



PRÁCTICAS DE GESTIÓN QUE DAN RESULTADO

**La experiencia de organizaciones
de alto desempeño en el Uruguay**

**Marcos Algorta
Roberto Auliso
Alberto González
Natalia Mandirola
John Miles
Álvaro Sorondo
Fernando Zeballos**

307 páginas. Rústica
Tamaño: 16 x 23

ISBN 978-9974-8352-5-2

“La efectividad de los modelos de Mejora Continua para gestionar las empresas es por todos aceptada. El desafío planteado en este libro alcanza el cómo lograrlo. Sigue un planteo lógico, minucioso y prolijo que lo convierte en una herramienta imprescindible para quienes busquen mejorar resultados apoyados en la excelencia”.

Dr. Santiago Sartori Oribe
Consultorio Dr. Sartori

CONTENIDO

PRESENTACIÓN DEL PROGRAMA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO

SOBRE LOS AUTORES - INTEGRANTES DEL PGC

PRÓLOGO

AGRADECIMIENTOS

PRESENTACIÓN

INTRODUCCIÓN

1. PROPÓSITO DE LA PUBLICACIÓN

2. ESTRUCTURA DEL LIBRO

PRIMERA PARTE

LOS MODELOS DE EXCELENCIA Y SU IMPACTO EN ORGANIZACIONES EN EL URUGUAY

CAPÍTULO I. LOS MODELOS DE EXCELENCIA

1. LA NECESIDAD DE MEJORAR CONTINUAMENTE
2. LA AUTOEVALUACIÓN: BASE DE LA MEJORA CONTINUA
3. DIMENSIONES PARA LA AUTOEVALUACIÓN
4. LOS MODELOS DE EXCELENCIA COMO GUÍA PARA LA IMPLANTACIÓN DE LA MEJORA CONTINUA
5. LOS MODELOS NO SON SOLO TÉCNICAS
6. LOS PRINCIPIOS DE GESTIÓN SUBYACENTES EN LOS MODELOS DE EXCELENCIA
7. LOS MODELOS DE EXCELENCIA Y LOS RESULTADOS EMPRESARIALES
8. CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LOS MODELOS DE EXCELENCIA
9. EL MODELO DE MEJORA CONTINUA DEL URUGUAY (MMC)

CAPÍTULO II. IMPACTO DE LA APLICACIÓN DEL MODELO DE MEJORA CONTINUA EN EL URUGUAY

1. INTRODUCCIÓN
2. LA EVOLUCIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD POR EL MMC EN EL URUGUAY
3. ANÁLISIS ESTRUCTURAL DEL MODELO DE MEJORA CONTINUA
4. CONCLUSIONES

SEGUNDA PARTE

PRÁCTICAS EN ORGANIZACIONES DE ALTO DESEMPEÑO EN EL URUGUAY

CAPÍTULO III. ANÁLISIS DE LAS PRÁCTICAS DE LAS EMPRESAS DE ALTO DESEMPEÑO

1. ENFOQUE DE LA SEGUNDA PARTE
2. ORGANIZACIONES DE ALTO DESEMPEÑO
3. ¿QUÉ SON LAS *BUENAS PRÁCTICAS* Y PARA QUÉ SIRVEN?
4. ¿QUÉ SE HA ENTENDIDO POR *BUENAS PRÁCTICAS* EN ESTE ESTUDIO?
5. TRANSFERENCIA DE PRÁCTICAS Y ORIENTACIÓN ESTRATÉGICA

CAPÍTULO IV. LIDERAZGO DE LA ALTA DIRECCIÓN

1. INTRODUCCIÓN
2. ALGUNAS CARACTERÍSTICAS DEL LIDERAZGO EN LA GESTIÓN DE LA CALIDAD
3. METODOLOGÍA
4. ANÁLISIS DE LAS PRÁCTICAS
5. CONCLUSIONES

CAPÍTULO V. PLANEAMIENTO

1. INTRODUCCIÓN
2. CARACTERÍSTICAS DEL ESTUDIO
3. METODOLOGÍA UTILIZADA PARA EL ANÁLISIS DEL PLANEAMIENTO EN EMPRESAS
4. ANÁLISIS DE PUNTAJES, PRÁCTICAS Y HERRAMIENTAS
5. CONCLUSIONES

CAPÍTULO VI. DESARROLLO DE LAS PERSONAS

1. INTRODUCCIÓN
2. ÁREA DESARROLLO DE LAS PERSONAS DEL MMC
3. CRITERIOS DE SELECCIÓN DE LA MUESTRA DE ESTUDIO
4. METODOLOGÍA PARA LA IDENTIFICACIÓN Y SELECCIÓN DE LAS PRÁCTICAS
5. HALLAZGOS
6. CONCLUSIONES

CAPÍTULO VII. ENFOQUE EN EL CLIENTE EXTERNO

1. INTRODUCCIÓN
2. EL ÁREA DE ENFOQUE EN EL CLIENTE EXTERNO
3. ORGANIZACIONES ANALIZADAS EN EL ESTUDIO
4. PRÁCTICAS RELEVADAS EN EMPRESAS GANADORAS O CON MENCIÓN EN EL PNC
5. OTROS ASPECTOS DE INTERÉS EN LA GESTIÓN DE LA SATISFACCIÓN DE CLIENTES
6. CONCLUSIONES

CAPÍTULO VIII. GESTIÓN DE PROCESOS

1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO
2. CARACTERÍSTICAS DEL ESTUDIO
3. ANÁLISIS DE PRÁCTICAS, HERRAMIENTAS, PUNTAJES Y RESULTADOS
4. CONCLUSIONES

CAPÍTULO IX. RESULTADOS

1. INTRODUCCIÓN
2. CARACTERÍSTICAS DEL ESTUDIO
3. METODOLOGÍA
4. ANÁLISIS ESTADÍSTICO DE LOS RESULTADOS
5. LOS INDICADORES DE MEDICIÓN DE RESULTADOS
6. CONCLUSIONES SOBRE LOS INDICADORES DE RESULTADOS
7. TABLAS DE INDICADORES SEGÚN LOS TEMAS DEL ÁREA DE RESULTADOS

CAPÍTULO X. CONCLUSIONES GENERALES

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS

GRUPO MAGRO EDITORES
Isidoro de María 1310 (Planta Alta)
Tel. (598) 2925 3195 - 2925 3198
E-mail: info@grupomagro.com
www.grupomagro.com
Montevideo - Uruguay