

El cuadro de mando integral aplicado a organizaciones no empresariales: análisis y perspectivas

Año
2017

Autor
Römer, Gabriela

Este documento está disponible para su consulta y descarga en el portal on line de la Biblioteca Central "Vicerrector Ricardo Alberto Podestá", en el Repositorio Institucional de la **Universidad Nacional de Villa María**.

CITA SUGERIDA

Römer, G. (2017). *El cuadro de mando integral aplicado a organizaciones no empresariales: análisis y perspectivas*. 6to Congreso de Administración del Centro de la República. Villa María: Universidad Nacional de Villa María





VI CONGRESO DE ADMINISTRACIÓN DEL CENTRO DE LA REPÚBLICA

**III ENCUENTRO INTERNACIONAL DE ADMINISTRACIÓN DEL CENTRO DE LA
REPÚBLICA**

II CONGRESO DE CIENCIAS ECONÓMICAS DEL CENTRO DE LA REPÚBLICA

**“FORJANDO CAPACIDADES ORGANIZACIONALES PARA LA
COMPETITIVIDAD GLOBAL”**

VILLA MARÍA - ARGENTINA – 18, 19 y 20 DE OCTUBRE DE 2017

**EL CUADRO DE MANDO INTEGRAL APLICADO A
ORGANIZACIONES NO EMPRESARIALES: ANÁLISIS Y
PERSPECTIVAS**

AUTORA

RÖMER, GABRIELA

EL CUADRO DE MANDO INTEGRAL APLICADO A ORGANIZACIONES NO EMPRESARIALES: ANÁLISIS Y PERSPECTIVAS

OBJETIVOS E HIPÓTESIS

David P. Norton y Robert S. Kaplan reformularon el Tablero de Comando clásico e introdujeron el Cuadro de Mando Integral (CMI) o Balanced Scorecard como instrumento idóneo para el control de gestión y la administración estratégica de las organizaciones.

El desafío de este proyecto de investigación consiste en pensar nuevas perspectivas del CMI o en reformular las actuales, de acuerdo a los requerimientos de las organizaciones no empresariales, cuyo fin de lucro es inexistente o, en el mejor de los casos, se limita a la consecución del equilibrio financiero, a la minimización del déficit o a la maximización de la prestación de servicios.

Para ello, el pensar desde la perspectiva de la Psicología Económica nos permite adentrarnos en la faceta del cliente/usuario de estas organizaciones, en sus especiales necesidades y expectativas, similares pero en gran parte diferentes a las de los consumidores de las empresas.

METODOLOGÍA

Estudios de público *ad hoc*, en determinados eventos museísticos (por ej., Noche de los Museos de Córdoba 2017), mediante uso de encuestas largas y abreviadas (adaptación del modelo de cuestionario para Medición de Públicos del Observatorio Iberoamericano de Museos). Estudio documental. Análisis teórico.

RESULTADOS

Estudio en proceso. Los resultados parciales consisten en la definición de público para distinguirlo teóricamente del cliente, usuario o beneficiario. Se está procediendo a la clasificación de los museos de acuerdo a la categorización propuesta por Carmen Mörsch (*dokumenta 12*, Kassel, 2007).

IMPACTO

El tema tiene una potencial gran relevancia e impacto social, ya que apunta a generar instrumentos adecuados para el mejoramiento de la gestión de organizaciones tradicionalmente dejadas de lado por la técnica administrativa.

Las posibilidades de transferencia a la comunidad son relevantes.

CONCLUSIONES

El CMI puede ser adaptado a organizaciones no empresariales, pero, sobre todo en la Perspectiva del Cliente, precisa de reflexiones y modificaciones profundas.

FUENTES PRIMARIAS Y SECUNDARIAS

El estudio de las últimas contribuciones disciplinares de la Psicología, la Sociología y la Antropología, a las cuales la Administración tanto les debe y de cuyos avances se nutre, añadirá facetas y fecundará el sustento teórico que sirve de base y andamiaje nuestro estudio.

Los estudios de públicos administrados por el equipo consistirán en una fuente primaria de datos. Hay ausencia de fuentes secundarias debido a los inexistentes

estudios de visitantes y la escasa información estadística en los museos argentinos (aunque sí se cuenta con esta información a nivel regional y mundial).

Los estudios teóricos y conceptos son abundantes, aunque con enfoque y puntos de vista variados y disímiles.

BIBLIOGRAFÍA

Ahn, H. "Applying the balanced scorecard concept: An experience report", Long Range Planning, Vol. 34, Nº 4, pp. 441-461, 2001.

Amir, E. and Lev, B. (1996) "Value-relevance of non-financial information: The wireless communications industry", Journal of Accounting and Economics, Vol. 22, No. 1-3, pp. 3-30.

Anderson, S. and Lanen, W. "Economic transition, strategy and the evolution of management accounting practices: the case of India", Accounting, Organizations and Society, Vol. 24, Nº 5-6, pp. 379-412, 1999.

Banker, R. Potter, G. and Srinivasan, D. (2000) "An empirical investigation of an incentive plan that includes non-financial performance measures", The Accounting Review, Vol. 75, Nº 1, pp. 65-92.

Baumgartner, H. and Homburg, C. (1996) "Applications of structural equation modeling in Banerjee, J. and Kane, W. (1996) "Informing the accountant", Management Account

Kaplan, Robert S y Norton, David P. Mapas estratégicos: Cómo convertir los activos intangibles en resultados tangibles. [Strategic Maps, Kaplan, Robert S y Norton, David P., The Harvard Business School Press, USA, 2004]. Ediciones Gestión 2000 S.A., Barcelona, 2004

Mateos Rusillo, S. M. (2012) Manual de comunicación para museos y atractivos patrimoniales. Trea Eds., Guijón (Asturias)

Mörsch, Carmen (2011). "Educación crítica en museos y exposiciones en el contexto del "giro educativo" en el discurso comisarial: ambigüedades, contradicciones y alianzas." Artnet News Sept. 29, 2009, 28 de julio de 2011. Traducción Nora Landkammer (N.L.). Disponible en URL: <http://www.artnet.com/magazineus/news/artnetnews/moma-preview9-29-09.asp>

Pearce, David W. y Turner, R. Kerry. Economía de los recursos naturales y del medio ambiente, Colegio de Economistas de Madrid y Celeste Ediciones, Madrid, 1990

Ramos Lizana, Manuel. El turismo cultural, los museos y su planificación, Ed. Trea, Gijón (Asturias), 2007

Schoute, M. "Evaluating the performance consequences of management accounting innovations: Theoretical and methodological issues", The 25th Annual Congress of the European Accounting Association, Copenhagen, Dinamarca, 2002

Veen-Dirks, P. and Wijn, M. "Strategic control: Meshing critical success factors with the balanced scorecard", Long Range Planning, Vol. 35, Nº 4, Pp. 407-427, 2002.

Woodley, P. M. Culture Management Through The Balanced Scorecard: A Case Study. Defense College of Management and Technology, Cranfield University. tesis doctoral, febrero 2006

Zuriekat, Majdy Issa Khalil (2005) Performance measurement systems: an examination of the influence of the contextual factors and their impact on performance with a specific emphasis on the balanced scorecard approach. Tesis doctoral, University of Huddersfield, Huddersfield University Business School, , abril 2005. Disponible en URL: <http://eprints.hud.ac.uk/4613/>