

1. Record Nr.	UNINA9910672219503321
Autore	Giacalone Gina
Titolo	Pensamiento empresarial latinoamericano en el siglo XXI = Latin American business thinking in the 21 st century // Rita Giacalone. editora
Pubbl/distr/stampa	Bogota : , : Ediciones Universidad Cooperativa de Colombia, , 2019
ISBN	958-760-128-9
Descrizione fisica	1 recurso en linea (306 paginas)
Collana	Pensamiento global
Disciplina	658.009861
Soggetti	Industrial management - Colombia Business enterprises - Colombia Administración de empresas - América Latina Cultura corporativa Empresarios industriales Libros electronicos. Colombia
Lingua di pubblicazione	Spagnolo
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Nota di bibliografia	Incluye referencias bibliográficas
Nota di contenuto	El pensamiento empresarial latinoamericano en el siglo XXI: cambios. continuidades y consecuencias para el campo de estudio / Rita Giacalone. -- Cambios en el pensamiento empresarial latinoamericano sobre responsabilidad social debido a la mtemacionalización de las grandes empresas / Anabella Davila. -- Crise fiscal, pensamento empresarial e financeirização no Brasil: a desconstrução da ordem corporativa no seculo XXI = Crisis fiscal. pensamiento empresarial y financiero en Brasil: la deconstrucción del orden corporativo en el siglo XXI / Renato Raul Boscht y Carlos Eduardo Santos Pinho. -- ¿Un giro institucional? Cambios en los discursos empresariales en El Salvador y Guatemala / Benedicte Bull y Mariel Agutlar-Støen. -- La discriminación de género en las carreras empresariales: entre la negación y la culpabilización de las mujeres uruguayas / Miguel Serna y Marcia Barbero-Porteia. -- Los empresarios y los centros de pensamiento empresarial en México / Alejandra Salas Porras.-- Batallas por algo más que ideas: pensamiento, intereses materiales y acción polltica

empresarial. Una mirada desde el Cono Sur / Hernán Ramírez. -- Renovación discursiva y continuación de prácticas del empresariado en el Chile post-transición (2010-2017) / Tomas Undurraga y Carlos Huneeus. -- Relación, reputación y riqueza: claves del discurso empresarial colombiano sobre Asia Pacifico / Rita Giacalone

Sommario/riassunto

El pensamiento empresarial se define, de forma amplia, como el conjunto de ideas que comparte, en términos generales (y con obvias excepciones), un grupo o comunidad (los empresarios) que se caracteriza por realizar, coordinar o dirigir actividades económicas en entidades independientes (empresas). Se diferencia del concepto de ideología en la medida en que este incluye una doctrina filosófica o un programa político, que pueden existir o no en el pensamiento empresarial. También se diferencia del pensamiento "emprendedor" porque el objetivo de este último es desarrollar una mentalidad que produzca soluciones creativas para eliminar o disminuir problemas. En suma, se utiliza una definición general para abarcar la variada literatura latinoamericana sobre el tema. Así, el objetivo de analizar el pensamiento empresarial latinoamericano en este siglo se sustenta en Camou, quien considera que las ideas tienen consecuencias y se puede aprender mucho acerca de política económica, sociedad y política en general, a partir del análisis de lo que piensan los empresarios y cómo lo comunican en su discurso político. Las ideas expresadas en ese discurso permiten inferir también su grado de influencia en la definición de proyectos de nación o región en un determinado momento histórico. Otro objetivo de este libro, igualmente importante, es brindar una base para reflexionar y proponer preguntas y líneas de investigación que amplíen el campo de los estudios sobre pensamiento empresarial latinoamericano.
