

EDITORIAL	4	La sostenibilidad como causa / Ramón Piñango
PARECERES	6	Alianzas entre empresas, gobierno y academia / Henry Gómez Samper
	6	Hibris / Guillermo S. Edelberg
	8	Activo = Pasivo + Patrimonio / Raúl Maestres
	9	Elogio del discípulo que supera al maestro / Enrique Ogliastri
TEMA CENTRAL		La ecología también es buen negocio La preocupación por el logro de un desarrollo sostenible, aunada a los cambios en las prácticas de responsabilidad social empresarial, ha fomentado una evolución en la manera como las empresas interactúan con sus entornos relevantes (entre ellos el ambiente natural) y generan valor.
	11	Una ruta hacia los negocios sostenibles / Nunzia Auletta y María Helena Jaén
	15	Cómo crear cadenas productivas competitivas y sostenibles: aprendizajes del biocomercio en Ecuador / Rebeca Vidal
	20	Los retos de conciliar el petróleo y la sostenibilidad ambiental / Igor Hernández
	24	El reciclaje en Venezuela es incipiente, pero tiene potencial / Carmen Sofía Alfonso A.
	26	Europa y el recurso basura: la mina urbana / Roberto De Giorgi
CONVERSACIÓN	28	«En el mundo de los negocios, a menudo los jóvenes son conservadores» / Conversación con Rubén Darío Díaz, consultor en el área de innovación y emprendimiento. Todavía luce lejano el descubrimiento de la receta mágica para fundar un negocio exitoso. El análisis de las mejores prácticas revela la conveniencia de probar las nuevas ideas directamente en el mercado, en un ámbito de aplicación manejable.
TAMBIÉN EN ESTE NÚMERO	32	UTDP-QSSV-YLEB: Las tres macrocompetencias de un buen jefe en Venezuela / Marcel Antonorsi Blanco Con el humor característico del venezolano, este juego de siglas permite agrupar un sinnúmero de microcompetencias que son válidas y necesarias, pero que resulta difícil tener presentes como guía general de acción.
	35	La gran inflexión: la responsabilidad social en el siglo XX / Josefina Bruni Celli A principios de la década de los noventa, la tradicional filantropía corporativa experimentó una profunda transformación que dio origen a lo que hoy se conoce como responsabilidad social empresarial. ¿En qué consistió ese cambio y cuáles factores lo produjeron?
	38	«Soy informal pero legítimo»: un análisis del emprendimiento informal / Aramis Rodríguez y Angélica Mendez Hay muchos emprendedores que, por necesidad, solo encuentran oportunidades en la economía informal. Pero hay otros que, por vocación, persiguen las brechas entre lo ilegal y lo legítimo, y sacan provecho de ellas

DEBATES IESA

Volumen XX, número 2, abril-junio 2015

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

Consejo editorial

Nunzia Auletta • Henry Gómez Samper
Milko González • Rosa Amelia González
Carlos Jiménez • 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 Acosta

Concepto gráfico

Laura Morales Balza
laura@camoba.com.ve

Diseño y diagramación

Camoba ca.
www.camoba.com.ve

Ilustración de portada

Allan Swart / Stocklib

Publicidad

Morella Soto
Ninín Ohep

Administración

Yudyt Medina

Distribución

Ediciones IESA

**Montaje electrónico
e impresión**
Editorial Arte



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

TODO LO QUE USTED QUERÍA SABER SOBRE...	41	La pobreza: un mal que persiste / Anabella Abadí y Stefania Vitale El disenso es amplio con respecto a las estrategias que se han debido adoptar para mitigar la pobreza e incluso, lo más elemental como punto de partida: su definición y medición, que influirán en la búsqueda de soluciones.
EXPERIENCIAS	49	B&G Desarrollos de Negocios: ¡necesito clientes! / Aramis Rodríguez y Ricardo Vallenilla B&G Desarrollos de Negocios es una empresa especializada en la gerencia de capital humano que rápidamente expandió su cartera de clientes y de servicios. Sin embargo, tras cuatro años de operaciones, la captación de nuevos clientes y las ventas de algunos servicios disminuían.
TENDENCIAS	56	El periodismo de investigación se defiende en Venezuela y el mundo / Fabiana Culshaw
	60	Cine venezolano: por amor al arte... y al Estado / Jolguer Rodríguez Acosta
	63	¿Qué se sabe de la calidad de la educación venezolana? / Andrea Montilla Kaufati
	66	Lejos de las metas del milenio / Lissette Cardona
	70	De cómo Lego volvió a armarse / Rafael Osío Cabrices
	74	Las diez transferencias más caras de futbolistas venezolanos / Giuseppe Palmariello
	77	Los turistas venezolanos cambian su forma de vacacionar / Dulce María Rodríguez
CAPITAL DE MARCA	79	La marca personal: el nuevo reto para los departamentos de recursos humanos / José Luis Saavedra
PUNTO BIZ	80	Conveniencia y experiencias relevantes para los compradores / Carlos Jiménez
MODO TEXTO	82	El contenido vende / Luis Ernesto Blanco
TECNOLOGÍA MÓVIL	83	Congreso Mundial de Móviles: cada vez menos «móviles» / Nidal Barake
ARQUITECTURA Y CIUDAD	84	Ciudades transformadoras / Diego Lombardi y Stefan Gzyl
INICIATIVAS	87	La pasión: punto de partida de un negocio exitoso / Carmen Sofía Alfonzo A.
RESEÑA	88	La estrategia también tiene su historia / Alejandro Cáceres
ENSAYO	90	El chiste político o el poder del sometido / Rafael Jiménez Moreno El humor no es la antítesis de lo serio. El humor se opone solamente a lo solemne, como risible y envanecida escenificación del poder absoluto.
	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