

Control interno y fiscalización del presupuesto municipal

Autor: José P. Viñas Bosquet

Edita: DAPP

A estas alturas nadie duda de la necesidad del control interno en las Administraciones Públicas. Las entidades locales no son una excepción, lo que ha animado a José P. Viñas, interventor-tesorero de Hacienda Local, a componer una obra dirigida a todos aquellos profesionales que fiscalizan, gestionan o revisan posteriormente el presupuesto municipal.

La primera parte de la monografía analiza los fundamentos y conceptos básicos de la actividad del control interno municipal. A continuación se presenta el presupuesto y la contabilidad local como elementos básicos con los que trabaja habitualmente la Intervención Municipal. También se analizan otras herramientas propias de la actividad de supervisión, como la función interventora o de fiscalización previa, acto por acto, y expediente por expediente, y las de control financiero o auditorías.

Asimismo, es destacable la inclusión de modelos de informes-tipo y cuestiones prácticas resueltas referidas a problemas habituales de la actividad financiera local. No faltan la bibliografía y los anexos legislativos sobre auditoría pública.

En definitiva, se trata de un libro que se configura como un instrumento de ayuda para un control eficaz en aras de mejorar la calidad de los servicios que prestan las entidades locales.



Marca país. España, una marca líquida

Autor: José Miguel Sánchez Guitián

Edita: ESIC

El objetivo de este libro es indagar en ese reflejo colectivo también conocido como Marca País. Como en un gran supermercado, los países compiten en el mundo por atraer turismo, vender más fuera y dentro, captar capital extranjero o talento intelectual y laboral con que engrasar la máquina de la prosperidad. Su éxito depende en gran medida de la visibilidad con que se exhiben en ese lineal metafórico del supermercado mundial, y del valor, tanto funcional como emocional, que transmite su Marca País para conquistar las preferencias de ciudadanos-turistas, gobiernos y empresas... y de ese otro cliente apátrida llamado capital.

Es tarea de este libro ofrecer un enfoque estratégico para gestionar la Marca País, es decir, el valor intangible de la reputación de un territorio en el que participan el gobierno, las instituciones, las agencias de desarrollo económico y promoción de inversiones, el turismo, los medios de comunicación, las empresas y sus marcas. Y, por supuesto, la ciudadanía. Promover la Inteligencia de Marca País significa ser capaces de evocar señas de identidad diferenciadas en la imagen que se proyecta de nuestros activos y competencias, que abarcan desde la legislación al patrimonio cultural, de la fiscalidad a la educación, de los espacios naturales a los productos con sello local o la experiencia en determinadas áreas.



RSE: mirando al futuro sin olvidar el pasado

Coord.: Antonio Sáenz de Miera

Edita: Cátedra Nebrija-Grupo Santander

En un entorno económico tan turbulento como el actual, muchas empresas han optado por limitar sus actividades de RSE. Sin embargo, los autores de esta obra piensan que, lejos de tambalearse, esta ha llegado para quedarse. *RSE: mirando al futuro sin olvidar el pasado* analiza la responsabilidad social de las empresas desde diferentes puntos de vista: ecología, política, recursos humanos, energía o sociedad y cómo se ha afianzado y expandido. Editado por la cátedra Nebrija-Grupo Santander, el libro recoge conferencias ofrecidas por diversos ponentes durante el curso pasado. Todos ellos coinciden en que la RSE no es una mera moda, sino, al contrario, una evolución de la economía.

Los autores de las ponencias son Ana Moreno, profesora de la Universidad Politécnica de Madrid; Guardans Cambó, presidente ejecutivo de la Fundación Desarrollo Sostenido; José Carlos Martínez Lozoya, director de estudios del Foro de Reputación Corporativa de Iberdrola; Gonzalo Sáenz de Miera, director de Prospectiva Regulatoria de Iberdrola; Manuel García Medina, responsable de Recursos Humanos de Iberinco, división de Europa y norte de África; y Joaquín de Ena, director del Área Global de RSC y Mecenazgo de Banco Santander.

