

Libros de Cabecera

www.librosdecabecera.com

**Título:**

La Cuenta de Resultados

Autor:

Francisco López

Colección:

Manuales de gestión

Formato:

135x210 mm

Páginas:

400

Encuadernación:

Rústica con solapas

PVP:

€18,00

ISBN:

978-84-936740-1-4

Sobre el libro:

Las empresas se rigen por la Cuenta de Resultados. Sin embargo, muchos empresarios y directivos no disponen de una Cuenta de Resultados con el contenido adecuado para la toma de decisiones, y con ello se pierden una herramienta sencilla pero esencial para gestionar sus empresas.

El libro trata de dar unas pautas de cómo preparar, analizar y gestionar la Cuenta de Resultados, que serán de gran ayuda tanto para contables como para directivos y empresarios, sobre todo de pymes. Con un contenido práctico y directo, incluye multitud de cuadros y ejemplos que facilitan su lectura y comprensión. El autor acaba incluyendo los datos reales de muchas empresas conocidas, y poniendo su propio blog a disposición de los lectores que quieran contactarlo.

Sobre el autor:

Paco López Martínez (Barcelona, 1954) es empresario, consultor y abogado. Ha publicado tres libros sobre temas empresariales (Manual del Cash Management, An-entropía: el secreto de las empresas exitosas y Valoración de Empresas: una introducción práctica, todos ellos en la editorial Deusto). Ejerce como consultor de empresas e imparte seminarios sobre gestión empresarial. Preside la firma de outsourcing de servicios de administración FraLucca y el club de inversión en proyectos empresariales Sputnik. Es consejero de la sociedad de capital riesgo Inveready Seed Capital.

Como empresario ha participado y participa en diversos proyectos. Tras crear en 1982 un grupo de empresas de consultoría y sistemas, que fue adquirido por Andersen Consulting en 1989, durante 14 años fue socio de Andersen Consulting y Arthur Andersen. En 1986 fue nombrado uno de los 100 empresarios para un futuro de la revista Actualidad Económica.

Publica un blog personal: www.pacolopez.biz

**Carmen Gramage**

Responsable de prensa

carmen@librosdecabecera.com

T 93 467 10 20

Libros de Cabecera

www.librosdecabecera.com

Programa editorial 2009

Los libros que esperamos lanzar en 2009 son cuatro:

Febrero – Marzo

La empresa, explicada de forma sencilla

Autor:

Francisco López

Colección:

Manuales de gestión

Una obra divulgativa dirigida a quienes desean conocer que es una empresa en realidad, analizada desde todos los puntos de vista. El lenguaje es sencillo, dirigido en especial a los jóvenes que acceden al mundo laboral, pero abierto a cualquiera interesado en el tema.

Escrita por un empresario con formación en derecho y un MBA, con amplia experiencia en empresas de todos los tamaños, desde pequeños negocios a multinacionales.

Mayo –Junio

La cuenta de resultados

Cómo analizarla y gestionarla

Autor:

Francisco López

Colección:

Manuales de gestión

Una reivindicación de algo aparentemente tan simple como la Cuenta de Resultados como el mejor instrumento de gestión de una empresa, siempre que se prepare bien y se analice de forma adecuada.

Escrita por un consultor y empresario, ex-socio de la consultora y auditora Arthur Andersen, con más de 30 años de experiencia en la gestión de empresas.

Septiembre

Arlequín

Autor:

Morris West

Colección:

Novelas de empresa

Una novela trepidante, magníficamente escrita por el famoso autor de best-sellers australiano, ambientada en los años 60, en las altas finanzas suizas. Un recorrido por el mundo de la empresa y la banca que ayuda a entender y conocer un entramado al que todos estamos expuestos. El libro anticipa situaciones que nos suenan cercanas a todos, y más en estos momentos de crisis del sistema financiero que estamos viviendo.

Morris West (Melbourne, 1916-1999) escribió best-sellers como Las sandalias del pescador o El abogado del diablo. En los años 70 publicó Arlequín en español. La obra de Libros de Cabecera es una nueva traducción, totalmente actualizada.

Noviembre

El legado de Arthur Andersen

Autor:

Carmelo Canales y Francisco López

Colección:

Testimonios empresariales

Una aproximación a los valores y las prácticas empresariales y profesionales que hicieron de Arthur Andersen la firma de asesoramiento profesional que representaba la excelencia, y la más admirada en España y en gran parte del mundo. El libro pretende ofrecer una guía a aquellas empresas y profesionales que persiguen la calidad y la excelencia. Incluye testimonios de numerosos ex-"arturos". No esquivamos la pregunta de ¿por qué una firma así tuvo un final tan trágico?

Carmelo Canales (Bilbao, 1960) y Paco López (Barcelona, 1954) son ex-socios de Arthur Andersen.

Libros de Cabecera

www.librosdecabecera.com

Libros de Cabecera

Rambla de Catalunya, 53, 7º G
08007 Barcelona
T 93 467 10 20
editorial@librosdecabecera.com

Carmen Gramage

Responsable de prensa
carmen@librosdecabecera.com
T 93 467 10 20

Creada por un grupo de empresarios y profesionales de la consultoría y la dirección de empresas, pretende ser una plataforma de exposición de las experiencias y conocimientos de cualquier empresario o profesional de la empresa que pueda aportar un mensaje de mejora de la gestión empresarial, plasmándolo en manuales claros, directos y fáciles de leer. Obras que pretenden ser “libros de cabecera”, es decir, de consulta, de uso diario, de aquellos (empresarios, directivos, estudiantes) a quienes van dirigidos.

La editorial pretende publicar sus obras agrupadas en tres colecciones:

1ª Manuales de gestión

Para los libros de referencia sobre temas empresariales concretos, escritos por directivos o consultores expertos en los mismos.

Esta pretende ser la colección principal.

2ª Testimonios empresariales

Obras que atestigüen el legado de empresas o empresarios que sean o hayan sido líderes en sus sectores de referencia.

3ª Novelas de empresa

Obras de ficción, en general ya publicadas anteriormente, sea en español o en otros idiomas, que se giren alrededor de la temática directiva o empresarial.

La filosofía de la editorial se basa en el apoyo personalizado a sus autores y en la implicación de éstos en la promoción y en la visita a los puntos de venta.