

TRANSFORMACIÓN DEL RETAIL

DEULOFEU AYMAR, JOAQUIM



Editorial	PIRAMIDE
Materia	[KJH] EMPRENDIMIENTO Y EMPRENDEDORES / EMPRESAS EMERGENTES / «STARTUPS»
EAN	9788436851281
Status	Disponible
Páginas	280
Tamaño	230x155x0 mm.
Peso	449
Precio (Imp. inc.)	26,95€
Idioma	Español
Fecha de lanzamiento	12/02/2026

SINOPSIS

En Transformación del retail, Joaquim Deulofeu Aymar propone un modelo innovador de gestión empresarial para el sector retail, orientado a superar los paradigmas tradicionales de administración centrados en la maximización de beneficios y la jerarquía vertical. Inspirado en pensadores contemporáneos como Jeremy Rifkin y Yuval Noah Harari, el autor analiza el contexto de cambio social y empresarial actual, caracterizado por la desconfianza hacia las instituciones y la necesidad de nuevas formas organizativas.

El modelo de Deulofeu se estructura metafóricamente en «la cabeza» (liderazgo, estrategia, cultura, innovación y escucha activa) y «las extremidades» (gestión por procesos, trabajo en equipo y consenso). La sostenibilidad económica, social y ambiental es el objetivo de la propuesta.

A través del caso de la empresa familiar Farret, dedicada al sector textil, se ilustra el proceso de transformación: desde el estancamiento y la crisis, hasta la adopción de un enfoque de excelencia empresarial basado en la calidad total, la innovación y la mejora continua. Farret redefine su misión y valores corporativos de forma participativa, apostando por la personalización, el compromiso humano, la innovación y la sostenibilidad.

El libro profundiza en herramientas y metodologías clave como la gestión por procesos con agilidad, el análisis DAFO, la identificación de factores críticos de éxito y del ecosistema, la escucha activa (tanto interna como externa), el uso de indicadores de calidad, la gestión de proyectos y la formación de equipos de alto rendimiento, apoyándose en modelos como CEO Retail, EFQM, SERVQUAL y BELBIN.

Transformación del retail es, más que un manual, un manifiesto para repensar las empresas desde una perspectiva más humana, ética y sostenible, orientada a generar valor integral para todos los stakeholders y a adaptarse a la complejidad del entorno actual....