

### Gestão do conhecimento

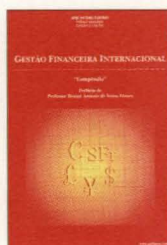
**Autor:** Joaquim Luís Loureiro  
**Edição:** Centro Atlântico Portugal

Gerir conhecimento é a nova «buzzword» que varre o mundo da gestão. O autor desta obra, Joaquim Luís Loureiro, licenciado e mestre em Engenharia Electrotécnica e de Computadores pela Faculdade de Engenharia da Universidade do Porto, e mestre em Gestão de Ciência, Tecnologia e Inovação pela Universidade de Aveiro, define-a como sendo uma abordagem facilitadora e sistemática para aumentar o valor e a acessibilidade ao «capital do conhecimento» da organização, tendo em vista qualificar melhor os actores sociais, induzir e disseminar a inovação e assegurar o desenvolvimento das organizações. Neste livro, identificam-se as iniciativas de gestão do conhecimento que as empresas nacionais, e não só das telecomunicações, podem procurar implementar e em que medida essas iniciativas são estratégicas para o seu desenvolvimento. O autor sugere pistas e possíveis caminhos para ultrapassar as dificuldades em implementar dispositivos de gestão do conhecimento.

Recensão por Rui A. Santiago, Universidade de Aveiro

uma actualidade acrescida que o autor consegue potenciar sistematizando em dezoito capítulos um abrangente elenco de matérias, onde perpassam diversas áreas da gestão. A internacionalização das empresas, meios de liquidação das operações de comércio internacional, os financiamentos externos, medidas e metodologias de análise e avaliação de risco, são alguns dos temas cuja abordagem o autor pretende que não se esgote nas páginas do livro. Um sítio na Internet, em [www.gefinint.com](http://www.gefinint.com), surge, assim, como um importante complemento onde se pretende apostar na interactividade com os leitores. Aqui estarão disponíveis actualizações, revisões, acesso directo às fontes bibliográficas e, claro, um espaço reservado para as críticas, comentários e sugestões dos leitores. «Tanto num horizonte "táctico" como estratégico, faltava entre nós um texto profundo, exaustivo e de qualidade de Gestão Financeira Internacional ajustado a esta exigência premente», sublinha António de Sousa Franco no prefácio da obra, que acrescenta: «julgo que, com este estudo, dotado de um plano bem estruturado e de uma intenção prática de formar e servir gestores patente na forma eminentemente prática como o autor concebeu e concretizou, essa lacuna fica preenchida».

Recensão por Nuno Gama Pinto, colaborador da RPB6



### Gestão financeira internacional

**Autor:** José António Porfírio  
**Edição:** Rei dos Livros Portugal

A globalização dos mercados, e a crescente integração das economias à escala mundial, conferem a este livro



### A essência da liderança - Mudança, resultados e integridade

**Autores:** Arménio Rego e Miguel Pina e Cunha  
**Edição:** RH Editora Portugal

Muito se tem publicado sobre liderança, mas continuam a escassear obras que

tenham em conta as especificidades da gestão portuguesa. Uma lacuna no mercado livreiro que começa a ser preenchida com este novo livro intitulado *A essência da liderança - Mudança, resultados e integridade*, da autoria de Arménio Rego, docente na Universidade de Aveiro, e de Miguel Pina e Cunha, docente na Faculdade de Economia da Universidade Nova de Lisboa. A edição está a cargo da RH Editora. Redigido numa perspectiva que concilia o rigor académico dos conceitos e a vertente prática da sua aplicação, esta obra afirma-se como uma excelente ferramenta para a formação de executivos, concebida, nas palavras de Miguel Pina e Cunha, "para cada um fazer o seu próprio 'coaching' de uma forma interactiva, através de exercícios práticos que estão inseridos em todos os capítulos". Arménio Rego frisa que um dos objectivos deste novo compêndio de gestão é o combate ao paradigma do pensamento grupal que caracteriza o estilo de liderança das empresas nacionais. "É um comportamento muito frequente nas organizações portuguesas - as decisões são muitas vezes tomadas em grupo, de uma forma rápida e precipitada", remata aquele investigador.

**Sítio recomendado para encomendas de livros na Web:**  
[www.byblos.pt](http://www.byblos.pt)



### Marketing de varejo

**Autores: Eliane de Castro Bernardino, Mauro Pacanowski, Nicolau Khoury e Ulysses Reis**  
Edição: FGV Editora  
Brasil

Este livro apresenta e discute os conceitos fundamentais do marketing de varejo: panorama atual e tendências (varejo com ou sem loja), formatos, estratégia, composto de varejo, localização comercial, apresentação física da loja e visual, *merchandising*, promoção de vendas no varejo, entre outros assuntos. O livro mostra, ainda, que o varejo é um dos ramos de comércio mais democráticos, gerando empregos para homens e mulheres de diferentes idades e níveis de instrução. A partir da frase americana *retail is detail* (varejo é detalhe), os autores garantem que para prosperar no varejo, além de ter visão e competência administrativa, é preciso dar atenção aos pequenos detalhes que fazem um cliente decidir pela compra do produto. A pesquisa chama a atenção para a necessidade da sintonia com o mercado. Conhecer os hábitos de consumo, as crenças e os valores dos clientes, garantem os autores, é fundamental. *Marketing de varejo* é mais um título da *Série Marketing* integrante das *Publicações FGV Management*, coordenada pela professora Sylvia Constant Vergara, especialista em educação corporativa. As publicações são elaboradas com base no programa dos cursos de educação continuada da Fundação Getúlio Vargas e tem por objetivo atender a demanda por profissionais cada vez mais preparados para enfrentar os desafios do mercado. Os livros apresentam temas com enfoque prático, linguagem direta e importância para a gestão de negócios.



### Nova estrutura - Reinventando sua empresa

**Autores: Geraldo Guimarães, Marcos Rechtman e Roberto Lima Netto**  
Edição: FGV Editora  
Brasil

Da *Coleção FGV Negócios*, este livro é um estudo sobre a nova realidade empresarial brasileira. De acordo com os autores Geraldo Guimarães, Marcos Rechtman e Roberto Lima Netto, especialistas em administração, nem tudo pode ser adaptado ao modelo americano de pensar. Sem medo de inovar, eles apresentam uma nova tecnologia de gestão de negócios resultado de casos concretos, verdadeiros, a partir de uma vivência profissional rica em cargos de direção. A grande contribuição do estudo é incorporar uma gama de questões ao mundo empresarial como valor da companhia; atração de novos investidores; redução do custo de capital; administração de conflitos entre acionistas; novo papel dos investidores, membros do conselho de administração e executivos; sucessão na empresa; influências do meio ambiente; crescimento, fusões e aquisições e ética no mundo dos negócios. O livro dá respostas rápidas e objetivas para os desafios que surgem no cenário empresarial. Entre os assuntos discutidos está uma série de medidas relacionadas com a inclusão do Brasil no cenário agressivo de crescimento globalizado, como, por exemplo, pesquisa e filtragem de informações sobre experiências internacionais, diretrizes de governo e desempenho dos concorrentes, clientes, fornecedores e bancos, visando maior eficácia das empresas. Um livro que certamente auxiliará empresários e administradores na atual fase de ajustamento da economia nacional e da intensa oscilação do mercado internacional

de capitais. Para os autores, mesmo os que vestiram a camisa da empresa têm de perceber que, às vezes, é fundamental mexer até mesmo em *time* que está ganhando.



### Estratégias empresariais e o teletrabalho - Um enfoque na realidade brasileira

**Autores: Takeshy Tachizawa e Álvaro Mello**  
Edição: Pontal Editora  
Brasil

Trabalhar à distância é uma forma de laborar que cada vez mais pessoas e empresas adotam. Esta obra, de Álvaro Mello, director da Beca (consultora especializada em teletrabalho), e Takeshy Tachizawa, docente na Fundação Getúlio Vargas de São Paulo, focaliza-se sobre a realidade brasileira nesta matéria, numa perspectiva muito prática. Apresenta situações e metodologias inovadoras para diagnosticar e implementar o teletrabalho nas organizações, de forma a aumentar a produtividade nas organizações. Destaque para a diferenciação das estratégias de implementação do teletrabalho de acordo com a natureza industrial e dimensão da empresa. É de realçar também o capítulo da avaliação e implantação, no qual estão discriminados de uma forma muito clara os indicadores a utilizar para medir a eficácia do teletrabalho.



**FGV Editora**  
**Sector de Vendas**

Tel. (0021) 2559-5542  
0800-21-7777 / Fax: (0021) 2559-5532  
E-mail: editora@fgv.br  
www.editora.fgv.br