

Editorial

Continuando con nuestra labor editorial e informativa, en **Oxford University Press México** deseamos dar a conocer a usted, a través de este medio, nuestras más recientes publicaciones de negocios en idioma español, las que en su idioma original, el inglés, se han convertido en obras de referencia sumamente útiles o en textos ampliamente consultados y apreciados por gerentes y directores de empresas de todo el mundo.

En esta ocasión, dentro de las recientes publicaciones que se incluyen en este número, deseamos destacar, por su impacto en las organizaciones, un tema sobre el cual cada vez es mayor el interés entre los directores de empresas en todo el mundo. Nos referimos a *la importancia del cambio en las organizaciones*.

La conducción del cambio en empresas pequeñas y grandes representa una capacidad esencial que todos los gerentes o directores deben tener hoy en día. Esta observación es obvia y en la actualidad rara vez se cuestiona. Sin embargo, lo que se ha convertido en obvio es la medida en que las empresas tienen que cambiar para mantenerse rentables y exitosas en el futuro. Asimismo, estamos experimentando la transición de una era histórica a otra, es decir, de la era industrial a un nuevo orden económico, que muchos han bautizado como la era de la información o economía del conocimiento. Información y conocimiento: herramientas y conceptos sobre los que precisamente todos los gerentes están necesitados y ansiosos de comprender. Se sabe que para tener éxito en esta transición se requiere que las empresas e instituciones sean ágiles, rápidas para cambiar y renovar sus procesos fundamentales, inteligentes para entender las necesidades y demandas de sus consumidores, y estar preparadas mentalmente para aceptar, crear y hacer propios nuevos conceptos y ofrecer servicios originales y flexibles.

Hoy, las empresas que se transforman se encuentran mejor organizadas y coordinadas. Éstas reconocen la transformación más como un viaje que como un destino. Lo que los gerentes y directores de empresas encontrarán en muchas de nuestras publicaciones son ideas que los preparan para rehacer sus empresas y continuar rehaciéndose a sí mismas, es decir, autotransformándose.

En esta ocasión, hemos realizado una cuidadosa selección de títulos en los que se examina, entre otras cosas, una diversidad de temas actuales sobre los negocios: los grupos que energizan la efectividad organizacional, la conducción del cambio en una era de redes e interconexiones globales, el análisis de la competitividad, la administración del capital intelectual, el aprendizaje organizacional e individual, el trabajo impulsado por el conocimiento, el funcionamiento eficaz de las organizaciones, las habilidades para la solución de problemas, la economía de los costos de transacción, la administración de las compensaciones, la propuesta hacia una nueva arquitectura financiera internacional y la importancia de la inversión extranjera directa para países emergentes o en transición.

Un aspecto distintivo de nuestras publicaciones de negocios es la aplicación de poderosas ideas para la solución de problemas en las organizaciones de negocios; por ello, nuestro lema, "**Ideas para la dirección de empresas**", intenta señalar que las ideas impulsadas en nuestras publicaciones son, en gran medida, las que se aplican en el mundo real, derivadas de trabajos de prestigiados investigadores y académicos de nivel internacional en diversos campos del conocimiento, así como también de experimentados consultores en la materia. Esperamos que disfrute y aproveche nuestras publicaciones.

Atentamente

Noé Urzúa Bustamante
Gerente de Mercadotecnia Profesional
e-mail: business@oup_mex.com.mx

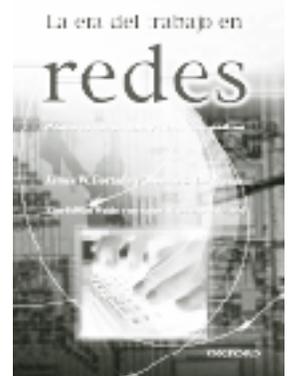
Publicaciones

recientes de negocios



Es indudable que Hot groups será el libro de administración más importante del 2000...

Warren Bennis, profesor de la Universidad de Southern California y autor de *Why Leaders Can't Lead*.



Todas las empresas corren el riesgo de llegar tarde al proceso de transformación en una era de trabajo en redes, de conexiones globales instantáneas y de cambio continuo...

Los hot groups no sólo funcionan en las organizaciones, sino que también le sirven a la gente porque le brindan la oportunidad de encontrar significado en su trabajo y de ennoblescarse con él.



Muchas empresas, en su afán por crear productos y servicios innovadores, se han centrado en la idea de formar equipos. Si bien hay muchos grupos vigorosos, es muy raro que los miembros de un equipo experimenten un ímpetu tan excepcional, que trascienda los rígidos límites organizacionales y lleve a obtener resultados extraordinarios. Jean Lipman-Blumen y Harold J. Leavitt afirman que estas personas son muy afortunadas por pertenecer a un hot group, fenómeno que los autores describen, con lucidez y entusiasmo, en su novedoso libro Hot groups.

El término *hot group* no se refiere a un equipo nuevo con mucha perspicacia, a una agrupación de fuerzas para una tarea especial ni a un comité. Por el contrario, *hot group* se define en razón de un estado de ánimo aunado a un tipo de comportamiento muy activo y claramente dirigido hacia un objetivo final. Los miembros de un grupo de este tipo, que llegan más allá de sus propias expectativas, se adhieren a las empresas que tienen el potencial para cambiar o, incluso, que ennoblecen su existencia personal y la de los demás.

Robert C. Fisher, Schroder & Co. Inc.

Hot groups defiende la posibilidad de inyectar un desorden estratégico a las organizaciones disciplinadas. Rico en información, está redactado con claridad, bien organizado y es totalmente original. Quien se interese en propiciar un cambio rápido y auténtico en cualquier organización para afrontar un mundo en constante cambio, querrá leerlo y usarlo como referencia.

Barry Munitz, Presidente, The J. Paul Getty Trust

Hot groups le mostrará:

- Qué son los *hot groups* y por qué son importantes.
- Cómo trabajan los *hot groups*.
- Qué clase de liderazgo requieren los *hot groups*.
- De qué manera los *hot groups* pueden engranar su estilo abierto de operar dentro de la gran estructura organizacional.
- Cómo pueden crear y alimentar los altos directivos a los nuevos *hot groups*.
- Cuándo terminar con un *hot group*.
- Y mucho más...

Hot groups

Jean Lipman-Blumen es profesora de Comportamiento organizacional en la Escuela de Graduados en Administración Peter F. Drucker de la Claremont Graduate University.

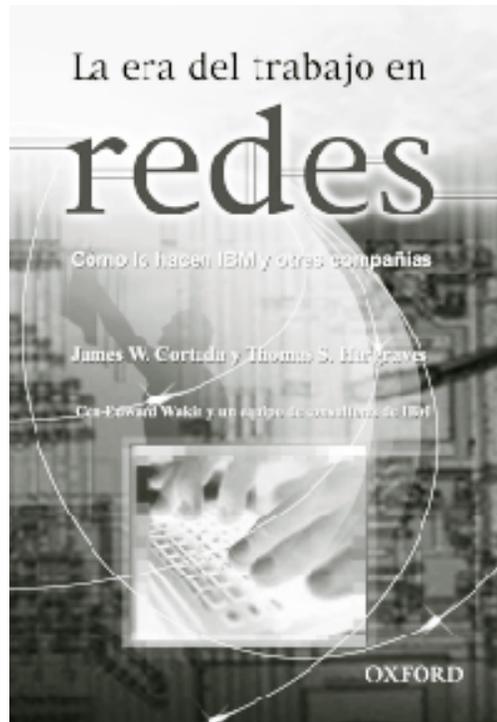
Harold J. Leavitt es profesor de Comportamiento organizacional y de Psicología en la cátedra Kilpatrick, y profesor emérito de la Escuela de Graduados en Administración de la Stanford University.

ISBN: 970 613 563 4

289 páginas

Año de publicación: 2000

La conducción del cambio en empresas pequeñas y grandes es una competencia esencial de todos los directores en la actualidad...



Con base en la administración por procesos, el uso del conocimiento y la tecnología, los autores ofrecen un enfoque holístico del cambio, basado en la pericia, experiencia y una historia que destaca, entre otras cosas, la propia transformación de IBM, que ha pasado de ser un gigante de la tecnología, valuado en 60 mil millones de dólares y acosado por la competencia, a una empresa muy rentable de 80 mil millones de dólares. Buena parte de esta historia se debe a la aparición de IBM Global Services, hogar de los autores, que apenas tiene siete años de haberse fundado y ya cuenta con negocios que ascienden a más de 20 mil millones de dólares y que facilitan la transformación de las organizaciones de negocios.

Los autores comparten su vasta experiencia, presentan estudios de caso, definen tendencias y en forma minuciosa describen las prácticas que permiten evolucionar a las organizaciones de negocios para satisfacer las necesidades de la era del trabajo en redes. El resultado es un informe vanguardista, de primera mano, que se basa en los conocimientos y la experiencia de los expertos de IBM que ya pasaron por el proceso y han salido adelante.

La era del trabajo en redes: cómo lo hacen IBM y otras compañías, es la máxima guía para el éxito en el mundo de los negocios del futuro.

Este equipo de IBM, formado por consultores expertos y gerentes en funciones, presenta un tesoro de experiencias útiles para guiar a los gerentes en el tránsito de sus compañías hacia la era de la información.

Richard L. Nolan, profesor de la cátedra William Barclay Hatding de Administración de la Tecnología, Harvard Business School

En La era del trabajo en redes usted encontrará respuesta a lo siguiente:

- Cómo enfrentar el desafío del cambio.
- Cómo están cambiando las reglas del juego.
- Cómo convertir a los clientes en socios.
- Qué problemas implica administrar el conocimiento.
- Cómo administrar el conocimiento.
- Cómo dirigir mediante una administración por procesos y cómo aprovechar los avances de la tecnología de la información.
- Cómo conducir el cambio.
- La potencialidad del conocimiento y las competencias.

La era del trabajo en redes

James W. Cortada es consultor ejecutivo de IBM Global Services y trabaja en esa compañía desde hace 25 años. Ha escrito más de una decena de libros y casi 100 artículos sobre administración de empresas y estrategias de negocios.

Thomas S. Hargraves, como director de IBM Consulting Group, ha trabajado exhaustivamente en las industrias de servicios públicos, transporte, procesos y petróleo y de manufactura.

Edward Wakin es profesor de Comunicaciones en la Fordham University y en años pasados se hizo acreedor al Premio George Polk por sus "logros distinguidos en periodismo".

Un equipo de consultores de IBM, quienes aportaron su experiencia y conocimientos en la elaboración de esta obra, fue conformado por Eric L. Lesse, Scott H. Oldach, Lourance Prusak, Harvey L. Thompson y William A. Tulska, Jr.

ISBN: 970 613 562 6

248 páginas

Año de publicación: 2000



Esta obra destaca un enfoque económico de la planeación estratégica, utilizando las teorías más recientes para esclarecer situaciones a las cuales se enfrentan hoy los negocios.

¿Por qué algunas compañías prosperan mientras que otras en la misma industria languidecen? ¿Cómo puede una empresa, que está luchando por progresar, obtener ganancias anuales más elevadas? ¿Qué es lo que permite que las nuevas corporaciones tengan éxito en industrias altamente competitivas? En este libro, ahora actualizado y ampliado, Sharon M. Oster muestra que la combinación de una sólida comprensión de los principios de economía y de administración puede significar una increíble diferencia en la calidad de la planeación estratégica de una organización y proporcionar pautas para desarrollar estrategias corporativas efectivas...

En esta nueva edición, se presentan secciones sobre teoría de juegos, análisis de valor agregado e intento estratégico. En forma adicional, el libro explora el nuevo contexto de la desregulación y su impacto en la planeación estratégica. El libro está basado en la realidad de los negocios e incluye ejemplos de empresas grandes y pequeñas, empresas de servicios y manufactura tanto locales como globales.

Un excelente libro que integra las últimas investigaciones sobre estrategia y proporciona implicaciones claras para la práctica. Abunda en lúcidos ejemplos de la vida real sobre el fun-

cionamiento de las teorías de la competencia. Proporciona un extraordinario grado de claridad a un tema en un área difícil y a menudo ambigua.

Vasudevan Ramanujam, Case Western Reserve University

El mejor texto sobre estrategia que he visto.

Bruce Bjornson, University of Missouri

Puede utilizar esta obra cualquier organización que trata de comprender los problemas y oportunidades peculiares a los que se enfrenta al asignar sus recursos.

Journal of Economic Literature

Análisis moderno de la competitividad

Sharon M. Oster es Directora Asociada y profesora Frederick Wolfe de Economía y Administración de la Yale School of Organization and Management.

ISBN: 970 613 557-X

495 páginas

Año de publicación: 2000



En este libro se explican con claridad los problemas que han puesto de relieve la crisis asiática y mexicana y las anteriores a ellas y sus posibles soluciones.

Este nuevo estudio de Barry Eichengreen, que sintetiza y anticipa la discusión hacia una nueva arquitectura financiera internacional, se suma a la lista de publicaciones que examinan la crisis en los mercados emergentes, que comenzó en Asia durante el verano de 1997 y que se ha convertido en un fenómeno global, produciendo una marcada insatisfacción con el sistema monetario y financiero mundial.

La crisis financiera asiática y la turbulencia económica global que le siguió han puesto de relieve la necesidad de alejar las crisis y resolverlas con prontitud. En esta obra se abordan preocupaciones actuales que se relacionan con los convenios institucionales que existen hoy, entre ellos los de las instituciones que nacieron de los acuerdos de Bretton Woods, que ya no pueden arreglárselas con la gran movilidad del capital del mundo moderno. Se ofrece una evaluación crítica de las propuestas que compiten entre sí para predecir mejor, anticipar y resolver las crisis financieras internacionales; a la vez, se esboza un programa práctico para emprender la reforma. Las recomendaciones se basan en la convicción de que los mercados financieros pueden funcionar mal, lo que ocasionaría la urgencia de construir una red financiera de seguridad (y, por consiguiente, de dar una tarea al Fondo Monetario Internacional), pero también problemas de riesgo moral que deben abordarse.

Una definitiva fuente externa sobre las iniciativas del Grupo de los 7 y del Grupo de los 22. Incluye una evaluación de respuesta oportuna tanto de éstas como de otras iniciativas.

Jeffrey A. Frankel, Council of Economics Advisers

Hacia una nueva arquitectura financiera internacional

Barry Eichengreen es profesor John L. Simpson de economía y ciencia política en la Universidad de California, en Berkeley; investigador adjunto en el National Bureau of Economic Research e investigador miembro del Centre for Economic Policy Research, en Londres.

ISBN: 970 613 548-0

219 páginas

Año de publicación: 2000

Este libro proporciona una nueva visión del éxito japonés en la industria manufacturera.



Las fábricas del conocimiento constituyen la fuente principal de la superioridad competitiva en la industria manufacturera del Japón y se concentra, de forma flexible y versátil, en sitios de fabricación de tecnología avanzada, que destacan la administración integral de las personas, el capital y la tecnología, y personifican una amplia base de conocimiento, capacidad y ambición.

Este concepto de fábrica como punto de apoyo, va más allá del énfasis otorgado a la integración vertical, la administración de los activos físicos y la coordinación de las economías de escala y alcance, argumentando que las formas de organización en red, las estrategias de los recursos humanos centrados en los puestos de trabajo y la administración de los activos intangibles, constituyen un nuevo paradigma para las fábricas y las compañías industriales del siglo XXI.

El modelo de fábrica del conocimiento, explorado y propuesto en este libro, es un constructo fundamental en la administración de la tecnología avanzada, la innovación y la renovación basadas en la fabricación.

El éxito global del Japón en la industria eléctrica/electrónica se fundamenta en una nueva forma de producción fabril, "las fábricas del conocimiento". El estudio exhaustivo, impresionante y precursor de Mark Fruin acerca de una fábrica de este tipo indica cómo se integraron las economías de escala, de alcance y el aprendizaje para crear capacidades poderosamente competitivas.

Alfred D. Chandler, Jr., Profesor de Historia de las empresas, emérito, Universidad de Harvard.

Las fábricas del conocimiento es el libro más importante de la última década que explica las razones del notable éxito de las

compañías japonesas en el desarrollo de productos y de la industria manufacturera. Fruin ha escrito un **tour-de-force** (una proeza) y **Las fábricas del conocimiento** es una lectura obligada para hombres de negocios y especialistas interesados en la forma como la industria japonesa ha utilizado sus fábricas para estructurar corporaciones de clase mundial.

Martin Kenney, Profesor del Departamento de Desarrollo Humano y de la Comunidad, Universidad de California, Davis

Las fábricas del conocimiento es un análisis brillante de lo que hace que las fábricas japonesas sean globalmente competitivas. Mark Fruin demuestra empíricamente cuán diferente es el concepto de fábrica del conocimiento de los modelos occidentales tradicionales de organización y estrategia de dirección. Es ésta una importante contribución al estudio de la organización industrial y negocios del Japón, que debe ser leída por quienes deseen trabajar, colaborar, competir, o simplemente conocer la industria japonesa del siglo XXI.

Glen S. Fukushima, Vicepresidente de AT&T Japan Ltd. y Director de Asuntos Japoneses de la Oficina del Representante de Negocios de Estados Unidos de América (1985-1990)

Las fábricas del conocimiento

W. Mark Fruin es profesor de Política Empresarial y de investigaciones de la Cuenca del Pacífico en la Universidad de British Columbia, así como profesor visitante de la especialidad de Negocios en la Universidad de Keio y en la Universidad de Michigan.

ISBN: 970 613 553-7

296 páginas

Año de publicación: 2000



Este libro es la culminación de los primeros 10 años de múltiples esfuerzos por entender mejor la naturaleza de la habilidad directiva de los japoneses en el extranjero y los procesos de aprendizaje organizacional e individual.

Un motivo fundamental para que Japón emergiera como superpotencia económica global ha sido el hecho de que las empresas niponas han establecido miles de compañías asociadas en América del Norte, Europa y Asia. A pesar de la enorme importancia de esta evolución, son pocos los artículos publicados acerca de la administración de las operaciones japonesas en el extranjero, e incluso son menos los intentos que se han hecho por recabar información sobre esta experiencia y analizarla.

Aunque esta obra centra la atención exclusivamente en las compañías japonesas y en el personal que trabaja en ellas, el mensaje que lleva consigo parece ser aplicable a todas las compañías multinacionales, independientemente de su nacionalidad. Los éxitos y fracasos descritos en esta obra son reconocibles para todos aquellos que operan en la arena internacional; sus respuestas, aunque en ocasiones peculiares, encierran razonamientos comprensibles.

Las multinacionales japonesas en el extranjero aborda diversos aspectos que resultan decisivos tanto para los inves-

tigadores de los negocios internacionales como para los ejecutivos que trabajan en la práctica. Esta obra no sólo aporta una visión integral de cómo los trabajadores japoneses y sus organizaciones aprenden a adaptarse y tener éxito, sino que brinda enseñanzas para todas las corporaciones multinacionales, independientemente de su nacionalidad.

Las multinacionales japonesas en el extranjero

Schon L. Beechler es profesora adjunta en la Graduate School of Business de la Columbia University y directora del Columbia Senior Executive Program.

Allan Bird es profesor de Administración internacional y dirige el área de Estrategia y derecho global en el College of Business de la California Polytechnic State University.

ISBN: 970 613 554 5

370 páginas

Año de publicación: 2000



Trabajo impulsado por el conocimiento es un estudio precursor sobre la difusión transcultural de ideas acerca de la organización del trabajo.

Esta obra refleja un nuevo modelo que se requiere para la discusión y el análisis de las políticas de gobierno que regulan el trabajo, las corporaciones y las instituciones del mercado laboral.

En este libro se presenta un análisis detallado de ocho fábricas de asociación japonesa que operan en Estados Unidos de América, combinado con un examen de sus homólogas en Japón. Los autores dividen sus hallazgos en seis categorías: la difusión de las prácticas laborales entre culturas, los sistemas de trabajo en equipo, el kaizen y la participación de los trabajadores, el empleo garantizado, el manejo de los recursos humanos y las relaciones entre la administración y la fuerza de trabajo.

Los autores ofrecen ideas sobre el complejo proceso mediante el cual interactúan los elementos del sistema de trabajo de cada país. Además, describen el flujo de ideas de Japón hacia Estados Unidos y otros países, así como los inicios del reflujó de innovaciones hacia el país del Sol Naciente.

Una de las lecciones más importantes de este libro es que las políticas que moldean el trabajo y las organizaciones deben estructurarse de abajo arriba, comprendiendo y tomando en consideración cómo se moviliza, transfiere y utiliza el conocimiento para crear valor, contribuir a elevar los niveles de

vida y mejorar la satisfacción y el crecimiento humano. Con el tiempo, comprender la importancia del conocimiento humano como un capital en las organizaciones reformará no sólo la forma como se trabaja, sino incluso cómo se gobiernan éstas. Los esfuerzos que se realicen para reestructurar o reformar corporaciones, mercados financieros o políticas de mercado laboral sin considerar los aspectos presentados en este libro estarán condenados al fracaso.

Trabajo impulsado por el conocimiento

Joel Cutcher-Gershenfeld, Michio Nitta, Betty J. Barrett, Nejib Belhedi, Simon Sai-Chung Chow, Takashi Inaba, Iwao Ishino, Wen-Jeng Lin, Michael L. Moore, William M. Mothersell, Jeniffer Palthe, Shobha Ramanand, Mark E. Strolle, Arthur C. Wheaton.

ISBN: 970 613 552 9

200 páginas

Año de publicación: 2000



El mundo que la teoría de la organización intenta analizar y describir ha cambiado de varias maneras fundamentales...

Nuevos rumbos en la teoría de la organización contiene un análisis exhaustivo y un panorama general del ámbito de la teoría de la organización y de las obras de investigación sobre la materia; presenta además la evolución de los estudios de la organización, en especial su historia más reciente, y destaca los principales conceptos y controversias que caracterizan el estudio de las organizaciones.

Ofrece un resumen claro y accesible del estado actual que guardan los estudios de la organización y sintetiza con gran habilidad las diversas investigaciones, presentándolas de manera ordenada y perspicaz. Aporta sugerencias para el desarrollo del área, incluido un llamado a centrar más la atención en los problemas reales para ayudar a distinguirlos entre los enfoques teóricos.

El libro de Jeffrey Pfeffer constituye una verdadera aportación a este campo de estudio. Es una combinación magistral de examen riguroso y síntesis de los textos publicados sobre la materia, enriquecida con ideas y desafíos que harán reflexionar a los estudiosos preocupados por las organizaciones.

Esta obra merece, además, constituirse en lectura obligatoria para cualquier persona seriamente interesada en comprender cómo y por qué las organizaciones funcionan como lo hacen.

Michael Tushman, Escuela de Graduados en Administración, Universidad de Columbia

Nuevos rumbos en la teoría de la organización

Jeffrey Pfeffer es Profesor de la cátedra Thomas D. Dee de Comportamiento organizacional, de la Escuela de Graduados en Administración de la Universidad de Stanford. Es autor de seis obras, así como de más de 90 artículos y capítulos de libros.

ISBN: 970 613 556 1

346 páginas

Año de publicación: 2000



Los procesos intelectuales que se describen en este libro son universales; son fundamentales para la consistente resolución de problemas en forma aceptable...

En este libro se proporciona tanto a ejecutivos y gerentes como a toda persona involucrada en la resolución de problemas, la planeación y la toma de decisiones, una amplia variedad de procesos intelectuales fundamentalmente útiles para manejar cualquier situación. Ya que estos procesos se basan en los principios de la lógica aplicada, pueden emplearse en cualquier tipo de situación.

Instrumentos intelectuales del gerente es la síntesis de las mejoras realizadas a lo largo de los años en los procesos básicos de la evaluación de situaciones, análisis de problemas, análisis de decisiones y análisis de problemas potenciales. En varios casos, constituye un avance significativo en técnicas de toma de decisiones y análisis de problemas y oportunidades de negocios.

Si usted es ingeniero de proyectos y debe resolver problemas, hombre de negocios y debe tomar decisiones o director general de su compañía y debe planear el futuro de ésta, un instrumento intelectual específico le ayudará a hacerlo inmejorable. Los instrumentos de Bill Altier representan una posible ventaja competitiva; aplíquelos antes que sus competidores.

Nance K. Dicciani, vicepresidente ejecutivo de Rhom and Haas Company

Importantes, útiles y prácticos consejos para una más eficaz resolución de problemas toma de decisiones se integran en este libro con una visión integral de la administración.

Chris Argyris, de la Harvard Business School y autor de *Knowledge for Action* y *Organizational Learning II*

Instrumentos intelectuales del gerente es una guía clara y concisa para el perfeccionamiento de las habilidades personales de toma de decisiones y resolución de problemas. Puesto que he usado estas técnicas con excelentes resultados, las recomiendo ampliamente.

John K. Herdtklotz, ex presidente de Hoechst-Roussel Pharmaceuticals Inc.

Instrumentos intelectuales del gerente

William J. Altier es un Consultor en Administración Certificado y miembro del Institute of Management Consultants.

ISBN: 970 613 559-6

232 páginas

Año de la publicación: 2000



Una de las investigaciones más completas sobre inversión extranjera directa de los dos últimos decenios...

En la actualidad la inversión extranjera directa (IED) ha crecido de manera impresionante y es la fuente de capital privado más grande y estable para los países en vías de desarrollo y las economías en transición, ya que equivale a cerca de 50% del total de flujos. Mientras tanto, la creciente importancia de la IED en las naciones receptoras ha ido acompañada de un cambio de actitud, que antes era belicosa frente a las empresas multinacionales y ahora se ha tornado en un entusiasmo a veces acrítico respecto de su papel en el proceso de desarrollo.

¿Cuáles son los beneficios y las oportunidades más valiosos que pueden ofrecer las empresas extranjeras? ¿Qué riesgos y peligros plantean?

Theodore H. Moran sintetiza los estudios empíricos de fuentes que abarcan desde los abundantes estudios de caso hasta evaluaciones políticas relativas a la IED en los países en vías de desarrollo y en las economías en transición. Su interés primordial es fomentar las inversiones y extender los límites máximos de participación extranjera estipulados por las leyes locales, los requisitos para orientarse a la exportación y para las empresas de coinversión, así como la legislación relacionada con el otorgamiento de licencias tecnológicas. Esta obra demuestra que las autoridades de los estados receptores de la inversión tienen una función importante, enérgica y vital en el diseño de políticas que aborden la IED, pero que las acciones que se necesitan difieren mucho de las creencias convencionales al respecto. El autor ofrece a los gobiernos de los países anfitriones una agenda de

varios pasos destinada a maximizar los beneficios que pueden obtener de la IED a la vez que disminuyen los riesgos; asimismo, sugiere algunas de las mejores formas de poner en práctica ese programa.

Ted Moran ha prestado un enorme servicio a las empresas multinacionales y a los gobiernos del mundo en desarrollo para que hagan negocios entre sí. Con rara objetividad y esmero digno de elogio, ha dado forma a una bibliografía que analiza los puntos fuertes y débiles de los enfoques que los diferentes gobiernos tienen de las compañías multinacionales, y señala una vía hacia políticas que podrían beneficiar tanto a gobiernos como a empresas.

Raymond Vernon, profesor emérito de la cátedra Clarence Dillon sobre asuntos internacionales, Universidad de Harvard

Inversión extranjera directa y desarrollo

Theodore H. Moran es director del programa Pew Economic Freedom Fellows y profesor de la cátedra Karl F. Landegger de Diplomacia en los Negocios Internacionales en la Universidad de Georgetown. Es ampliamente reconocido por sus trabajos sobre economía internacional y seguridad nacional, análisis de riesgo político, estrategia corporativa y compañías multinacionales. De 1993 a 1994 fue asesor adjunto en política económica del grupo de planeación política del Departamento de Estado de Estados Unidos.

ISBN: 970 613 549 9

203 páginas

Año de publicación: 2000



Esta obra reúne excelentes trabajos en ciencias sociales sobre la economía de los costos de transacción, en los que se evalúa su condición actual, se refleja su futuro desarrollo y se promueve su renovación y evolución.

*En este libro se examina la economía de los costos de transacción, la influyente perspectiva teórica sobre las organizaciones y la industria, que fue tema de **Mercados y jerarquías** (1975), el precursor libro de Oliver Williamson. Escritos por destacados economistas, sociólogos y especialistas en ciencia política, los ensayos aquí reunidos dan cuenta del fructífero intercambio intelectual actualmente en curso entre las principales disciplinas de las ciencias sociales. En ellos se analizan la orientación conceptual general de la economía de los costos de transacción, sus propuestas teóricas específicas, sus aplicaciones políticas y su empleo en la investigación empírica sistemática.*

El libro se inicia con una descripción general de las teorías e investigaciones surgidas de la economía de los costos de transacción, en la que se destacan los logros específicos de estudiosos que trabajan en el marco de esta perspectiva y se pone de relieve la enorme influencia que las tesis de los costos de transacción han ejercido en las ciencias sociales.

Este volumen contiene numerosos estudios en torno al paradigma institucional, y en particular al libro de Oliver Williamson *Mercados y jerarquías* (*Markets and Hierarchies*), publicado hace ya 20 años. Constituye una muestra de la vitalidad de este campo y de la amplitud de sus intereses. Es

también un merecido tributo a las innovadoras investigaciones y al liderazgo intelectual de Williamson, así como elocuente testimonio del gran aprecio que se le profesa.

Kenneth J. Arrow

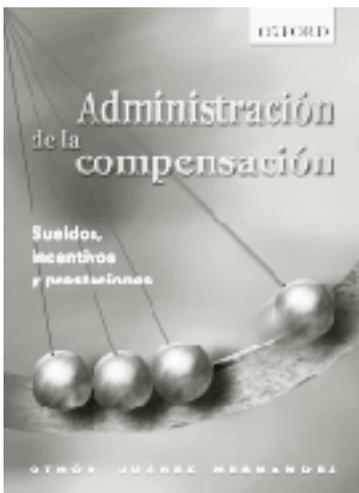
Empresas, mercados y jerarquías

Glenn R. Carroll es titular de la cátedra Paul J. Cortese de Administración y **David J. Teece**, de Mitsubishi Bank, ambos en la Haas School of Business en la Universidad de California, en Berkeley.

ISBN: 970 613 550 2

578 páginas

Año de publicación: 2000



Esta obra contiene los conceptos, fundamentos y herramientas para implantar un sistema total de compensaciones.

Esta obra presenta los fundamentos de la administración de la compensación como un componente estratégico de las organizaciones... plantea que la administración de la compensación es un tema estratégico que permite alinear a los integrantes de la organización con los fines y la estrategia de negocios.

Este libro explica cómo puede aprovecharse la compensación para estimular el desempeño, la calidad, el clima y la productividad del personal. En particular, explica cómo crear las condiciones que permitan una movilización eficaz de la energía de las personas hacia el logro de los fines de la organización.

Administración de la compensación

Othón Juárez H. es Director General de DOS Consultores, S.A. de C.V., empresa de consultoría en compensaciones.

ISBN: 970 613 662 2

256 páginas

Año de publicación: 2000

Publicaciones de nuestro catálogo...

**La organización horizontal**

La forma que transformará radicalmente el desempeño de las organizaciones del siglo XXI
Frank Ostroff

La corporación horizontal es una idea que gana terreno... Ya algunos de los más grandes nombres entre las corporaciones estadounidenses —desde American Telephone & Telegraph hasta DuPont, General Electric y Motorola— están adoptando la idea. En la búsqueda de una mayor eficiencia y productividad, comienzan a rediseñar los organigramas jerárquicos que han definido la vida corporativa desde la Revolución Industrial.

BusinessWeek (reportaje principal)

1999 / ISBN: 970-613-491-3 / 256 páginas

La organización creadora de conocimiento

Cómo las compañías japonesas crean la dinámica de la innovación
Ikujiro Nonaka / Hirotaka Takeuchi

Nonaka y Takeuchi hablan de un tema que en verdad se encuentra en la frontera de la administración: el proceso a través del cual las organizaciones aprenden y crean conocimiento valioso y competitivo. Lo que resulta refrescante de este libro es que Nonaka y Takeuchi van más allá de los temas que caracterizan gran parte del trabajo que se ha realizado acerca de este tema y ahondan en las estructuras y los procesos específicos relacionados con la creatividad y el aprendizaje organizacional. Presentan una rica y profunda evidencia sobre las organizaciones necesarias para realizar dicha tarea. El resultado es un importante libro que hará evolucionar tanto la bibliografía como la práctica corporativa.

Michael E. Porter, profesor C. Roland Christensen de Administración de Negocios, Harvard University

1999 / ISBN: 970-613-454-9 / 318 páginas

**El diseño de la organización como arma competitiva**

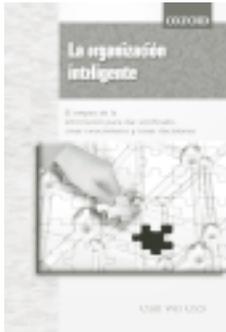
El poder de la arquitectura organizacional
David A. Nadler / Michael L. Tushman

La propuesta clave de Nadler y Tushman respecto a que el diseño de la organización como arma competitiva constituye en la actualidad la fuente más confiable de ventaja corporativa, es totalmente persuasiva. Proceden a ofrecer, tanto por medio de ejemplos como de preceptos, la guía más exhaustiva y sensata que se ha escrito sobre el arte y la ciencia del diseño de las organizaciones. Este libro está fundado en investigaciones cuidadosas y debe ser una lectura esencial para todos los directores generales.

Paul Lawrence, profesor Donham, Emérito, Harvard Business School

1999 / ISBN: 970-613-453-0 / 240 páginas





La organización inteligente

El empleo de la información para dar significado, crear conocimiento y tomar decisiones
Chun Wei Choo

En este libro se analizan las diversas formas en que una organización usa información estratégica para percibir su ambiente cambiante, crear nuevo conocimiento para la innovación y tomar decisiones que reflejen un aprendizaje y una adaptación constante. Es la primera obra que relaciona el comportamiento organizacional con la administración de la información.

1999 / ISBN: 970-613-447-6 / 346 páginas

Ecología de la información

Por qué la tecnología no es suficiente para lograr el éxito en la era de la información
Thomas H. Davenport

Un libro importante acerca de los gerentes y sus necesidades de información que deberá ser leído... Va más allá de la reingeniería de procesos y de la contratación externa. Define la administración de la información para hacer frente a oportunidades y estrategias de este milenio.

F. Warren McFarlan, profesor de administración de empresas, Albert H. Gordon, Harvard University

1999 / ISBN: 970-613-448-4 / 296 páginas



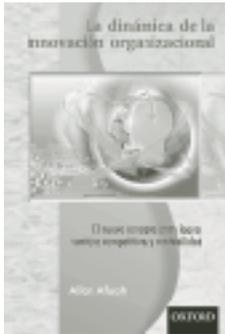
Sun Tzu y el arte de los negocios

Seis estrategias fundamentales para el hombre de negocios
Mark McNeilly

K-Mart, AT&T, Xerox y General Motors habrían podido ahorrarse miles de millones de dólares si sus ex directores generales hubieran leído este libro.

Philip Kotler, Escuela de Graduados en Administración J. L. Kellogg, Northwestern University

1999 / ISBN: 970-613-452-2 / 263 páginas



La dinámica de la innovación organizacional

El nuevo concepto para lograr ventajas competitivas y rentabilidad

Allan Afuah

Afuah ha escrito un texto excelente, que es ejemplar por su base de investigación académica y envergadura. Es notable la amplitud de los temas tratados, que abarcan desde modelos de innovación hasta la globalización. Los conceptos se explican con claridad y se ilustran con excelentes ejemplos.

Constance E. Helfat, University of Pennsylvania

1999 / ISBN: 970-613-446-8 / 496 páginas

La revolución capitalista en Latinoamérica

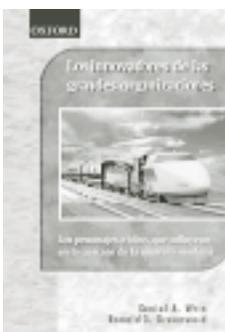
La transformación económica que está ocurriendo en los países de América Latina

Paul Craig Roberts / Karen LaFollette Araujo

Las lecciones del fracaso socialista se aprendieron más rápido en Latinoamérica que en Europa o en Estados Unidos de América. Este libro despliega el registro de los logros de Latinoamérica hasta la fecha y nos da una precavida evaluación del panorama en el corto plazo.

James Buchanan, Premio Nobel de Economía, 1986

1999 / ISBN: 970-613-457-3 / 232 páginas



Los innovadores de las grandes organizaciones

Los personajes e ideas que influyeron en la creación de la empresa moderna

Daniel A. Wren / Ronald G. Greenwood

Un libro excepcional, rico en información y que constituye una lectura obligada para gerentes y estudiantes. Describe el perfil y las ideas de las figuras más prominentes que influyeron en la creación de la empresa moderna en los últimos 200 años; asimismo, la forma como se iniciaron las industrias estadounidenses más poderosas.

1999 / ISBN: 970-613-459-1 / 258 páginas



Las capacidades de aprendizaje en la organización

Cómo aprender a generar y difundir ideas con impacto

Arthur K. Yeung / David O. Ulrich / Stephen W. Nason / Mary Ann von Glinow

En el actual ambiente hipercompetitivo de negocios, los ejecutivos exitosos deberán ser capaces de descubrir oportunidades, enfrentar problemas y generar ideas innovadoras para poner esas ideas en acción a través de toda la organización.

1999 / ISBN: 970-613-509-X / 242 páginas

La contratación de servicios externos en sistemas de información

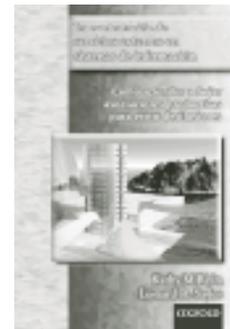
Cómo aprender a forjar asociaciones productivas para evitar desilusiones

Kathy M. Ripin / Leonard R. Sayles

Ripin y Sayles nos llevan más allá del análisis de costo/beneficio y nos proporcionan los factores de decisión y procesos de dirección que determinan en la actualidad el éxito en la contratación de expertos externos. Desde la determinación del alcance de los proyectos, la evaluación tecnológica, la contratación y el empleo de personal de dirección hasta la transición e integración...

Barbara Capsalis, ex vicepresidenta ejecutiva y funcionaria principal de Tecnología, Chase Manhattan Bank

1999 / ISBN: 970-613-512-X / 261 páginas



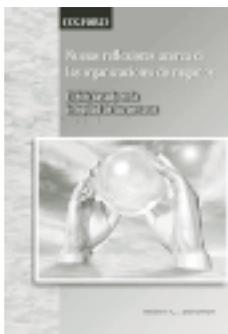
Nuevas reflexiones acerca de las organizaciones de negocios

El éxito basado en la integridad de las personas

Robert C. Solomon

Los buenos ejecutivos y administradores conocen —o deberían conocer— el poder de la integridad, de tener los valores correctos para trabajar, de cultivar virtudes sobre el trabajo que permitan a uno enfrentar las más difíciles demandas y evitar agotadoras decisiones éticas que surgen solamente después de un largo deterioro en el cual la integridad, los valores y las virtudes han sido abandonados, comprometidos o simplemente violados.

1999 / ISBN: 970-613-510-3 / 129 páginas





La tecnología de la información y la paradoja de la productividad

Cómo evaluar el valor de las inversiones en tecnología de la información

Henry C. Lucas, Jr.

Un libro importante que trata del dilema central de la inversión en la era de la información... contiene un poderoso conjunto de ideas que se han extraído de una rica colección de casos prácticos para servir de guía a los gerentes generales en sus decisiones de inversión.

Warren McFarlan, Harvard Business School

2000 / ISBN:970-613-513-8 / 261 páginas

Las ideas y la práctica de la administración

Los principales desafíos en la era moderna

W. Jack Duncan

La administración es un asunto serio; la seriedad de esta empresa se demuestra por la manera en que las decisiones que toman las personas encargadas de dirigir las organizaciones grandes y pequeñas afectan nuestro mundo, nuestra nación, nuestras ciudades y nuestra existencia.

2000 / ISBN: 970-613-508-1 / 314 páginas



La empresa terapéutica

Los conflictos y el control social en las organizaciones

James Tucker

Un puñado de organizaciones contemporáneas, cuyo número va en aumento, han adoptado estructuras administrativas que son menos jerárquicas y están menos centralizadas que en el modelo burocrático tradicional. En razón de esta creciente tendencia de las empresas, que también se está extendiendo a muchos otros campos de las sociedades modernas, dichas organizaciones aplican diversas estrategias "terapéuticas" de control en las compañías.

1999 / ISBN: 970-613-555-3 / 149 páginas

Recreación de las corporaciones

Un diseño organizacional para el siglo XXI

Russell L. Ackoff

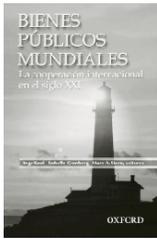
La obra de Russell Ackoff, *Recreación de las corporaciones*, es una lectura obligada para cualquier persona que se interese en el pensamiento de sistemas, como alternativa a la perspectiva funcional que utilizan los administradores de casi todas las organizaciones.

Tim Monahan, decano del College of Commerce and Finance, Villanova University

2000 / ISBN: 970-613-511-1 / 343 páginas



Próximas publicaciones



BIENES PÚBLICOS MUNDIALES

El propósito de esta obra es extraer el concepto de bienes públicos mundiales del enigmático círculo de los microeconomistas para ofrecerlo como instrumento práctico a quienes enfrentan a diario las crisis y los desafíos políticos mundiales. Los compiladores identifican tres brechas –de jurisdicción, participación e incentivos– y proponen medios para cerrarlas. La intención es alentar el debate sobre el futuro de la cooperación internacional para el desarrollo, como parte integral de la política nacional.

Editores: Inge Kaul, Isabelle Grunberg y Marc A. Stern

ISBN: 970-613-561-8 580 páginas



VOLANDO EN PEDACITOS...

En esta obra Evans y Wurster advierten que la nueva economía de la información está aniquilando el dilema entre riqueza y cobertura, y sacudiendo hasta sus cimientos la estrategia tradicional de los negocios. **Volando en pedacitos...** revela que la cada vez mayor difusión de la conectividad y de normas de aceptación generalizada tiene por efecto la redefinición de los canales de información entre las empresas y sus clientes, proveedores y empleados. En creciente medida, los clientes dispondrán de amplio acceso a todo un universo de opciones, los proveedores explotarán la posibilidad de acceder directamente a los clientes de las compañías y los competidores de éstas se apoderarán de las partes más rentables de la cadena de valor. La ventaja competitiva de las empresas está en peligro.

Philip Evans y Thomas S. Wurster

ISBN: 970-613-614-2 240 páginas



LAS EMPRESAS DEL FUTURO

En esta obra se examinan las nuevas empresas de alta tecnología describiendo la importancia de los proveedores de capitales de riesgo y sus puntos de vista acerca del fondeo de recursos a esta clase de empresas. Asimismo, se examina a los fundadores de empresas y su impacto, los orígenes de las empresas, sus estrategias de negocios y su ambiente...

Eric J. Bolland y Charles W. Hofer

ISBN: 970-613-558-8



DOMINIO DEL MERCADO DIGITAL

Douglas Aldrich, con base en las investigaciones realizadas en A. T. Kearney, ofrece en este accesible libro un sistema lógico, detallado paso a paso, para sobrevivir –y prosperar– en el mercado digital. Él identifica ciertas áreas estratégicas que todo líder de negocios debe considerar para conducir a su compañía hacia la economía digital: el desarrollo de una nueva y persuasiva propuesta de valor a los clientes, impacto del valor del tiempo en productos y servicios y la generación de nuevos modelos de comercio electrónico.

Douglas F. Aldrich

ISBN: 970-613-583-9 390 páginas



LACOMPETENCIA EN LA ERA DE LA INFORMACIÓN

La competencia en la era de la información muestra a los gerentes cómo evitar que la tecnología de la información los deslumbré. En la obra se explica cómo vincular los sistemas de información con la estrategia de negocios para formar una sólida ventaja competitiva y aplicar soluciones eficaces a los problemas que enfrentan las organizaciones. Esencialmente una empresa tiene que coordinar, o alinear, cuatro elementos: su estrategia de negocios, la estrategia de sus sistemas de información, su infraestructura organizacional y la infraestructura de su tecnología de la información.

Jerry N. Luftman

ISBN: 970-613-551-0 460 páginas



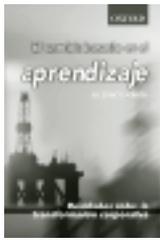
EL LADO HUMANO DEL CAMBIO

Esta obra explora la agitación que está ocurriendo en la industria automotriz y muestra la manera como una compañía fue capaz de lograr un dramático éxito, aun cuando enfrentó el rigor de una abierta oposición. Dicho en palabras de la gente que participó, con comentarios de los autores y otros observadores, este libro fue el primero que encomendó la empresa (AutoCo) para ayudar a los miembros de los equipos de producción a aprender de cada uno a través de las fronteras de la organización. Además, proporciona una mirada profunda de las relaciones entre jefes y subordinados.

George Roth y Art Kleiner

ISBN: 970-613-576-6

Próximas publicaciones



EL CAMBIO BASADO EN EL APRENDIZAJE

El cambio basado en el aprendizaje es la narración de un cambio corporativo trascendental que emprendió una compañía petrolera internacional muy importante, poco después de una época de despidos generalizados y recortes de presupuesto. La gente clave dentro de la compañía relata la historia, utilizando una técnica creada en el Centro para el Aprendizaje Organizacional del Massachusetts Institute of Technology (MIT)...

Art Kleiner y George Roth

ISBN: 970 613 579 0 270 páginas

EL ORIGEN Y EVOLUCIÓN DE LOS NUEVOS NEGOCIOS

Este libro, claro y conciso, es esencial para todos los interesados en poner en marcha una empresa, el emprendedor o ejecutivo que desea impulsar el crecimiento de una compañía y el investigador que aspira a entender esta fundamental actividad económica.

Amar Bhidé

ISBN: 970 613 577 4

CAMBIO DE JUEGO

En Cambio de juego, los autores ofrecen una amplia estructura y una serie de herramientas para la administración estratégica de la transformación organizacional. Será de ayuda invaluable para que los gerentes puedan hacer frente a los desafíos de un ambiente de negocios cada vez más competitivo.

Eric G. Flamholtz e Yvonne Randle

ISBN: 970 613 585 5



INTERÉS COMÚN, BIEN COMÚN

Los autores de **Interés común, bien común** abogan por asociaciones mixtas que combinen las preocupaciones sociales y los negocios, sosteniendo que compañías visionarias y organizaciones comunitarias (tanto lucrativas como del gobierno), dirigidas por "empresarios sociales", pueden resolver muchos de sus problemas trabajando juntos... mientras de pasada sirven al bien común.

Shirley Sagawa yEli Segal

ISBN: 970 613 619 3

LA ORGANIZACIÓN PENSANTE

La organización pensante es una obra que le mostrará cómo transformar su organización en una que se comporte como un organismo viviente, que viva a través de sus ideas y que sea capaz de adaptarse de inmediato para sobrevivir en un mundo de negocios crecientemente complejo e impredecible.

Moshe F. Rubinstein, PhD., e Iris R. Firstenberg, PhD.

ISBN: 970 613 581 2



GLOBALIZACIÓN Y CULTURA

Con frecuencia se ha argumentado que la cultura es un aspecto de la globalización al que no se le ha prestado la atención adecuada. Ahora se discute ampliamente sobre la globalización, pero con frecuencia los debates se mantienen encerrados dentro de discursos disciplinarios específicos. Por primera vez, este libro unifica un enfoque combinado de teoría social y estudios culturales para comprender la globalización.

John Tomlinson

ISBN: 970 613 580 4

LA CREATIVIDAD Y EL MANEJO DEL CAMBIO

En esta obra se ofrece una convincente revisión de ideas históricas y contemporáneas en el campo de los estudios sobre la organización. Al abordar la teoría económica, la obra de Schumpeter, la innovación industrial y el cambio organizacional, este innovador libro proporciona un panorama de los aspectos clave de los negocios...

Tudor Rickards

ISBN: 970 613 586 3

APRENDIZAJE ORGANIZACIONAL

En esta obra clásica, Chris Argyris expone temas vitales de sus investigaciones sobre la administración de empresas, tales como el conocimiento tácito y la administración, de tal manera que en ella se reflejan los cambios en el campo del aprendizaje organizacional.

Chris Argyris

ISBN: 970 613 582 0

Oficinas Oxford University Press

México

Oxford University Press México, S.A. de C.V.
Antonio Caso 142, Col. San Rafael,
06470, México, D. F.
tels. (52) 5592 4277 y 5592 5600
fax: (52) 5705 3738
e-mail: oxford@oupdex.com.mx
web: www.oupdex.com.mx

Guadalajara

Av. de la Paz núm. 1877 Col. Americana
44160, Guadalajara, Jal.
tels. y fax: (3) 86 2092, 826 2095 y 826 2474

Monterrey

Padre Mier núm. 982 Poniente, Zona Centro
64000, Monterrey, N. L.
tel. (8) 340 2063

Argentina

Oxford University Press Argentina, S.A.
Reconquista 661, piso 1 (1003),
Capital Federal, Buenos Aires
tel. (541) 4312 7300,
fax: (541) 4313 5700

Brasil

Oxford University Press do Brasil
Al. Joaquim Eugenio de Lima, 732, 6o. andar
Jardim Paulista, São Paulo-SP, 01403-000
tel. (5511) 253 9335

Centroamérica

Oxford University Press Centroamérica
7a. avenida, 19-35, Zona 11, Col. Mariscal
01011, Ciudad de Guatemala, CA
tels. (502) 485 0300, 485 0301, 485 0302

Chile

Oxford University Press Chile, S.A.
San Gerardo 731
Recoleta, Santiago
Tel. (562) 6224448
Fax: (562) 629 2555

España

Oxford University Press España, S.A.
Parque Empresarial San Fernando
Edificio Atenas, 1a. planta
San Fernando de Henares,
28830, Madrid, España,
tel. (3491) 660 2600



Usted puede realizar sus compras por Internet, a través de los siguientes portales:

www.zonashop.com
www.fiera.com
www.compre.com

Nuestras obras son las de más alta calidad en el mercado
a precios competitivos. Consulte nuestro sitio:

www.oupdex.com.mx

Si desea recibir más información, por favor envíe su correo electrónico a:
business@oupdex.com.mx

OXFORD

IDEAS PARA LA DIRECCIÓN
DE EMPRESAS

Director General: Carlos Ríos Sosa
Edición: Noé Urzúa Bustamante

Publicación trimestral editada por **Oxford University Press México, S.A. de C.V.**, Antonio Caso 142, Col. San Rafael, 06470, México, D.F. •
Internet www.oupdex.com.mx • e-mail: oxford@oupdex.com.mx • Reserva el uso exclusivo en el Instituto Nacional del Derecho de Autor:
en trámite. • Certificado de licitud de título y contenido: en trámite.