

| | | |
|-------------------------------|-----------|---|
| EDITORIAL | 4 | Lo visual, lo sonoro y la palabra como negocios / Ramón Piñango |
| PARECERES | 6 | La paradoja de haber reducido la pobreza / Henry Gómez Samper |
| | 6 | ¿Reclutamiento futurista? / Guillermo S. Edelberg |
| | 9 | Cultura de paz en las organizaciones / Raúl Maestres |
| | 10 | La buena vida / Enrique Ogliastri |
| TEMA CENTRAL | | Las industrias del talento Detrás de las manifestaciones del pensamiento y del talento artístico se desarrolla un mundo de negocios y gerencia que hace posible que el público las disfrute y las adquiera, y que músicos, pintores, escritores o diseñadores de moda puedan ganarse la vida. |
| | 10 | Cine venezolano: tras el fantasma del boom / Juan Antonio González |
| | 14 | Un teatro en casting permanente / Ángel Ricardo Gómez |
| | 19 | Desafío gerencial: el Festival Internacional de Teatro de Bogotá / Jaime Ruiz Gutiérrez |
| | 22 | El negocio de la música en Venezuela / William Padrón |
| | 27 | El poder de la risa y el negocio del humor / Andrés Schmucke |
| | 30 | La paradoja editorial / Rafael Osío Cabrices |
| | 35 | Mercado del arte y coleccionismo: ¿una inversión rentable? / Lorena González |
| | 39 | La moda como industria o como excusa para industrial / Amira Saim |
| CONVERSACIÓN | 45 | «La sociedad venezolana financia hospitales públicos muchísimo más onerosos que una clínica privada» / Conversación con Raúl Aular, director del Hospital Internacional de Barquisimeto Para Aular, lo mejor que podría ocurrirle a Venezuela sería el mejoramiento del sistema público de salud. De este modo, la medicina privada recuperaría la normalidad de sus cargas de trabajo. |
| TAMBIÉN EN ESTE NÚMERO | 49 | Emprendimiento social: un concepto en busca de sostenibilidad / Aramis Rodríguez y Edwin Ojeda La noción de emprendimiento social es tan amplia que puede confundirse con la de una empresa con impacto social, un organismo estatal o una ONG. La clave está en su sostenibilidad. |
| | 53 | Las hallacas: reflexiones gerenciales a partir de una experiencia cultural / Marcel Antonorsi Blanco Se puede aprender mucho de la experiencia de hacer y disfrutar de las hallacas. Quienes tengan formación o práctica gerencial podrán apreciar, en esa experiencia generalmente familiar, muchas situaciones que son gerenciales. |

DEBATES IESA

Volumen XVIII, número 4, octubre-diciembre 2013

Depósito legal pp 95-0009 • ISSN: 1316-1296

Consejo editorial

Nunzia Auletta • Henry Gómez Samper
Milko González • Rosa Amelia González
María Helena Jaén • José Malavé
Ramón Piñango
Steven I. Bandel (Organización Cisneros)
Ernesto Gore (Universidad de San Andrés, Argentina)
Oswaldo Lorenzo Ochoa (Deusto Business School, España)

Director

Ramón Piñango

Editor

José Malavé

Editor asociado

Virgilio Armas

Concepto gráfico

Laura Morales Balza
laura@camoba.com.ve

Diseño y diagramación

Camoba ca.
www.camoba.com.ve

Diseño de portada

Aitor Muñoz Espinoza

Publicidad

Morella Soto
Ninín Ohep

Administración

Yudyt Medina
Wuilker Zambrano

Distribución

Ediciones IESA
Cadena Capriles

**Montaje electrónico
e impresión**
Editorial Arte



Instituto de Estudios
Superiores de Administración
Caracas • Maracaibo • Valencia
Venezuela

| | | |
|--|-----------|--|
| | 57 | Las tortugas de Bóboli o las frágiles columnas de los mercados financieros (primera parte) / Carlos Jaramillo La estabilidad de los mercados financieros depende de los resultados de los experimentos de la Reserva Federal, del desempeño de la economía china y del impacto de los cambios tecnológicos. |
| TODO LO QUE USTED QUERÍA SABER SOBRE... | 60 | La competitividad de Venezuela / Litsay Guerrero Aun cuando ha empeorado en su competitividad, Venezuela mantiene factores que se consideran atractivos para los negocios. |
| EXPERIENCIAS | 63 | La contribución de Coca-Cola Femsa a la paz en Colombia / Rosa Amelia González, Gerardo Lozano y Francisco Layrisse La empresa embotelladora había participado en diferentes iniciativas que apoyaban el proceso de desmovilización y reintegración de excombatientes en Colombia. Ahora debía decidir difundir las iniciativas, para motivar e incrementar el número de empresas participantes en el programa de reintegración. |
| TENDENCIAS | 68 | Microfinanzas al servicio del desarrollo social / Fabiana Culshaw |
| | 71 | Los venezolanos se blindan contra la inseguridad / Patricia Clarembaux |
| | 73 | Venezuela: un destino nada chévere / Mariana Martínez Rodríguez |
| | 76 | Las deudas van de la mano del fútbol venezolano / Giuseppe Palmariello |
| | 78 | Venezuela al borde del tsunami cambiario / Fabiana Culshaw |
| PUNTO BIZ | 81 | El embudo del mercadeo: ¿es aún válido para analizar al consumidor? / Carlos Jiménez |
| CAPITAL DE MARCA | 83 | Globalización e hiperlocalidad: la encrucijada de los diarios impresos / José Luis Saavedra |
| TECNOLOGÍA MÓVIL | 84 | La segunda pantalla: cada vez más cerca de la primera / Nidal Barake |
| INICIATIVAS | 85 | Seguimiento de redes sociales por y para venezolanos / Carmen Sofía Alfonzo A. |
| GERENCIA EN LA RED | 86 | Mi medio soy yo / Luis Ernesto Blanco |
| RESEÑA | 88 | París: lecciones sobre control de cambio, estatismo y gobierno militar / Tomás Straka |
| ENSAYO | 91 | Setenta años de azules canciones / César Alejandro Carrillo El Orfeón de la Universidad Central de Venezuela, patrimonio artístico de la nación y decano de las instituciones corales universitarias del país, celebra su setenta aniversario. |
| | 95 | Debates IESA en breve in brief |

Las colaboraciones son estrictamente solicitadas.

Información Comuníquese con Virgilio Armas. IESA, Av. IESA, Edificio IESA, San Bernardino, Caracas 1010, Venezuela.

(0212) 5554.408 / 5554.445 (Fax) / debates@iesa.edu.ve.

En Estados Unidos: IESA POBA International #646 P.O. Box 02-5255 Miami, FL 33102-5255 USA.

Publicidad Morella Soto: morella.soto@iesa.edu.ve / 0416-621.09.22 / (0212) 5554.374

Ninín Ohep: ninin.ohep@iesa.edu.ve / 0416-627.98.12 / (0212) 5554.374