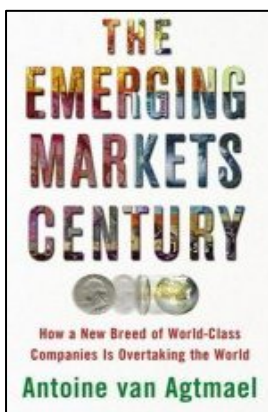




Agosto 2007

## Libros recomendados



AGTMAEL, Antoine Van.

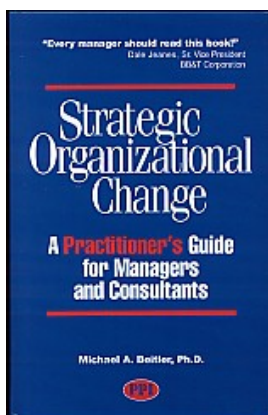
*The emerging markets century : how a new breed of world-class companies is overtaking the world.* New York : Free Press, 2007.

[http://servicios.iesa.edu.ve/appweb/tabladecontenido/Ver\\_Tablas.asp?Lib=EMC](http://servicios.iesa.edu.ve/appweb/tabladecontenido/Ver_Tablas.asp?Lib=EMC)

**Categoría Temática : Economía y Finanzas**

HG 4529.5 A38

En los últimos 15 años, los mercados de las economías emergentes han crecido rápidamente, a pesar de la volatilidad y las frecuentes crisis. Compañías de Brasil, Rusia, India, México y China, así como también de países pequeños se han convertido en líderes globales en varias industrias. Este libro habla de 25 de estas compañías para disipar la creencia que solo las grandes empresas son quienes lideran las economías desarrolladas con presencia global, en tecnología, diseño, y sobre todo, en reconocimiento de marca y destreza de marketing. Ilustra creativas soluciones a nivel de dirección y casos de estudio. Lo mejor de estas empresas ha sido convertir desafíos, muy poco comunes en economías desarrolladas, en oportunidades poco convencionales.



BEITLER, Michael A.

*Strategic organizational change : a practitioner's guide for managers and consultants.* Greensboro : Practitioner Press International, 2006.

[http://servicios.iesa.edu.ve/appweb/tabladecontenido/Ver\\_Tablas.asp?Lib=SOCP](http://servicios.iesa.edu.ve/appweb/tabladecontenido/Ver_Tablas.asp?Lib=SOCP)

**Categoría Temática : Administración y Gerencia**

HD 58.8 B42

Proporciona un acercamiento sistemático para diagnosticar problemas en la organización. Muestra paso a paso el diseño y ejecución de procesos de cambio. Escrito en un práctico y fácil estilo, con abundancia de listas de comprobación y de herramientas, esta enfocado en enseñar cómo conducir o facilitar el cambio con más eficacia, diagnosticar oportunidades y problemas de la organización, recopilar y analizar sistemáticamente los datos, cómo determinar el tipo apropiado de intervención (estratégico, estructural, cultural, procesos), ponerlo en ejecución con éxito, y finalmente prepararse para los cambios que desafiarán a las organizaciones en el futuro.



BOUCHET, Michel Henry.

*El riesgo-país : un enfoque latinoamericano* / Michel Henry Bouchet, Aleida Sarmiento, José Lumbreras. Lima, Perú : ESAN Ediciones 2007.

[http://servicios.iesa.edu.ve/appweb/tabladecontenido/Ver\\_Tablas.asp?Lib=ERPUEL](http://servicios.iesa.edu.ve/appweb/tabladecontenido/Ver_Tablas.asp?Lib=ERPUEL)

**Categoría Temática : América Latina: Condiciones Económicas, Sociales y Políticas**  
HG 4538 B68

Este libro ofrece la oportunidad de conocer cada punto relativo al análisis del riesgo-país: historia, alcances, principales fuentes de información existentes, ventajas y desventajas de las herramientas más comúnmente utilizadas. Todo ello acompañado de casos de estudio cuyo propósito es facilitar la comprensión del tema y centrar el enfoque en la región latinoamericana, partiendo de la idea que el riesgo-país es un análisis complejo y amplio que lo convierten en una herramienta única y útil a la hora de planificar una inversión.



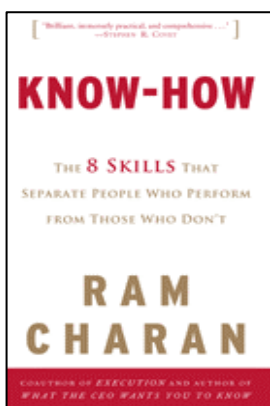
*Camino a la transformación productiva en América Latina* / Corporación Andina de Fomento, editor. Caracas : CAF, 2006.\*

[http://servicios.iesa.edu.ve/appweb/tabladecontenido/Ver\\_Tablas.asp?Lib=CTPAL](http://servicios.iesa.edu.ve/appweb/tabladecontenido/Ver_Tablas.asp?Lib=CTPAL)

<http://www.caf.com/view/index.asp?ms=17&pageMs=40262>

**Categoría Temática : América Latina: Condiciones Económicas, Sociales y Políticas.**  
REF HD 75.8 C34 2006

La experiencia de algunos países luego de la segunda guerra mundial muestra que, a través de una transformación productiva, es posible incrementar la participación en los mercados globales y lograr un crecimiento económico que genere empleo de calidad y reduzca sistemáticamente la pobreza. Cabe preguntarse cómo América Latina puede emprender el camino hacia esta transformación productiva. En esta dirección, se plantea la necesidad de alcanzar una mayor diversificación, junto con ganancias de productividad en la región. Para ello, este libro propone estrategias de política basadas en la promoción de nuevas actividades, la creación y desarrollo de clusters y la atracción de inversión extranjera directa de calidad. Junto con estas estrategias, destaca el rol de las políticas de fortalecimiento del ambiente institucional, promoción de la innovación, y mejoramiento de la calidad educativa.



CHARAN, Ram.

*Know-how : the 8 skills that separate people who perform from those who don't.* New York : Crown Business, 2007.

[http://servicios.iesa.edu.ve/appweb/tabladecontenido/Ver\\_Tablas.asp?Lib=KHO](http://servicios.iesa.edu.ve/appweb/tabladecontenido/Ver_Tablas.asp?Lib=KHO)

**Categoría Temática : Administración y Gerencia**  
HD 57.7 C43

La inteligencia, la visión, la capacidad de comunicarse, entre otros elementos, son muy importantes cuando se habla de un directivo. Sin embargo, también lo son los conocimientos técnicos, poseer aquellas herramientas teóricas que indican como entender un negocio, tomar las decisiones correctas, entregar resultados, etc. De acuerdo al autor, este es uno de los motivos más significativos por el cual los líderes pueden tener éxito o fallar. A lo largo del libro, presenta diversos consejos tomados de equipos gerenciales de grandes compañías alrededor del mundo, donde se han observado las causas y efectos de las prácticas y los comportamientos directivos, reunidos en ocho habilidades fundamentales para el éxito. Los ocho conocimientos técnicos se interactúan de manera holística con los rasgos psicológicos, proporcionando un retrato del líder ideal.



CHESBROUGH, Henry William.

*Open business models : how to thrive in the new innovation landscape.* Boston, Massachusetts : Harvard Business School Press, 2006.

[http://servicios.iesa.edu.ve/appweb/tabladecontenido/Ver\\_Tablas.asp?Lib=OBM](http://servicios.iesa.edu.ve/appweb/tabladecontenido/Ver_Tablas.asp?Lib=OBM)

**Categoría Temática : Administración y Gerencia**

HD 45 C43

Este libro es una interesante introducción a los modelos de negocios abiertos y un análisis de cómo debe pensarse la innovación “abierta”, dentro de las condiciones actuales del mercado mundial. El autor define genéricamente los modelos de negocios abiertos como aquellos que permiten a las organizaciones compartir las ideas no utilizadas y, al mismo tiempo, utilizar las ideas externas para innovar en un mercado competitivo. Una de las ideas más interesantes es aquella sobre la división internacional del trabajo de la innovación. Nos encontramos a nivel global frente a una división donde la innovación se da entre muchas empresas en colaboración a escala global, definiendo parte de la tendencia y necesidad de migrar hacia modelos de negocios más abiertos. De allí que la innovación se vea afectada por la capacidad que tengan estas empresas para producir valor de una forma colaborativa en mercados altamente especializados.



CHESBROUGH, Henry William.

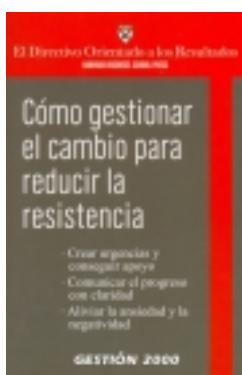
*Open innovation : the new imperative for creating and profiting from technology.* Boston, Massachusetts : Harvard Business School Press, 2006.

[http://servicios.iesa.edu.ve/appweb/tabladecontenido/Ver\\_Tablas.asp?Lib=OIN](http://servicios.iesa.edu.ve/appweb/tabladecontenido/Ver_Tablas.asp?Lib=OIN)

**Categoría Temática : Administración y Gerencia**

HD 45 C44

Concebir la innovación como un proceso donde los actores internos y externos tienen un protagonismo similar es la idea central del libro. Hablamos de una innovación no restringida al producto sino referida también al modelo de negocio, de una innovación basada en la experimentación y en la colaboración entre empresas, universidades, sector público y usuarios. Esto hace ilustrar la realidad de que el conocimiento, aun el más especializado, ya no se encuentra circunscrito a los laboratorios de investigación de las grandes empresas o universidades, sino que está ampliamente disponible y repartido en multitud de países, empresas y organizaciones. Presentando un modelo donde los nuevos productos provienen tanto de fuentes internas como externas, y donde éstas pueden entrar a formar parte del proceso de innovación en todos los puntos de la cadena hasta llegar al producto final.



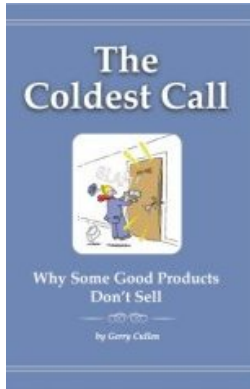
*Cómo gestionar el cambio para reducir la resistencia /* Harvard Business School Press. Barcelona : Ediciones Gestión 2000, 2006.

[http://servicios.iesa.edu.ve/appweb/tabladecontenido/Ver\\_Tablas.asp?Lib=CGCPR](http://servicios.iesa.edu.ve/appweb/tabladecontenido/Ver_Tablas.asp?Lib=CGCPR)

**Categoría Temática : Administración y Gerencia**

HD 58.8 C66

Para sobrevivir y competir, las empresas tienen que adaptarse a las nuevas realidades rápidamente, tanto si estas son nuevas tecnologías, mercados emergentes, o cambios inesperados en las reglas. Las cifras son desalentadoras: dos de cada tres esfuerzos de cambio fracasan. Muchas veces el éxito de un cambio depende de superar la fuerte resistencia de los empleados temerosos o desgastados por el cambio. Este libro le proporciona las herramientas necesarias para propiciar el cambio efectiva y consistentemente. Crear impulso a través de victorias a corto plazo, combatir la complacencia y otros obstáculos comunes al cambio, propiciar el cambio en ausencia de una crisis inmediata y comunicarse en relación al cambio de formas que propicien acciones positivas, son solo algunas de las recomendaciones para reducir la resistencia.



CULLEN, Gerry (Gerald) L..

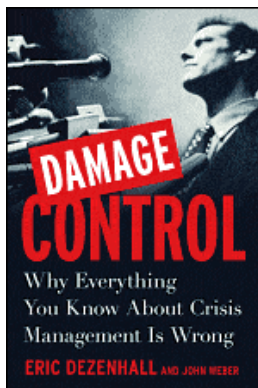
*The coldest call : why some good products don't sell.* Austin, Texas : Arbor Square Press, 2007.

[http://servicios.iesa.edu.ve/appweb/tabladecontenido/Ver\\_Tablas.asp?Lib=CCW](http://servicios.iesa.edu.ve/appweb/tabladecontenido/Ver_Tablas.asp?Lib=CCW)

**Categoría Temática : Mercadeo**

HF 5438 C84

En el libro se aborda el mundo de las ventas con múltiples ejemplos y experiencias, centrándose principalmente en las razones por las cuales una venta puede frustrarse, más allá de la propia compañía, de la calidad de sus productos o vendedores. ¿Cómo predecir un ambiente inadecuado para las ventas, se pueden buscar patrones para el éxito? En relación con esta interrogante, el libro propone cuatro grupos de patrones llamados las barreras de las ventas: la capacidad y percepción del producto, la promoción, el precio y las condiciones de pago y finalmente, la actitud y cultura de la organización hacia las ventas y los vendedores. Cada aspecto es desarrollado bajo una perspectiva de aprendizaje, para transmitir las lecciones y herramientas necesarias para hacer de las ventas un proceso exitoso.



DEZENHALL, Eric.

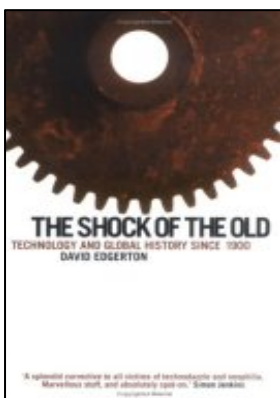
*Damage control : why everything you know about crisis management is wrong /* Eric Dezenhall, John Weber. New York : Portfolio, 2007.

[http://servicios.iesa.edu.ve/appweb/tabladecontenido/Ver\\_Tablas.asp?Lib=DCWE](http://servicios.iesa.edu.ve/appweb/tabladecontenido/Ver_Tablas.asp?Lib=DCWE)

**Categoría Temática : Administración y Gerencia**

HD 49 D49

Abordar de forma efectiva una situación amenazante y sobrevivir es la idea principal de este libro. Tener las herramientas para saber cómo manejar la crisis y tener control de los daños que puedan ocurrir es crucial, el punto de partida es: qué se está haciendo, tener a las personas indicadas tomando decisiones, admitir las faltas y tomar los correctivos necesarios de forma inmediata. En el texto se habla del caso Tylenol y otros, la forma como fueron manejadas estas crisis corporativas. Los autores comparten varias lecciones importantes relacionadas con saber diferenciar entre un problema y una crisis; conseguir no ser atacado y el manejo de la comunicación.



EDGERTON, David.

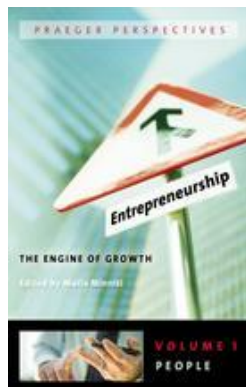
*The shock of the old : technology and global history since 1900.* Oxford : Oxford University Press 2007.

[http://servicios.iesa.edu.ve/appweb/tabladecontenido/Ver\\_Tablas.asp?Lib=SOTO](http://servicios.iesa.edu.ve/appweb/tabladecontenido/Ver_Tablas.asp?Lib=SOTO)

**Categoría Temática : Ciencia y Tecnología**

T 20 E33

Este libro introduce una controversial teoría acerca de las maneras tradicionales de entender la tecnología, el cambio tecnológico y el papel de éstas en nuestras vidas. Sostiene el autor, que es necesario revisar el significado de tecnológica y novedad tecnológica, que parecen lo mismo pero no lo son, de acuerdo a su significado e impacto en lo cotidiano. Es incorrecto asociar tecnología solamente a invención e innovación. La nueva tecnología tiene un dominio sobre la imaginación del público que sobrepasa su relevancia. El ritmo de la tecnología parece crecer como nunca antes pero, ¿Acaso el consumismo está opacando nuestra apreciación de la tecnología en relación a la utilidad? ¿Qué marca realmente la diferencia?



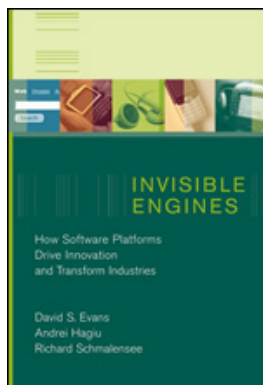
*Entrepreneurship : the engine of growth.* Westport, Connecticut : Praeger Publishers, 2007.\* 3 v.

[http://servicios.iesa.edu.ve/appweb/tabladecontenido/Ver\\_Tablas.asp?Lib=EEGV](http://servicios.iesa.edu.ve/appweb/tabladecontenido/Ver_Tablas.asp?Lib=EEGV)  
[http://servicios.iesa.edu.ve/appweb/tabladecontenido/Ver\\_Tablas.asp?Lib=EEGR](http://servicios.iesa.edu.ve/appweb/tabladecontenido/Ver_Tablas.asp?Lib=EEGR)  
[http://servicios.iesa.edu.ve/appweb/tabladecontenido/Ver\\_Tablas.asp?Lib=EEGVR](http://servicios.iesa.edu.ve/appweb/tabladecontenido/Ver_Tablas.asp?Lib=EEGVR)

**Categoría Temática : Economía y Finanzas**

REF HB 615 E63 V.1, REF HB 615 E63 V.2 y REF HB 615 E63 V.3

Los tres volúmenes que forman este título, desarrollan ampliamente la teoría y la práctica relacionada al tema de la iniciativa empresarial. Cada ensayo cubre los aspectos más importantes e interesantes sobre el tema: modelos de negocio, investigación de mercado, capitalización, propiedad intelectual, riesgo e incertidumbre, cultura, relaciones empresariales, factores cognoscitivos, económicos, sociales e institucionales que influyen en la conducta de las personas con respecto a la relación empresarial, la generación de ideas, financiamiento, estrategias de crecimiento, la empresa familiar, las políticas públicas, etc. Un conjunto de herramientas con perspectiva global con el objeto de explorar, promover y dar a conocer más el mundo de las relaciones y la iniciativa empresarial.



EVANS, David S.

*Invisible engines : how software platforms drive innovation and transform industries* / David S. Evans, Andrei Hagiu, Richard Schmalensee. Cambridge, Massachusetts : MIT Press, 2006.

[http://servicios.iesa.edu.ve/appweb/tabladecontenido/Ver\\_Tablas.asp?Lib=IEN](http://servicios.iesa.edu.ve/appweb/tabladecontenido/Ver_Tablas.asp?Lib=IEN)

**Categoría Temática : Ciencia y Tecnología**

QA 76.76 A65 E83

El software es considerado un motor invisible que ha transformado casi toda la industria en el último cuarto de siglo. A través de éste libro se examina la dinámica y las estrategias de negocio que han aplicado las organizaciones que reconocen en la tecnología una energía transformadora. Los autores discuten sobre los éxitos de las plataformas de software su impacto en los usuarios y los beneficios a los que han conducido en la sociedad.



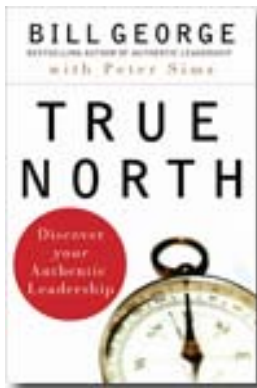
*Fixing the fragmented university : decentralization with direction* / Joseph C. Burke, editor. Bolton, Massachusetts : Anker Publishing Company, 2007.

[http://servicios.iesa.edu.ve/appweb/tabladecontenido/Ver\\_Tablas.asp?Lib=FTFU](http://servicios.iesa.edu.ve/appweb/tabladecontenido/Ver_Tablas.asp?Lib=FTFU)

**Categoría Temática : Educación**

LB 2328 F59

Este libro aborda el tema de la descentralización en las universidades y el efecto desfragmentador que puede estar ocurriendo en lo interno de estas organizaciones. Un grupo de expertos que debaten sobre el tema, revisan el impacto de la desconexión entre las necesidades sociales, las metas institucionales y los objetivos departamentales, los tres eslabones de responsabilidad pública que le atañen a la universidad. La respuesta es no acabar la descentralización pero agregarle dirección. En la práctica el planeamiento estratégico, el presupuesto, la calidad, la acreditación regional, la divulgación departamental, etc. Permiten a las universidades fijar prioridades y desarrollar dirección, mientras que se preserva la descentralización que conduce a la creatividad y la innovación interna. Describe una universidad eficaz, que responde a las necesidades públicas.



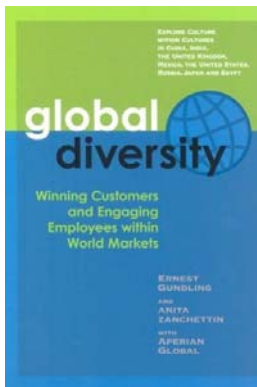
GEORGE, Bill.  
*True north : discover your authentic leadership* / Bill George, Peter Sims. San Francisco, California : Jossey-Bass, 2007.

[http://servicios.iesa.edu.ve/appweb/tabladecontenido/Ver\\_Tablas.asp?Lib=TND](http://servicios.iesa.edu.ve/appweb/tabladecontenido/Ver_Tablas.asp?Lib=TND)

**Categoría Temática : Administración y Gerencia**

HD 57.7 G47

Todos tenemos la capacidad para inspirar y dar *empowerment* a nuestros colaboradores. Pero debemos primero estar dispuestos a dedicarnos a nuestro crecimiento personal y a nuestro desarrollo como líderes. En los últimos años han existido diversos intentos por determinar los estilos, características o rasgos de personalidad definitivos de los grandes líderes. Ninguno de estos estudios ha producido un perfil claro del líder ideal. En este libro no solo presenta una interesante reflexión acerca del liderazgo, sino además presenta un programa concreto para convertirse con éxito en un líder auténtico, creando su propio plan de desarrollo personal, centrado en cinco áreas dominantes: conocerse a si mismo, definir y practicar sus valores y principios, entender sus motivaciones, construir un equipo de apoyo e integrar todos los aspectos de su vida con los pies en la tierra.



GUNDLING, Ernest.

*Global diversity : winning customers and engaging employees within world markets* / Ernest Gundling, Anita Zanchettin, Aperia Global. Boston : Nicholas Brealey International, 2007.

[http://servicios.iesa.edu.ve/appweb/tabladecontenido/Ver\\_Tablas.asp?Lib=GD](http://servicios.iesa.edu.ve/appweb/tabladecontenido/Ver_Tablas.asp?Lib=GD)

**Categoría Temática : Comercio**

HF 1379 G86

Dominar un negocio global requiere que los líderes y directivos entiendan las diferencias que existen entre países así como entre los individuos. Este libro presenta las variables culturales más dominantes y relevantes en 8 mercados importantes: China, Egipto, la India, Japón, México, Rusia, Reino Unido y los E.E.U.U. Se explora el impacto de estas variables en el negocio ofreciendo varias recomendaciones para los empleados y las oportunidades locales que ofrecen los mercados, a fin de desarrollar una estrategia global eficaz basada en la diversidad.



HEWLETT, Sylvia Ann.

*Off-ramps and on-ramps : keeping talented women on the road to success*. Boston, Massachusetts : Harvard Business School Press, 2007.

[http://servicios.iesa.edu.ve/appweb/tabladecontenido/Ver\\_Tablas.asp?Lib=OROR](http://servicios.iesa.edu.ve/appweb/tabladecontenido/Ver_Tablas.asp?Lib=OROR)

**Categoría Temática : Administración y Gerencia**

HD 6054.2 U5 H48

En este libro la autora documenta los resultados arrojados después de entrevistar a trabajadores pertenecientes a un grupo de 34 grandes compañías, encontrando que la mayoría de las mujeres que trabaja en estas organizaciones, toma licencias o evita avanzar intencionalmente en la organización para así tener tiempo de cuidar a sus hijos o familiares ancianos. Compañías como Johnson & Johnson, Time Warner, etc., que han decidido conservar mujeres talentosas, han tenido que incluir ciertos cambios organizacionales, enfocados en crear condiciones de trabajo diferentes: con arreglos flexibles, reducción del horario, manejando el estigma y los estereotipos, ofreciendo oportunidades para el desarrollo y planificación de carrera independientemente del sexo. El libro destaca 18 estudios de caso de compañías que trabajan con éxito para crear políticas y practicas que apoyen el desarrollo de la mujer en los negocios.



JOACHIMSTHALER, Erich.

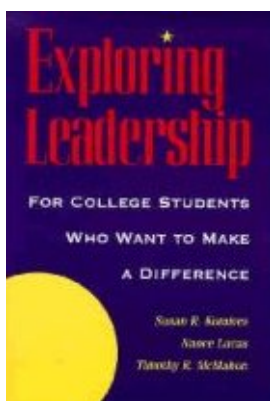
*Hidden in plain sight : how to find and execute your company's next big growth strategy.* Boston, Massachusetts : Harvard Business School Press, 2007.

[http://servicios.iesa.edu.ve/appweb/tabladecontenido/Ver\\_Tablas.asp?Lib=HIPS](http://servicios.iesa.edu.ve/appweb/tabladecontenido/Ver_Tablas.asp?Lib=HIPS)

**Categoría Temática : Mercadeo**

HF 5415.153 J63

Las compañías deben innovar para crecer, pero se olvidan a menudo de mirar más allá de sus propias marcas. Sony, por ejemplo, logró una gran victoria con *Walkman*, sin embargo, el éxito los cegó a los cambios obvios en relación a cómo, cuando y donde la gente desea escuchar música. Apple sin embargo, capitalizó esos cambios en la demanda con el desarrollo del *iPod*, proporcionando una nueva manera de escuchar la música. Este libro examina profundamente el significado y las expectativas que los consumidores otorgan a las marcas en sus propios contextos personales. Uno de los llamados esta dirigido a refinar la habilidad para generar crecimiento orgánico con productos nuevos, servicios, soluciones y las experiencias que realmente impactan la vida de la gente. Revelando los procesos innovadores de organizaciones tales como: BMW, Procter and Gamble, GE Healthcare, Frito-Layn, entre otras.



KOMIVES, Susan R.

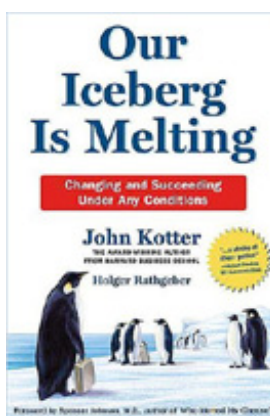
*Exploring leadership : for college students who want to make a difference /* Susan R. Komives, Nance Lucas, Timothy R. McMahon. San Francisco, California : Jossey-Bass, 2007.

[http://servicios.iesa.edu.ve/appweb/tabladecontenido/Ver\\_Tablas.asp?Lib=EL](http://servicios.iesa.edu.ve/appweb/tabladecontenido/Ver_Tablas.asp?Lib=EL)

**Categoría Temática : Educación**

LB 3605 K64

El libro esta diseñado para ayudar a estudiantes a entender que son capaces de ser líderes eficaces, ofreciéndoles las herramientas necesarias para desarrollar su potencial de dirección. Incluye la presentación de modelos de dirección, utilizando una visión global dando ejemplos que se relacionan con una amplia variedad de disciplinas, acentuando las maneras de trabajar para lograr el cambio y fortalecer las relaciones, bajo la premisa que el liderazgo y la dirección no son procesos de una persona, sino de un grupo de individuos que trabajan juntos. Concluye además con una serie de estrategias concretas para practicar la dirección en las organizaciones, grupos y comunidades.



KOTTER, John P.

*Our iceberg is melting : changing and succeeding under any conditions /* by John Kotter and Holger Rathgeber. New York : St. Martin's Press, 2006.

**Categoría Temática : Administración y Gerencia**

HD 58.8 K68

Utilizando una historia enmarcada en una colonia de pingüinos, el autor recrea hábilmente cómo manejar el cambio. El libro refleja a través de cada uno de sus personajes, diferentes lecciones relacionadas con el proceso de cambio y sobrevivencia. Las señales que da el entorno y son visibles solo para aquellos exploradores que están atentos, el trabajo de vencer diestramente a los escépticos y de reclutar a los individuos más importantes, las actitudes rebeldes frente al cambio necesario o la presencia de expertos, entre otros, son parte de los elementos que componen esta fábula que recrea el hundimiento del Iceberg en el que vive esta colonia, y que presenta un encantador, accesible y profundo relato.



LÓPEZ RAMOS, Antonio.

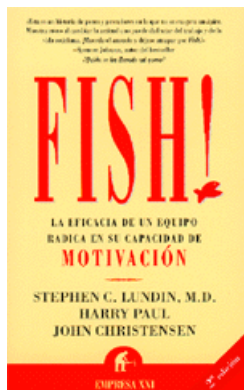
*La innovación de las personas como objetivo del coaching : una nueva filosofía para la empresa.* Madrid : Pearson Educación, 2007.

[http://servicios.iesa.edu.ve/appweb/tabladecontenido/Ver\\_Tablas.asp?Lib=IPCO](http://servicios.iesa.edu.ve/appweb/tabladecontenido/Ver_Tablas.asp?Lib=IPCO)

**Categoría Temática : Administración y Gerencia**

HD 58.7 L66

Un modelo de gestión empresarial solo es eficaz cuando facilita la innovación en la organización. Por este motivo, los sistemas de innovación actuales pretenden nuevos modelos de gestión y estilos de liderazgo. La fórmula del éxito, exige un nuevo modelo de liderazgo que requiere una reinterpretación de las personas. Este libro pretende ser una filosofía para la empresa. Una fuente de reflexión para directivos y coach desde donde concebir visiones más creativas, a la par que disminuir los factores desmotivantes que se encuentran en toda organización empresarial; la gran barrera para la innovación tecnológica y de procesos. Si el clima laboral no es el adecuado, la innovación no es posible. La innovación de las personas supone un cambio persona a persona, para lo cual el coaching resulta imprescindible.



LUNDIN, Stephen C.

*Fish : la eficacia de un equipo radica en su capacidad de motivación /* Stephen C. Lundin, Harry Paul y John Christensen. Barcelona, España : Ediciones Urano, 2001.

**Categoría Temática : Recursos Humanos**

HF 5549.5 M63 L85

El tema principal de este libro es la motivación en el ambiente laboral, cómo encontrarla o recuperarla; en definitiva, cómo disfrutar del trabajo y hacer de nuestro entorno un lugar agradable, en el que se puedan combinar diversión y eficiencia. El espacio laboral, es uno de los que ocupa la mayor parte de nuestras vidas, es por eso que resulta absolutamente necesario hacer de él un ambiente no sólo confortable, sino agradable y estimulante. En los tiempos que vivimos **Fish** resulta de gran ayuda, porque sin ánimo de convertirse en una guía práctica de cómo resolver problemas, nos lleva a hacer un alto en nuestra rutina para redefinir cómo se siente y opina acerca de su trabajo; porque gracias a estos consejos descubrirá que puede encontrar satisfacción y diversión en su vida laboral cotidiana.



O'CONNOR, Joseph.

*Coaching con PNL : guía práctica para obtener lo mejor de ti mismo y de los demás /* Joseph O'Connor, Andrea Lages. Barcelona, España : Ediciones Urano, 2005.

[http://servicios.iesa.edu.ve/appweb/tabladecontenido/Ver\\_Tablas.asp?Lib=CCP](http://servicios.iesa.edu.ve/appweb/tabladecontenido/Ver_Tablas.asp?Lib=CCP)

**Categoría Temática : Administración y Gerencia**

HF 5549.5 C8 O26

El Coaching es un instrumento poderoso para desarrollar lo mejor de sí mismo, tanto en la vida privada como en la profesional. El coaching no sólo puede cambiar la vida personal, sino también es uno de los medios con la mejor relación costo-eficacia para destacar en el mundo de los negocios. Este libro proporciona las herramientas necesarias para convertirse en un "coach", junto con la inspiración para utilizarlas al servicio del enriquecimiento de la vida personal y el potencial del individuo, ayudándole a superar sus barreras o limitaciones y facilitándole el modo de funcionar de la forma más eficaz como miembro de un equipo.



PYLE, Kenneth B.  
*Japan rising : the resurgence of Japanese power and purpose*. New York : Public Affairs, 2007.

[http://servicios.iesa.edu.ve/appweb/tabladecontenido/Ver\\_Tablas.asp?Lib=JRI](http://servicios.iesa.edu.ve/appweb/tabladecontenido/Ver_Tablas.asp?Lib=JRI)

**Categoría Temática : Condiciones Económicas, Sociales y Políticas Extranjeras**  
DS 889.5 P94

Este libro explora las fuerzas que conducen a Japón como un actor estratégico en el siglo XXI. Después de más de cincuenta años de pacifismo nacional y de aislamiento, este país está reservado y cautelosamente despertando con evidentes muestras de vitalidad a nivel internacional. El autor hace un examen exhaustivo de Japón desde la restauración en 1868 de Meiji, al presente; un análisis informativo que intenta develar algunas interrogantes en relación a ¿cuáles son las fuerzas impulsoras que influyen a este país a actuar en el sistema internacional y cómo responderá ante el ambiente que emerge en la política mundial? Con una economía restablecida, una nueva generación de líderes, un Japón más asertivo, basado en la eficacia productiva, el control del mercado, una fuerte modernidad, tecnología avanzada e inversión directa extranjera, es un país que no se puede perder de vista.

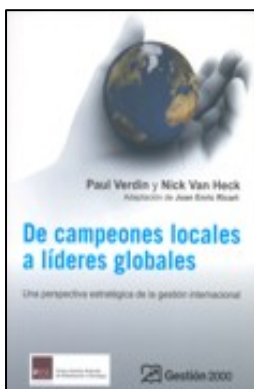


SONNENFELD, Jeffrey A.  
*Firing back : how great leaders rebound after career disasters* / Jeffrey Sonnenfeld, Andrew Ward. Boston, Massachusetts : Harvard Business School Press, 2007.

[http://servicios.iesa.edu.ve/appweb/tabladecontenido/Ver\\_Tablas.asp?Lib=FBH](http://servicios.iesa.edu.ve/appweb/tabladecontenido/Ver_Tablas.asp?Lib=FBH)

**Categoría Temática : Administración y Gerencia**  
HD 49 S64

¿Es posible rescatar su carrera y restaurar su reputación después de un revés profesional importante? Este libro ofrece una visión para enfrentar las adversidades que pueden tener lugar durante la carrera profesional y cómo puede recuperarse el prestigio y la reputación perdidos. Explica como identificar las barreras más comunes que pueden impedir la recuperación después de un fracaso profesional y ofrece diversas herramientas para superarlos. El libro a través de variados ejemplos, explora como los grandes líderes de la historia y la actualidad, también enfrentaron grandes fracasos, concluyendo que es precisamente la derrota la que distingue a un líder, y su sello personal es saber enfrentarla.



VERDIN, Paul.  
*De campeones locales a líderes globales : una perspectiva estratégica de la gestión internacional* / Paul Verdin, Nick Van Heck. Barcelona, España : Ediciones Gestión 2000, 2007.

[http://servicios.iesa.edu.ve/appweb/tabladecontenido/Ver\\_Tablas.asp?Lib=DCL](http://servicios.iesa.edu.ve/appweb/tabladecontenido/Ver_Tablas.asp?Lib=DCL)

**Categoría temática : Administración y Gerencia**  
HD 62.4 V46

Este libro presenta una referencia práctica y una interesante guía para aquellos equipos directivos, preocupados por su crecimiento geográfico a través de la internacionalización. Refleja todos los errores que se cometen durante el proceso de salida al mercado exterior y rebate las excusas que se suelen usar cada vez que se habla sobre la internacionalización. Las Pymes, las grandes compañías y las multinacionales, encontrarán respuesta a sus preguntas e inquietudes, en el contexto de la globalización para generar valor. El libro incita a la reflexión para competir, buscar y encontrar el valor empresarial, reflejando diversas experiencias para triunfar en la economía global.