Los mejores libros de liderazgo de 2025

Una selección imprescindible para directivos que explora la IA, la economía y, por supuesto, el poder del toque humano.

14 de abril de 2023 | Actualizado 22 de abril de 2025

En un mundo que cambia a una velocidad vertiginosa y donde abundan las fuentes de información poco fiables, es más necesario que nunca contar con una visión bien fundamentada sobre los grandes temas del momento. Leer libros –especialmente de no ficción– no solo amplía el conocimiento, sino que fomenta el pensamiento crítico y mejora la

©IESE Business School

toma de decisiones. Y si están escritos por expertos y basados en investigaciones rigurosas, el impacto es aún mayor.

Por eso, hemos seleccionado los libros que no deberían faltar en la biblioteca de ningún líder. Este año, las novedades de nuestros profesores se adentran en cuestiones clave como los desafíos que plantea la inteligencia artificial o los dilemas del capitalismo actual. En un contexto cada vez más automatizado, muchas de estas obras también reivindican el toque humano, esencial tanto para la comunicación como para la confianza, así como para volver a situar a las personas en el centro de la empresa y sociedad. ¡Feliz lectura!

Encuentra tu próxima lectura en esta selección de libros

Humanism and Artificial Intelligence

Por Antonino Vaccaro y Rosa Fioravante

Con contribuciones de destacados académicos internacionales, este libro explora, desde una perspectiva humanista, los importantes desafíos éticos que la inteligencia artificial plantea a las organizaciones. Aborda cuestiones urgentes como la automatización del ser humano y la humanización de las máquinas; el papel de la espiritualidad y la ética de las virtudes en la construcción de un enfoque humanista para el diseño y la implementación de la IA; y la aplicación de una perspectiva humanista integral a la gestión de datos en el desarrollo de la inteligencia artificial.

El gris importa

Por Javier Díaz-Giménez, Miguel Ors y Pedro Artiles

Nacido como pódcast, este libro viene a ser un curso de economía atípico: un alienígena llega a la Tierra para entender cómo funciona nuestra economía y le pide clases particulares al profesor del IESE Javier Díaz-Giménez. El resultado es una mezcla de humor, divulgación económica y crítica social que aborda los grandes dilemas del capitalismo contemporáneo.

Fundamentos para una empresa humanista centrada en la persona

Por Domènec Melé

¿Qué significa liderar una empresa centrada en la persona? Domènec Melé plantea una filosofía personalista en la que el beneficio es un medio, no un fin en sí mismo. El propósito, la mejora continua y el bien común se convierten así en pilares que dan sentido y legitimidad

©IESE Business School

a la acción empresarial.

Gestión de crisis en universidades. Casos, buenas prácticas y manual de crisis
Por Yago de la Cierva, Mercedes Castelló y Paulina Guzik
Incluso las universidades más prestigiosas pueden tambalearse ante una crisis. Este libro analiza 24 casos reales –desde escándalos éticos hasta desastres naturales– y ofrece herramientas prácticas para prepararse, actuar y recuperarse de las crisis. Con un enfoque claro en el antes, durante y después, los autores proponen once pasos clave y un marco adaptable a otros contextos. Una guía esencial para fortalecer la resiliencia y convertir la adversidad en una oportunidad de aprendizaje y mejora.

Confiar no tiene precio
Por Jordi Gual
Ni empresas ni instituciones públicas o gobiernos pueden prescindir de la confianza de sus clientes, empleados o ciudadanía. Sin embargo, los niveles de desconfianza han aumentado en las últimas décadas. En *Confiar no tiene precio*, Gual bebe de su experiencia como presidente de CaixaBank entre 2016 y 2021 para explicar cómo se puede revertir esta situación: desde asumir la responsabilidad de cumplir con las expectativas que se depositan en nosotros hasta compartir los valores de honestidad, lealtad y compromiso. Aún estamos a tiempo de recuperar la confianza en el capitalismo.

The Routledge Handbook of Identity and Consumption
Por Íñigo Gallo, coautor del capítulo "Implications of brand purpose for consumer identity"
Lo que consumimos dice mucho de nosotros, desde nuestros valores hasta nuestras aspiraciones; incluso puede ser una parte clave de nuestra identidad. En un capítulo de *The Routledge Handbook of Identity and Consumption*, el profesor Íñigo Gallo explora los vínculos entre el propósito de marca y los factores que impulsan la identidad en los consumidores. Explica cómo un propósito de marca bien definido ayuda a los clientes a descubrir su verdadero yo, fortalecer su autoestima y tener una vida con más sentido.

Fundamentals of Human Ecology as a Paradigm for a More Sustainable Economy
Por Nuria Chinchilla y Pilar García Lombardía
Igual que los elementos tóxicos pueden degradar un ecosistema natural, el ecosistema humano también puede verse afectado por elementos tóxicos tales como la presión por resultados empresariales, la inflexibilidad horaria o el retroceso en el teletrabajo. El estrés, aseguran las autoras, es como el CO2: contamina todo el ecosistema. Este es el punto de partida de este libro enfocado en el liderazgo del cuidado.

©IESE Business School

Hablando en plata

Por Mathieu Carenzo

¿Emprender solo o con socios? ¿Priorizar el crecimiento o mantener el control? ¿Cómo elegir la mejor fuente de financiación privada? Estas son algunas de las decisiones que todo emprendedor debe tomar para dar forma a su negocio. En *Hablando en plata*, Mathieu Carenzo, con más de dos décadas de experiencia como emprendedor y *business angel*, analiza estos y otros desafíos.

TAMBIÉN PUEDE INTERESARTE:

Los mejores libros de liderazgo de 2024

https://cfvod.kaltura.com/pd/p/1766931/sp/176693100/serveFlavor/entryId/1_oakfwa0m/v/1/flavorId/1_g6x090o9/name/a.mp4

www.iese.edu/es/insight

©IESE Business School