y de marketing (cómo hacerlo), se detallan las acciones que se van a poner en marcha para alcanzarlos (qué haremos) y se acuerda el presupuesto necesario para ello (con qué medios). Por ello, se muestra como un instrumento muy útil de implementación, justificación y control de las decisiones comerciales y de marketing.

Resumen del contenido:

Presentación del plan de marketing – Aportación del marketing a la PYME – Importancia del plan de marketing para la PYME – Cómo tener éxito con su plan de marketing – Cómo una PYME puede elaborar, con éxito, su plan de marketing – Cómo hacer el seguimiento y el control del plan de marketing.



32

ADMINISTRACIÓN, ECONOMÍA, MERCADOTECNIA & FINANZAS



INDICADORES ECONÓMICOS EN EL COMERCIO INTERNACIONAL

MANUAL PARA EL ANÁLISIS DE COYUNTURA

MASCARILLA, ÓSCAR

ISBN: 978-607-538-895-3

186 págs. Rústica, 16,8 × 23 cm
Coedición: Alfaomega – Marge Books
2022

Este manual ofrece los conceptos, los mecanismos y las relaciones básicas para realizar e interpretar el análisis de la situación económica y comercial de un país, y realizar previsiones de cómo puede evolucionar.

En un mundo VICA (volátil, incierto, complejo y ambiguo, como lo ha definido el ensayista Zygmunt Bauman) y poscovid, una empresa interesada en abrir nuevos mercados o en adaptarse al entorno cambiante necesita contextualizar para que la toma de decisiones sea lo más acertada posible.

Resumen del contenido:

Economía y riqueza de las naciones – Mercados y fijación de precios – Demanda, oferta y la determinación de los precios – Variables macroeconómicas – Políticas económicas – Comercio internacional.

INVESTIGACIÓN COMERCIAL

LÓPEZ ORTUÑO, ESPERANZA

ISBN: 978-607-538-645-4

220 págs. Rústica, 21 × 27 cm

Coedición: Alfaomega – Marcombo

2020

En el presente documento se estudian las variables del mercado en el entorno empresarial, cómo crear un sistema de información de marketing (SIM), la creación del plan de la investigación comercial, cómo conseguir la información primaria y organizar la información secundaria disponible, cómo gestionar la base de datos relacionales; asimismo, se aborda el tratamiento y análisis estadístico de los datos y las características y tamaño de la muestra de la población.

Resumen del contenido:

Introducción a la estadística – Regresión lineal. Números índices – Análisis del mercado – El comportamiento del consumidor – Segmentación de mercados – La necesidad de información – La investigación comercial – Métodos y técnicas de obtención de información.



INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

APLICACIÓN AL MARKETING
ESTRATÉGICO EMPRESARIAL

ROSENDO RÍOS, VERÓNICA

ISBN: 978-607-538-491-7

360 págs. Rústica, 15,5 × 22,5 cm

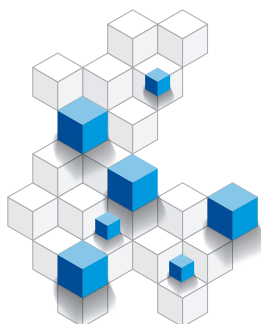
Coedición: Alfaomega – ESIC

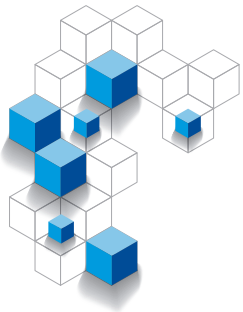
2020

El libro *Investigación de mercados* proporciona el conocimiento y las habilidades necesarias para comprender la naturaleza, características y el análisis de las principales técnicas de investigación comercial. Ofrece al lector ejemplos de casos prácticos y de estudio reales que complementan los conceptos teóricos e ilustran claramente cómo realizar con éxito un estudio de mercado.

Resumen del contenido:

Naturaleza y características de la investigación de mercados – Planificación y organización de la investigación de mercados – Las fuentes de información – Escalas de medida y cuestionarios – La encuesta – Paneles – Diseño de experimentos en marketing.





Alfaomega

LA INDUSTRIA 4.0 EN LA SOCIEDAD DIGITAL

GARRELL GUIU, ANTONI; GUILERA AGÜERA, LLORENÇ

ISBN: 978-607-538-580-8

224 págs. Rústica, 17 × 23 cm

Coedición: Alfaomega – Marge Books

2020

El objetivo principal de este libro es ayudar a la comprensión de la cuarta revolución industrial y mostrar el mecanismo mediante el cual se pueden optimizar los procesos productivos de la tercera revolución industrial y de este modo lograr las oportunidades de la Industria 4.0. El éxito de los nuevos procesos y modelos productivos que se estudian en este documento requiere de empresas que enfoquen su atención en el talento de las personas.

Resumen del contenido:

Las sucesivas revoluciones industriales – La sociedad 4.0 – Las tecnologías de la Industria 4.0 – La industria de los productos inteligentes – La logística en la Industria 4.0 – Materiales inteligentes y nanotecnologías – Marco ético y socioeconómico de la industria 4.0.



LIBRO IMPRESO



LIBRO DIGITAL



LIBRO IMPRESO



LIBRO DIGITAL

MARKETING INDUSTRIAL Y DE SERVICIOS

PASCUAL NEBRED, LAURA; PRADO ROMÁN, ALBERTO

ISBN: 978-607-538-876-2

248 págs. Rústica, 15.5 × 22.5 cm

Coedición: Alfaomega – ESIC

2022

A través de este libro, se analizarán las estrategias de servicios que permitirán a las empresas diferenciarse de sus competidores y generar una imagen única y fácilmente identificable por los consumidores, generando un factor de diferenciación que atraerá a los distintos consumidores del mercado.

Resumen del contenido:

Conceptualización y funcionamiento de los servicios – Alineando la estrategia, diseño del servicio y estándares – El cliente como elemento central de la estrategia de servicios – Diseño de la estrategia de servicios: identificar las necesidades de los clientes – Prestación y desempeño del servicio.

MEDIOS Y SOPORTES DE COMUNICACIÓN

BAEZA MORILLO, SERGIO; MARTÍN ALONSO, ROSA

ISBN: 978-607-538-659-1

144 págs. Rústica, 21 × 27 cm

Coedición: Alfaomega – Marcombo

2020

Este documento muestra los principales conceptos relacionados con los medios de comunicación y sus respectivos soportes; se aborda la recopilación de los datos destinados al diseño de un plan de medios, la descripción de éstos y sus soportes correspondientes; asimismo, se aborda la realización del plan de medios, las operaciones que deben llevarse a cabo para su control y ejecución y, por último, la obtención de los datos y las conclusiones derivadas de todo ello.

Resumen del contenido:

Recopilación de datos para diseñar un plan de medios publicitarios – Descripción de medios y soportes publicitarios

– Colaboración en la realización de un plan de medios publicitarios – Realización de las acciones necesarias para controlar la ejecución del plan de medios.



35

VENTAS



VENTAS

A-TIENDA

DIRECCIÓN Y GESTIÓN DEL PUNTO DE VENTA

OLARTE PASCUAL, CRISTINA; SIERRA MURILLO, YOLANDA; GARCÍA MILON, ALBA

ISBN: 978-607-538-817-5

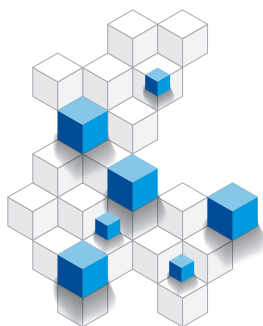
324 págs. Rústica, 15.5 × 22.5 cm

Coedición: Alfaomega – ESIC

2022

A-tienda. Dirección y gestión del punto de venta está enfocado hacia los profesionales que dirigen y trabajan en el comercio con el objetivo de proporcionar una visión práctica, actual y ajustada a las necesidades y exigencias del mercado, generando ilusión para acometer una necesaria transformación en una nueva era de comerciantes y comercios.

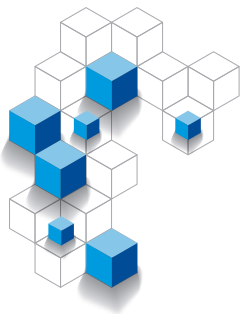
El libro está organizado en doce capítulos que aportan herramientas de gestión y directrices útiles para conseguir que la clientela tenga una grata experiencia en los puntos de venta, se emocione y se vaya con ganas de volver.



 **Alfaomega**



NOVEDADES 2023



MERCHANDISING TEORÍA, PRÁCTICA Y ESTRATEGIA

3ª ED.

PALOMARES BORJA, RICARDO

ISBN: 978-607-538-879-3

416 págs. Rústica, 15,5 × 22,5 cm
Coedición: Alfaomega – ESIC
2022

Este libro es una potente herramienta de apoyo para mejorar la gestión del comercio minorista, así como para conocer y comprender mejor esta apasionante disciplina de marketing aplicado al punto de venta, en el cual se basan las empresas de retail de más éxito del mercado para aumentar las ventas, obtener beneficios que rentabilicen la inversión y mejorar la experiencia de compra de los clientes.

Aquí se muestra cómo influir directamente en las relaciones que se establecen entre los distribuidores y los consumidores, así como en los propios estilos de consumo.

Resumen del contenido:

Introducción al merchandising – Diseño del espacio retail – Gestión estratégica del surtido – Localización estratégica de los productos – Presentación estratégica de los productos.



MARKETING DIGITAL

LINKEDIN Y VENTAS CÓMO CREAR UNA ESTRATEGIA DE MARKETING GANADORA

TORMO, MARISA

ISBN: PENDIENTE

Coedición: Alfaomega – RC Libros
2022

En este libro descubrirás multitud de trucos y secretos que te ayudarán a definir y mejorar tu estrategia y exprimir al máximo el potencial de LinkedIn para mejorar las ventas de tu marca (empresarial o personal), hacer crecer tu red de contactos y convertirlos en clientes e interactuar con perfiles profesionales de cualquier lugar del planeta y conseguir nuevas oportunidades de negocio.

Resumen de contenido:

Ventas y estrategias – Engagement en LinkedIn – ¿Qué es LinkedIn? – Aspecto de tu perfil en LinkedIn – Configurar tu privacidad.

LA CARA OCULTA DE TRIPADVISOR

XIMÉNEZ, José Luis

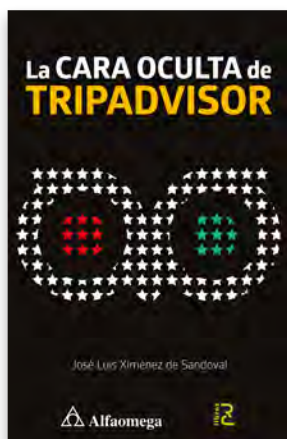
ISBN: PENDIENTE

Coedición: Alfaomega – RC Libros
2022

Este libro es un manual de referencia para conocer el funcionamiento, la estructura y el contenido de Tripadvisor. Es también un catálogo de errores y deficiencias detectados, que ponen en cuestión la calidad de su contenido. Funciona como una guía para analizar los aspectos más polémicos de esta plataforma (comentarios falsos, algoritmo de clasificación...) que tanto impacto ha tenido en la industria turística.

Resumen de contenido:

Los rankings de hoteles – Un paseo por Tripadvisor – Las dos partes de Tripadvisor – La movilidad de los rankings – La calidad de la información en Tripadvisor – Errores en Tripadvisor.



EL PLAN DE MARKETING DIGITAL EN LA PRÁCTICA

4ª ED.

SAINZ DE VICUÑA ANCÍN, JOSÉ MARÍA

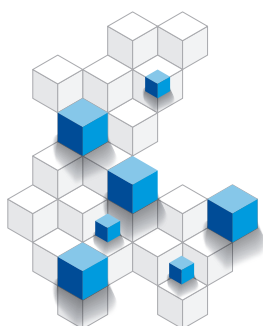
ISBN: 978-607-538-803-8

296 págs. Rústica, 15,5 × 22,5 cm
Coedición: Alfaomega – ESIC
2022

El plan de marketing digital en la práctica abunda en la labor que el autor ha pretendido realizar en los últimos 25 años. Este manual fue elegido por las escuelas de negocio, empresas de consultoría y altos directivos de importantes multinacionales como uno de los 20 mejores libros de gestión de los últimos años pues da a conocer el plan de marketing integral (*on* y *offline*) de una *start up*, así mismo explica cómo entramos en una nueva era en la que el mayor desafío que tenemos es gestionar la transición digital con éxito.

Resumen del contenido:

Aportación del marketing a la empresa en la era digital – Cómo elaborar con éxito su plan de marketing digital – El plan de marketing digital de Ternua – Cómo hacer el seguimiento y el control del plan de marketing.





INVESTIGACIÓN DE MERCADOS EN ENTORNOS DIGITALES Y CONVENCIONALES

UNA VISIÓN INTEGRADORA

MERINO SANZ, MARÍA JESÚS; MONFORT DE BEDOYA, ABEL;
VILLAVERDE HERNANDO, SILVIA

ISBN: 978-607-538-900-4

168 págs. Rústica, 15.5 x 22.5 cm

Coedición: Alfaomega – ESIC

2023

A través de estas páginas, se pretende exponer la investigación de mercados como una profesión basada en la búsqueda de información y tendencias, la gestión del conocimiento y la toma de decisiones.



libroWeb
CONTENIDO DIGITAL

LIBRO IMPRESO

LIBRO DIGITAL

38

ADMINISTRACIÓN, ECONOMÍA, MERCADOTECNIA & FINANZAS

Resumen de contenido:

¿Qué es la investigación de mercados? – El diseño de la investigación – Metodología convencional: cualitativa y cuantitativa – Metodología digital – Neuromarketing – El cuestionario.



MANUAL DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

HERNÁNDEZ RAMOS, EVA MARÍA; HERNÁNDEZ BARRUECO, LUIS CARLOS

ISBN: 978-607-538-545-7

196 págs. Rústica, 17 x 23 cm

Coedición: Alfaomega – Marge Books

2020

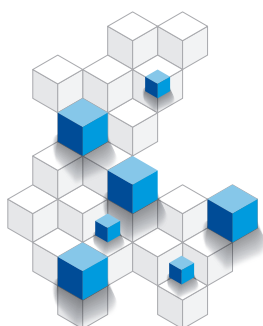
Este manual guía al lector en el aprendizaje mediante técnicas y modelos que involucran todos los aspectos que se deben considerar en el desarrollo de plataformas y estrategias de comercio electrónico. En relación con el aspecto regulatorio, se abordan todos los requisitos requeridos para el cumplimiento de las normas legales y la formalización de contratos electrónicos.

LIBRO IMPRESO

LIBRO DIGITAL

Resumen del contenido:

El aviso legal – Comunicaciones comerciales y spam – Contrato electrónico, firma electrónica – Contratos electrónicos y distancia con personas consumidoras – Problemas y soluciones Evori – B2C (business-to-customer) – C2G (citizens-to-Government) – Bitcoins – Chatbots – ADN empresarial.



MARKETING DIGITAL

MIDE ANALIZA Y MEJORA

CIBRIÁN BARREDO, INÉS

ISBN: 978-607-538-829-8

144 págs. Rústica, 15,5 × 22,5 cm

Coedición: Alfaomega – ESIC

2022

Este libro es una guía que ordena todos los aspectos de esta disciplina de una forma lógica.

En la primera parte, la autora explica los conceptos básicos que cualquiera que trabaje en este mundillo debe conocer. Además de la relación existente entre el marketing digital y la analítica digital.

Después, explica al detalle los tres pilares fundamentales de la analítica digital (medición, análisis y reporting) y su impacto en el marketing digital.

En la última parte, habla sobre los problemas habituales que tienen las empresas y la necesidad de cambiar su cultura para corregirlos.

Resumen del contenido:

Introducción a la analítica digital – Terminología básica – ¿Cuál es la relación entre el marketing digital y la analítica digital? – Medición – Análisis.



39

MARKETING DIGITAL

**MARKETING EN REDES SOCIALES**

SICILIA, MARÍA; ET AL.

ISBN: 978-607-538-848-9

260 págs. Rústica, 15 × 21,5 cm

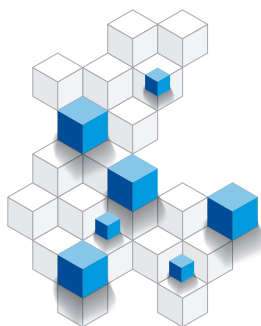
Coedición: Alfaomega – ESIC

2022

El libro ofrece los conocimientos necesarios para que el lector entienda cómo están influyendo las redes sociales en las principales decisiones de marketing y pueda aplicarlos a su propio proyecto o empresa. La contratación de campañas publicitarias a través de redes sociales, la generación de *engagement* con la marca, el diseño de contenidos para redes sociales, la cocreación, el customer journey, la contratación de *community managers* e *influencers* o la distribución omnicanal son tan solo algunos ejemplos de los conceptos que se abordan.

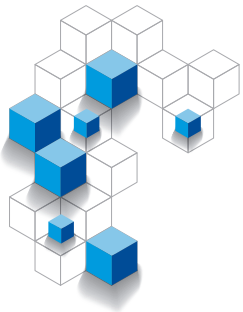
Resumen del contenido:

El papel de las redes sociales en el ámbito del marketing – El consumidor en la era de las redes sociales – Las redes sociales en las decisiones de producto, marca y precios – El papel de las redes sociales en los procesos de distribución y venta omnicanal.



Alfaomega


NOVEDADES 2023



MARKETING DIGITAL Y DIRECCIÓN DE E-COMMERCE

INTEGRACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS DIGITALES

SOLÉ MORO, MEL; CAMPO FERNÁNDEZ, JORDI

ISBN: 978-607-538-835-9

200 págs. Rústica, 15 × 21.5 cm

Coedición: Alfaomega – ESIC

2022

A lo largo de los capítulos se ha desarrollado de forma clara y concisa un manual muy completo para aprender y comprender estratégicamente el conocimiento de todas las acciones claves del marketing digital y las redes sociales: la estrategia y la dirección en marketing digital; los negocios digitales y el emprendimiento; el digital *design & user experience* (UX); el SEO/SEM y la captación de clientes; el *email marketing*, CRM y relación con clientes; la gestión y estrategia del *social media marketing*; la dirección del *e-commerce*; la analítica web y las métricas digitales; y el *big data business intelligence*.

Resumen del contenido:

Introducción al marketing digital – Negocios digitales y emprendimiento – Digital desing & User experience (UX) – SEO/SEM y captación de clientes.



LIBRO
IMPRESO



LIBRO
DIGITAL

40

ADMINISTRACIÓN, ECONOMÍA, MERCADOTECNIA & FINANZAS



LIBRO
IMPRESO



LIBRO
DIGITAL

MARKETING ONLINE

ESTRATEGIA Y TÁCTICA EN LA ERA DIGITAL

MARKULETA ARRULA, MIKEL; ERRANDONEA SISTIAGA, IRAIA

ISBN: 978-607-538-846-5

148 págs. Rústica, 15 × 21.5 cm

Coedición: Alfaomega – ESIC

2022

En esta publicación, el lector se podrá encontrar con un texto didáctico y estructurado, en el que se desglosan los diferentes medios disponibles en el marketing online, sus ventajas y sus desventajas, y las principales claves a tener en cuenta a la hora de activar una estrategia de marketing online. El objetivo del libro es ofrecer el conocimiento y las herramientas necesarias para comprender el ecosistema digital de forma integral y poder elegir los medios más eficaces para cualquier tipo de necesidad.

Resumen del contenido:

Introducción al ecosistema digital – Marca personal e identidad digital en el entorno online – El viaje del consumidos – Tipologías de medios Online .



PRODUCTOS Y SERVICIOS INTELIGENTES Y SOSTENIBLES

GUILERA, LLORENÇ; GARRELL GUIU, ANTONI

ISBN: PENDIENTE

Coedición: Alfaomega – Marge Books
2022

Esta obra describe cómo se abre paso un nuevo modelo productivo, basado en la tecnología y la Industria 4.0, en el que la innovación se pone al servicio de la sostenibilidad. Mantener la productividad de las empresas exige la innovación continua de sus productos y servicios que han de integrar las tecnologías y metodologías adecuadas para incorporar inteligencia y durabilidad. Diseñar de un modo inteligente (*smart design*) e innovar en la fabricación de productos y los servicios asociados son la clave para lograrlo y garantizar el progreso social.

A través de numerosos ejemplos y técnicas, la obra detalla cómo trabajar para mejorar la vida de las personas a escala global y contribuir a que la sociedad digital sea un lugar más ético y sostenible.

Resumen del contenido:

La sociedad digital y la Industria 4.0 – Innovar para competir – La creatividad al servicio de la innovación – Cómo funciona el cerebro humano – La creatividad es un proceso – Factores de éxito de un diseño – Hay que educar la creatividad – Estrategias mentales imprescindibles.

41

MARKETING DIGITAL

TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN LA EMPRESA: CASOS DE ÉXITO

MOCHÓN, FRANCISCO; CARDONA, PABLO

ISBN: PENDIENTE

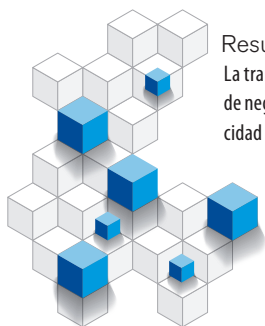
Alfaomega
2023

Es libro tiene por objeto presentar qué se entiende por la transformación digital. Para ello se ha optado por acudir de forma sistemática a analizar los conceptos básicos y seguidamente a presentar casos y ejemplos de cómo están llevado a cabo la transformación digital las empresas, tanto las denominadas empresas de Internet, que están actuando como disruptoras, como las empresas tradicionales. Estas han optado por llevar a cabo un profundo proceso de transformación para procurar seguir siendo competitivas en el nuevo entorno digital.



Resumen del contenido:

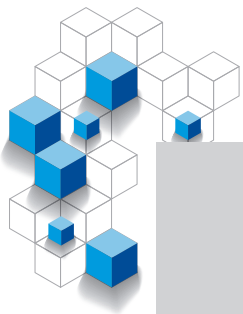
La transformación digital de la empresa: conceptos básicos – La transformación digital de los modelos de negocio – La economía colaborativa – La transformación digital de la gestión comercial – La publicidad digital y la omnicanalidad – Introducción al Big Data.



 **Alfaomega**



NOVEDADES 2023



Alfaomega



NEGOCIOS

EL CRÉDITO DOCUMENTARIO Y EL MENSAJE SWIFT

SÁNCHEZ CAÑIZARES, Luis



ISBN: 978-607-538-578-5

248 págs. Rústica, 17 × 23 cm

Coedición: Alfaomega – Marge Books

2020

El propósito de este manual es orientar sobre la gestión correcta del crédito documentario, evitar errores y adecuarlo a las características específicas de cada operación de comercio exterior. La explicación técnica de este libro es minuciosa, ya que el crédito documentario se emite con en base en normas internacionales muy específicas sobre las cuales se aborda el alcance, consecuencia y reflejo en el mensaje SWIFT.

Resumen del contenido:

Los documentos en las operaciones documentarias – Generalidades y sujetos que intervienen en un crédito documentario – El mensaje SWIFT – Fases de un crédito documentario – Modificación y preaviso de un crédito documentario – Reglamento DOCDEX – Fraude documental.

libroWeb
CONTENIDO
DIGITAL

LIBRO
IMPRESO

LIBRO
DIGITAL

42

ADMINISTRACIÓN, ECONOMÍA, MERCADOTECNIA & FINANZAS

EL CRÉDITO DOCUMENTARIO Y EL MENSAJE SWIFT

SÁNCHEZ CAÑIZARES, Luis

ISBN: PENDIENTE

Coedición: Alfaomega – Marge Books

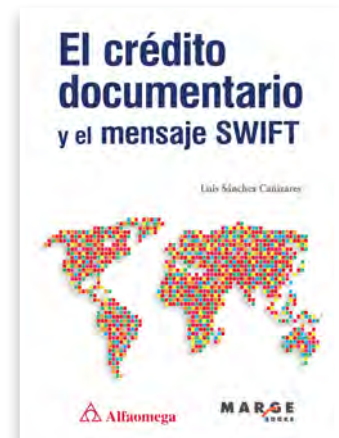
2023

Este libro es una guía práctica para profesionales del comercio internacional, de empresas exportadoras o importadoras, consultorías, entidades financieras, centros de formación y, en general, para quienes desean formarse en la gestión de créditos documentarios.

El manual está adaptado a los estándares SWIFT 2018, y a las reglas Incoterms 2020. Incluye, además, con ejemplos, cuestionarios de evaluación, y sugerencias reales.

Resumen de contenido:

Los documentos en las operaciones documentarias – Generalidades y sujetos que intervienen en un crédito documentario – El mensaje Swift de la categoría 7 – Fases de un crédito documentario.



LIBRO
IMPRESO

LIBRO
DIGITAL

NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL

MÉTODOS CUANTITATIVOS

2ª ED.

PEIRATS MECHÓ, PAQUI; NINOT ALAGARDA, PABLO

ISBN: PENDIENTE

Coedición: Alfaomega – Marcombo

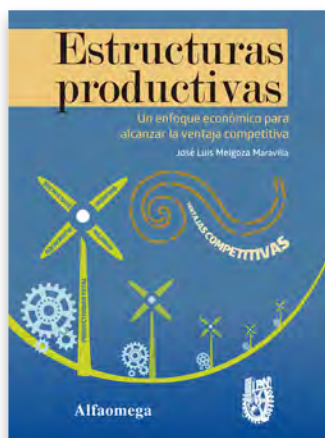
2023

En cada una de sus ocho unidades se incluye toda la información teórica completamente actualizada, ilustrada con numerosos esquemas, gráficos, imágenes, ejemplos y ejercicios resueltos, así como actividades prácticas que pretenden facilitar la asimilación de los contenidos Incoterms 2010, contratación internacional, el contrato de compraventa internacional y diferentes contratos internacionales y búsqueda y selección de nuevos mercados, proveedores y agentes comerciales.



43

NEGOCIOS

**ESTRUCTURAS PRODUCTIVAS**UN ENFOQUE ECONÓMICO
PARA ALCANZAR LA VENTAJA COMPETITIVA

MELGOZA MARAVILLA, José Luis

ISBN: 978-607-538-544-0

312 págs. Rústica, 17 × 23 cm

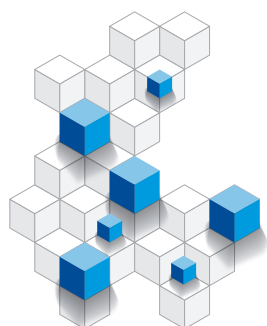
Alfaomega

2020

En el presente libro se estudian los conceptos de *crecimiento* y *desarrollo económicos* y se analizan cuatro teorías del desarrollo que explican las causas originarias del subdesarrollo en algunos países. Asimismo, se sugieren y aportan elementos que favorezcan las condiciones para que empresas, profesionistas y líderes de todos los sectores desarrollen e implementen estrategias para mejorar las competencias en los mercados nacionales e internacionales.

Resumen del contenido:

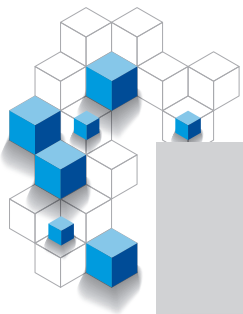
Programas sociales – Desigualdad – Pobreza – Gobierno federal – Crecimiento económico – Teorías del desarrollo – Teoría de la modernización – Teoría de la dependencia – Teoría de los Sistemas Mundiales – Teoría del Desarrollo Sostenible – Población económicamente activa (PEA).

libroWeb
CONTENIDO
DIGITALLIBRO
IMPRESOLIBRO
DIGITAL

Alfaomega



NOVEDADES 2023



PROYECTOS

GESTIÓN INTEGRADA DE PROYECTOS

3ª ED.

SERER FIGUEROA, MARCOS

Gestión integrada de proyectos

3ª ed.

Marcos Serer Figueroa



ISBN: 978-607-538-250-0

484 págs. Rústica, 17 × 23 cm

Coedición: Alfaomega – Ediciones UPC

2020

El contenido de este libro incluye, además de las funciones y técnicas que deben desarrollarse para la gestión de proyectos, un amplio compendio de casos recogidos de los muchos años de experiencia del autor, lo que dará a los temas estudiados una perspectiva más real. En esta edición, además, se dedica un capítulo a la reflexión de la ética en la gestión de proyectos.

Resumen del contenido:

Introducción y definiciones básicas – La misión del proyecto (MP) y la gestión de los objetivos específicos (GOE) – Modelo estratégico (SM) – La calidad en los proyectos de carácter único – El equipo de gestión de un GPU.



LIBRO IMPRESO



LIBRO DIGITAL

44

ADMINISTRACIÓN, ECONOMÍA, MERCADOTECNIA & FINANZAS

GESTIONANDO ÉTICAMENTE PROYECTOS

2ª ED.

SERER FIGUEROA, MARCOS

ISBN: 978-607-538-194-7

184 págs. Rústica, 17 × 23 cm

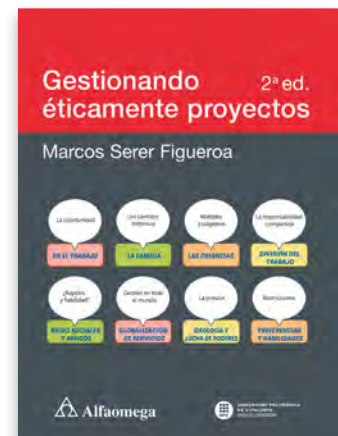
Coedición: Alfaomega – Ediciones UPC

2020

En esta publicación se exponen las pautas para trabajar de manera ética la gestión de proyectos y las herramientas para adquirir las bases de un comportamiento ético que derive en una óptima administración de las organizaciones. Cada uno de los conceptos abordados se acompaña de sus respectivas implicaciones en la gestión ética; además, el autor ha integrado en este libro múltiples ejemplos de casos reales que son producto de más de cuarenta años de experiencia docente y profesional.

Resumen del contenido:

La gestión ética de los proyectos: definiciones y responsabilidades – Las fases de concepción de desarrollo – Las fases de implementación y final – Las relaciones entre el gesto y el resto de actores interesados en el proyecto.



LIBRO IMPRESO



LIBRO DIGITAL



ÍNDICE DE AUTORES

A

ADÁN, Pablo, 16
ALCAIDE CASADO, Juan
Carlos, 12
ARÁN, Javier, 22

B

BAEZA MORILLO, Sergio, 21,
28, 35
BARRANTES, Marco, 2

C

CABRERA CÁNOVAS,
Alfonso, 28
CABRERIZO ELGUETA,
Montserrat, 29
CAJA CORRAL, Ángel, 23
CAMPO FERNÁNDEZ, Jordi, 40
CARDONA, Pablo, 41
CASTELLÓ MARTÍNEZ, Araceli, 31
CHAVARRÍA, María Ángeles, 19
CIBRIÁN BARREDO, Inés, 39
CRUELLES RUIZ, José Agustín, 14

D

DE LA PEÑA, Adolfo, 20
DE PABLOS HEREDERO, Carmen, 16
DEL PINO ROMERO, Cristina, 31
DUMRAUF, Guillermo L., 18, 30

E

ERRANDONEA SISTIAGA, Iraia, 40
ESCOBEDO URIBE, Eduardo José, 7
ESPEJO, Marco, 27

F

FLAMARIQUE, Sergi, 26
FORNT, Xavier, 23

G

GARCÍA MILON, Alba, 35
GARRELL GUIU, Antoni, 34, 41
GONZÁLEZ MONDRAGÓN, Noé, 2
GUILERA AGÜERA, Llorenç, 10,
14, 34, 41

H

HERNÁNDEZ ALMAZÁN, Jorge, 12
HERNÁNDEZ BARRUECO, Luis
Carlos, 38
HERNÁNDEZ RAMOS, Eva María, 38
HERNÁNDEZ, Eva, 22

J

JIMÉNEZ LARGO, Iñaki, 29
JIMÉNEZ VINUESA, Chal, 17
JOUFLAS, Leslie, 20

L

LÓPEZ ORTUÑO, Esperanza, 33
LÓPEZ-HERMOSO AGIUS, José
Joaquín, 16

M

MACAZAGA, Jorge, 9
MARKULETA ARRULA, Mikel, 40
MARTÍN ALONSO, Rosa, 21, 28, 35
MARTÍN PÉREZ, Víctor, 15
MARTÍN, Juan Pablo, 3
MARTÍNEZ, Javier, 22
MASCARILLA, Òscar, 32
MAYAGOITIA, Santiago, 11
MELGOZA MARAVILLA, José
Luis, 43
MERINO SANZ, María Jesús, 38
MOCHÓN, Francisco, 41
MONFORT DE BEDOYA, Abel, 38
MONGE MALO, Luis, 11
MORA ZAMBRANO, Armando, 30

N

NINOT ALAGARDA, Pablo, 26, 43

O

OLARTE PASCUAL, Cristina, 35
ONGALLO CHANCLÓN, Carlos, 9

P

PALOMARES BORJA, Ricardo, 36
PASCUAL NEBREDA, Laura, 34
PASTOR, Roger, 10
PECE, Joaquín, 15
PEIRATS MECHO, Francisca, 26
PEIRATS MECHÓ, Paqui, 43
PEÑA, Cristina, 22
PESAVENTO, Larry, 20

PRADO ROMÁN, Alberto, 34
PRO ZAMBRANO, Víctor Hugo, 30
PUCHOL MORENO, Luis, 9

R

RAMÍREZ, José Luis, 13
REATO, Carlo, 5
ROMAIN MARCIANO, Sandra, 17
ROSENDO RÍOS, Verónica, 33
ROZANNE, Silvia, 19

S

SAINZ DE VICUÑA ANCÍN, José
María, 31, 32, 37
SALDARRIAGA RESTREPO,
Diego Luis, 21
SÁNCHEZ CAÑIZARES, Luis, 42
SÁNCHEZ GÓMEZ, Roberto, 13
SANTOS ÁLVAREZ, María Valle, 15
SERER FIGUEROA, Marcos, 44
SICILIA, María, 39
SIERRA MURILLO, Yolanda, 35
SOCCONINI, Luis, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8
SOLÉ MORO, Mel, 40
SOLER, David, 27

T

TERÁN PÉREZ, David Moisés, 2
TORMO, Marisa, 36
TORRES MARÍN, Alfonso Jesús, 20
TOVAR, Jorge, 11
TUNDIDOR DÍAZ, Alberto, 22

V

VÁZQUEZ SUÁREZ, Luis, 13
VILLAVERDE HERNANDO,
Silvia, 38

W

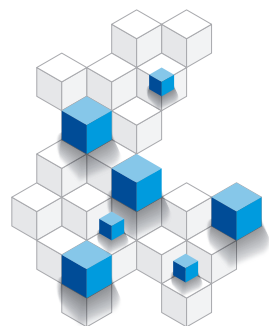
WEENK, Ed, 19

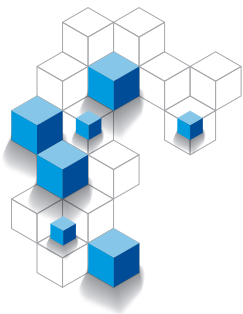
X

XIMÉNEZ, José Luis, 37

Z

ZAPATA SÁNCHEZ, Pedro, 18





ÍNDICE DE OBRAS

46

#

101 CLAVES PARA FORMADORES DE EMPRESA. Todo lo que nos habría gustado saber cuando nos iniciamos en la formación, 9

A

A-TIENDA. Dirección y gestión del punto de venta, 35
ACTITUD EMPRENDEDORA. Pasión y tesón, 19
AGILE AT SCALE. Cómo crear una verdadera organización ágil y flexible, 9
ALMACENES Y CENTROS DE DISTRIBUCIÓN. Manual para optimizar procesos y operaciones, 21
ANATOMÍA DE LA CREATIVIDAD, 10
AUMENTA TU EMPRESA CON LA REALIDAD AUMENTADA Y LA REALIDAD VIRTUAL. Cómo sacar el máximo provecho en el mundo profesional, 10

C

CADENA DE SUMINISTRO 4.0. Beneficios y retos de las tecnologías disruptivas, 22
CÓMO DESARROLLAR LA CARGA AÉREA EN AEROPUERTOS, 22
CÓMO HACER DE LA CADENA DE SUMINISTRO UN CENTRO DE VALOR, 23
COMPETENCIAS DIRECTIVAS, 14
CONTABILIDAD DE COSTOS. Herramientas para la toma de decisiones, 3ª ed., 18
CRISIS DIGITAL. Por qué las empresas fracasan en su transformación digital y cómo evitarlo, 11
CUSTOMER EXPERIENCE. Las claves de la experiencia de cliente en la era digital cognitiva, 12

D

DE LA PUBLICIDAD A LA COMUNICACIÓN PERSUASIVA INTEGRADA. Estrategia y empatía, 31
DIRIGE Y LIDERA PARA COMPETIR, 14
DISEÑO Y ELABORACIÓN DE MATERIAL DE COMUNICACIÓN, 21

E

ECONOMÍA CIRCULAR. Un enfoque práctico para transformar, 19
EDUCACIÓN FINANCIERA, 29
EL CRÉDITO DOCUMENTARIO Y EL MENSAJE SWIFT, 42
EL CUBO. Guía para la mejora continua y transformación organizacional, 11
EL PLAN DE MARKETING DIGITAL EN LA PRÁCTICA, 4ª ed., 37
EL PLAN DE MARKETING EN LA PRÁCTICA, 23 ed., 31
EL PLAN DE MARKETING EN LA PYME, 3ª ed., 32
EL PROCESO DE LAS 5'S EN ACCIÓN, 2
EL RIESGO PAÍS Y LAS GARANTÍAS INTERNACIONALES, 23
EL TRADING QUE VES, 20
EMPRENDE EN DIGITAL. Diseña y valida tu startup, 20
ESTRUCTURAS PRODUCTIVAS. Un enfoque económico para alcanzar la ventaja competitiva, 43
ESTUDIO DE SISTEMAS INTEGRALES, 12

F

FINANCIACIÓN INTERNACIONAL, 29
FINANZAS CORPORATIVAS, 4ª ed., 18

G

GAMIFICACIÓN. Mecánicas de juegos en tu vida personal y profesional, 2ª ed., 13
GESTIÓN ADMINISTRATIVA DEL COMERCIO INTERNACIONAL, 7ª ed., 26
GESTIÓN DE EXISTENCIAS EN EL ALMACÉN, 26
GESTIÓN DE INVENTARIOS. Métodos cuantitativos, 27
GESTIÓN INTEGRADA DE PROYECTOS, 3ª ed., 44
GESTIONANDO ÉTICAMENTE PROYECTOS, 2ª ed., 44
GUÍA PRÁCTICA DE LAS REGLAS INCOTERMS 2020. Derechos y obligaciones sobre las mercancías en el comercio internacional, 27

I

INDICADORES ECONÓMICOS EN EL COMERCIO INTERNACIONAL. Manual para el análisis de coyuntura, 32
INVESTIGACIÓN COMERCIAL, 33
INVESTIGACIÓN DE MERCADOS EN ENTORNOS DIGITALES Y CONVENCIONALES. Una visión integradora, 38
INVESTIGACIÓN DE MERCADOS. Aplicación al marketing estratégico empresarial, 33

L

LA CARA OCULTA DE TRIPADVISOR, 37
LA DIRECCIÓN DE OPERACIONES DESDE UNA PERSPECTIVA PRÁCTICA. Ejercicios resueltos, 15
LA INDUSTRIA 4.0 EN LA SOCIEDAD DIGITAL, 34
LA INDUSTRIA 4.0 Y SU IMPACTO EN LAS MIPYME LATINOAMERICANAS, 2

LEAN COMPANY. Más allá de la manufactura, 3
 LEAN ENERGY 4.0. Guía de implementación, 3
 LEAN MANUFACTURING. Paso a paso, 4
 LEAN SERVICE. Certification manual, 4
 LEAN SIX SIGMA BLACK BELT. Manual de certificación, 6
 LEAN SIX SIGMA GREEN BELT. Manual de certificación, 6
 LEAN SIX SIGMA GREEN BELT. Paso a paso, 7
 LEAN SIX SIGMA MANAGEMENT. Manual de certificación, 7
 LEAN SIX SIGMA WHITE BELT, 8
 LEAN SIX SIGMA YELLOW BELT. Manual de certificación, 8
 LEAN SIX SIGMA. Management System for Leaders, 5
 LEAN SIX SIGMA. Sistema de gestión para liderar empresas, 5
 LINKEDIN Y VENTAS. Cómo crear una estrategia de marketing ganadora, 36
 LOGÍSTICA DE APROVISIONAMIENTO, 28
 LOS 100 ERRORES EN EL DESARROLLO DE HABILIDADES DE GESTIÓN, 13

M

MANUAL DE USO DE LAS REGLAS INCOTERMS 2020, 28
 MANUAL DEL COMERCIO ELECTRÓNICO, 38
 MARKETING DIGITAL Y DIRECCIÓN DE E-COMMERCE. Integración de las estrategias digitales, 40
 MARKETING DIGITAL. Mide analiza y mejora, 39
 MARKETING EN REDES SOCIALES, 39

MARKETING INDUSTRIAL Y DE SERVICIOS, 34
 MARKETING ONLINE. Estrategia y táctica en la era digital, 40
 MATEMÁTICAS FINANCIERAS, 2ª ed., 30
 MATEMÁTICAS FINANCIERAS, 5ª ed., 30
 MEDIOS Y SOPORTES DE COMUNICACIÓN, 35
 MERCHANDISING. Teoría, práctica y estrategia, 3ª ed., 36

N

NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL. Métodos cuantitativos, 2ª ed., 43

O

ORGANIZACIÓN DE EQUIPOS DE VENTAS, 15
 ORGANIZACIÓN Y TRANSFORMACIÓN DE LOS SISTEMAS DE INFORMACIÓN EN LA EMPRESA, 4ª ed., 16

P

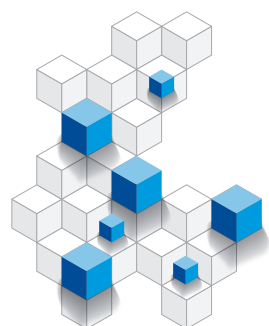
PRODUCTOS Y SERVICIOS INTELIGENTES Y SOSTENIBLES, 41

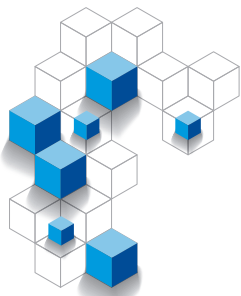
S

S. O. S. Tengo un jefe tóxico, 16
 SUPERTALENT. Desarrolla tu talento digital más disruptivo e interactivo para conquistar el mundo profesional, 17

T

TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN LA EMPRESA: CASOS DE ÉXITO, 41
 TRANSFORMANDO ORGANIZACIONES. Liderar el cambio, 17





Alfaomega



ATENCIÓN DEL ÁREA INTERNACIONAL

PEDRO ALBERTO YU MUÑOZ
pyu@alfaomega.com.mx
Tel.: (52)55 4135-2224

GERARDO FERMAN AYALA
gfermana@alfaomega.com.mx
Tel.: (503) 7150-3093

ROSA LINA ROSALES NOGUEIRA
rrosales@alfaomega.com.mx
Tel.: (52)55 3566-7460



SOCIOS COMERCIALES

48

ADMINISTRACIÓN, ECONOMÍA, MERCADOTECNIA & FINANZAS

COSTA RICA

EDICIONES Y DISTRIBUCIONES DEL ISTMO, S.A. (EDISA)
Tel.: (506) 235-8955
lalvarez@edisalibros.com
www.edisalibros.com

REP. DE EL SALVADOR

PROLIBROS, S.A. DE C.V.
Tel.: (503) 2260 4654
prolibros1@gmail.com

EDITORIA Y DISTRIBUIDORA DE LIBROS DE EL SALVADOR, S.A DE C.V. (EDISAL)
Tel.: (503) 7697-0788
gerencia@editorialedisal.com

MULTILIBROS, S.A DE C.V.
Tel.: (503) 275-8888
j.lopezmultilibros@gmail.com

BOOK SOLUTIONS DISTRIBUIDORES, S.A. DE C.V.
Tels.: (503) 7890-1306 / 2523-4416
rcantaderio.booksolutions@gmail.com

GUATEMALA

INSTITUTO GUATEMALTECO AMERICANO IGA
Tel.: 2300-6161
mcruz@iga.edu
msalazar@iga.edu

CENTRAL DE LIBROS SOCIEDAD ANÓNIMA
Tel.: (502) 2476-5805
bookcenter89@gmail.com

LIBRERÍA LATINOAMERICANA S.A.
Tel.: (502) 7963-8900
lib_latinoamericana@yahoo.com
mpaz@librerialatinoamericana.com

HONDURAS

GRUPO CORPORATIVO COELLO
Tels.: (504) 2556-5907
jorgecoello_hn@hotmail.com

REDEL LIBROS, S.A. DE C.V.
Tels.: (504) 2213-5588 / (504) 9971-8617
carmen.gonzalez@redel-libros.com

NICARAGUA

HISPAMER, S.A.
Tel.: (505) 2278-1210
importaciones@hispamer.com.ni

PANAMÁ

TEXT BOOK, S.A.
Apartado 0819-03177
Tel.: (507) 261-1566
textbook@cableonda.net

REPÚBLICA DOMINICANA

CENTRO CUESTA NACIONAL
Tel.: (809) 473-4020
gsandoval@ccn.net.do

E&E CONSULTORES Y ASESORES, S.R.L.
Tel.: (849) 753-4870
informacion@eyeconsultores.com

ECUADOR

MULTILIBRO D.L.M. DISTRIBUIDOR
Tel.: (593) 9854-48766
c.hernandez@multilibro.com.ec

PERÚ

SBS LIBRERÍA INTERNACIONAL
Tel.: (511) 206-4900
jbonilla@sbs.com.pe
kpoclin@sbs.com.pe

HUELLA CONTENIDOS S.A.C
Tel.: +51 994 680 308
email: info@huellacontenidos.com

Todos los caminos
conducen al conocimiento

Ecuéntralo
en nuestras librerías

 **Alfaomega Grupo Editor**
Te acerca al conocimiento



EDITORES DE LOS FONDOS:

Marcombo



ESIC
BUSINESS MARKETING SCHOOL

Alaria
publicaciones

NE narcea
ediciones

MARGE
BOOKS



UNIVERSITAT POLITÈCNICA
DE CATALUNYA
BARCELONATECH

QUATERNI



HORSORI

OMiCRoN

Garceta
grupo editorial



EMPRESAS DEL GRUPO:

MÉXICO

Filipinas 313, Col. Portales Norte
C.P. 03300, Benito Juárez, CDMX
Tel.: (52-55) 5575-5022
Sin costo: 800-020-4396
atencionalcliente@alfaomega.com.mx
www.alfaomega.com.mx
https://alfaomegaeditor.com.mx

ARGENTINA

Av. Córdoba 1215, piso 10,
C.P. 1055, Buenos Aires
Tel.: (54-11) 4811-0887
ventas@alfaomegaeditor.com.ar
fmeraglia@alfaomegaeditor.com.ar
https://alfaomegaeditor.com.ar

CHILE

José Manuel Infante 78,
Oficina 102, Providencia-
Santiago de Chile
Tel.: (56-2) 2235-4248
agechile@alfaomega.cl



www.alfaomega.com.mx
<http://www.alfaomegaeditor.com.mx>
<http://www.alfaomegaeditor.com.ar>



@alfaomega.grupo.editor



@AlfaomegaMex



@Alfaomega_Mex



Alfaomega Grupo Editor SA de CV



BIBLIOTECAS DIGITALES <https://hablemos.bibliotecasdigitales.com>



www.buk.com.mx

 **Alfaomega Grupo Editor**
Te acerca al conocimiento