

NOVEDADES EN LIBROS DE GESTIÓN

'Management' estival

La innovación y la creatividad se han convertido en el 'leit motiv' de las apuestas editoriales para este verano, no sólo en la presentación, con portadas y formatos más atrevidos, sino también en la temática, que gira en torno al desarrollo del talento.

S.S/M.A./M.O./J.A. Madrid

La creatividad es la protagonista de la literatura sobre *management* para este verano. Editoriales y autores se esfuerzan cada año por aplicar las teorías que difunden en sus libros en sus propias técnicas de venta. Así, los ensayos más pesados dejan sitio a la exposición de teorías y herramientas de gestión en un formato original.

Colocar una piruleta en la portada o un llamativo zapato rojo son algunos de los reclamos, aunque algunos van más allá e incluyen tests personales sobre capacidades y fortalezas o un código (como el de los videojuegos) para activar una serie de servicios online.

Históricamente, Atenas, Roma, Florencia o Nueva York han sabido atraer el talento

Pero la creatividad no sólo ha conquistado a las editoriales, sino también a los autores. Aunque los modelos de negocio de Starbucks o Zara siguen levantando pasiones, al igual que la competencia asiática o el lujo, la innovación también se ha hecho un hueco muy importante entre la temática de las novedades estivales.

Entre títulos como *Puntos calientes, espacios para el entusiasmo y la creatividad*, de Lynda Gratton, publicado por Granica, llegan a la librería propuestas como la que hace Juan Carlos

Cubeiro en *Clase creativa*, de Planeta. En esta obra, este experto en *coach* y liderazgo analiza la idea de un profesor norteamericano convencido de que las economías saldrían ganando si la gente con talento se agruparan en centros creativos.

Para Cubeiro, "una clase es un conjunto de personas que poseen intereses comunes y tienden a pensar, sentir y comportarse de forma similar y no están fundamentalmente delimitadas por la función económica, sino por la aportación de valor para el cliente".

Históricamente, la Atenas de Pericles, la Roma del Imperio, la Florencia de los Medici o, en la actualidad, Nueva York, son centros naturales de creatividad capaces de atraer el mejor talento de todo el mundo. Según la tesis de que aquellas organizaciones, ciudades, comunidades o países capaces no sólo de captar a los mejores profesionales, sino también de fidelizarlos y desarrollar todo su potencial, son los que están destinados a sobrevivir y perdurar en el tiempo.

Para conocer algunas de las ideas más innovadoras del mercado, EXPANSIÓN ha seleccionado algunas de las novedades editoriales para este verano.



'MiNegocio' retomará el contacto con los lectores el próximo 2 de septiembre.



Expansión

Nacional Economía
Diaria

Tirada: **130.752**
Difusión: **79.643**
(O.J.D)
Audiencia: **278.750**
(E.G.M)
29/07/2008

Sección: -
Espacio (Cm_2): **870**
Ocupación (%): **100%**
Valor (€): **10.600,00**
Valor Pág. (€): **10.600,00**
Página: **16**

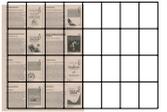


Imagen: **No**

'Un accidente afortunado'

Daniel Andrino - Empresa Activa (Ed. Urano)

¿Qué se puede aprender de los animales que campan en la Sabana? Jumbé es un león africano cuya capacidad para liderar tanto a sus iguales como al resto del reino animal sirve para ilustrar las distintas técnicas que se emplean en la gestión de equipos en la que la diversidad es la protagonista. En *Un accidente afortunado*, el consultor Daniel Andrino, cuenta la aventura, narrada en forma de fábula, de un ejecutivo que, durante un safari en el Continente Negro, sufre un accidente que le obliga a convalecer en un hospital. Durante el tiempo de reposo, un anciano comparte con él las peripecias del héroe local, un león llamado Jumbé. A lo largo de diferentes relatos, la vida de este animal sirve para ejemplificar desde la solidaridad de los miembros de un equipo hasta la aceptación del líder.



■ Precio: 8 €
■ Págs.: 128

'Los tacones de Oz'

Rubén Turiénzo - LID Editorial Empresarial

De la tradición literaria, Rubén Turiénzo ha rescatado el cuento de *El Mago de Oz* para demostrar que la creatividad, la ilusión, el trabajo en equipo y la motivación de los trabajadores son los ingredientes imprescindibles para que la fórmula mágica del éxito empresarial funcione de verdad. ¿Cómo conseguirlo? Dorothy Grimm, protagonista de esta fábula, nos enseña el camino. Se embarca en su primera gran aventura laboral, en Oz Company, una multinacional de la publicidad y el marketing con sede en Nueva York, donde tendrá que hacerse con los mandos de su futuro, enfrentándose a la señora West, la maléfica directora financiera. Un relato que sirve de guía para el desempeño laboral de directivos, con un *leit motiv* que lo enmarca: "La grandeza está en las cosas pequeñas".



■ Precio: 19,90 €.
■ Págs.: 192

'No te detengas. ¡Activa tus fortalezas!'

Marcus Buckingham - Granica

De la mano de la obra *No te detengas. ¡Activa tus fortalezas!*, el consultor Marcus Buckingham destaca seis pasos en seis semanas como la clave para que cualquier individuo pueda identificar los puntos fuertes de su trabajo y así lograr redefinir su labor profesional ante la mirada de su jefe. Bajo el interrogante ¿cómo aplicar tus fortalezas para obtener el mayor éxito posible? y las correspondientes instrucciones para un ritual de 15 minutos semanales, el autor expone una serie de consejos gracias a los que el lector logrará determinar sus habilidades más destacadas, mejorarlas y aplicarlas de por vida, así como resolver incógnitas como: ¿por qué cree más o se siente más seguro en aquellas áreas en las que es fuerte que en aquellas en las que es débil?



■ Precio: 26 €.
■ Págs.: 240

'En busca del equilibrio. Consejos de administración y alta dirección en el gobierno de la empresa'

Jordi Canals - Pearson / Prentice Hall

"Es el conjunto de políticas, sistemas, instituciones, criterios y procesos de la toma de decisiones de la empresa que permite su proyección a largo plazo, y buscan su continuidad y supervivencia como organización". Así define el profesor y director general del IESE, Jordi Canals, el gobierno corporativo, al que considera como una de las garantías del éxito de una empresa. El libro, organizado en cuatro partes, estudia los problemas del gobierno corporativo, analiza algunos modelos, expone los cuatro pilares y propone un decálogo de buenas prácticas como las de definir la misión y ejecutarla, fomentar la transparencia o delimitar la función del comité de dirección.

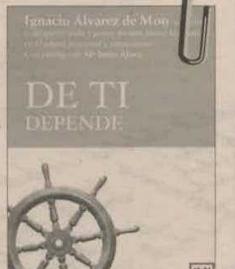


■ Precio: 26 €.
■ Págs.: 264

'De ti depende'

Ignacio Álvarez de Mon - LID Editorial

"Lo primero que habría que pedirle a cualquier mando es que, por lo menos, no desmotive", dice Ignacio Álvarez de Mon, profesor de IE Business School, en una entrevista que se publicará en la próxima edición de Knowledge@Wharton (www.wharton.universia.net). Su primera obra, *De ti depende*, recoge sus reflexiones y argumentaciones sobre los aspectos clave para la motivación, los principios de la comunicación, el desarrollo personal, el trabajo en equipo y el liderazgo. A través de la exposición de varios ejemplos, esta guía de comportamiento laboral y humano se convierte en una útil herramienta para que tanto los empresarios y directivos como los trabajadores se cuestionen cómo favorecer la eficacia profesional sin propiciar la apatía en el trabajo.



■ Precio: 19,90 €.
■ Págs.: 203

'La empresa sensual'

Jesús Vega de la Falla - Empresa Activa (Ed. Urano)

¿Qué tiene Zara para conquistar todos los mercados en los que está presente? ¿Por qué miles de personas intentan participar en los procesos de selección de Google? Mientras que hay empresas que enamoran, existen otras que producen el efecto contrario, tanto en clientes como en inversores o empleados. *La empresa sensual* propone ejercitar la seducción como estrategia empresarial. Las compañías, al igual que cualquier persona, tienen diferentes atractivos que deben saber realzar. Jesús Vega, ex director de Recursos Humanos de Inditex, ha contribuido a la expansión de las marcas del grupo en más de 60 países y analiza en esta obra la influencia que en una empresa tienen conceptos como la pasión, la inteligencia o el deseo. Si una compañía tiene que ser fiel, ¿puede también divorciarse?



■ Precio: 13 €
■ Págs.: 224

'Empresas con más futuro'

CRF - LID Editorial

¿Qué tienen que contar las *Empresas con más futuro*? La firma internacional CRF, en colaboración con Deloitte, han seleccionado varias firmas, con presencia en España, cuya trayectoria y gestión estratégica están consideradas como modelos de éxito. 3M, Indra, Novartis, Banco Popular, OHL y Zurich, entre otras, analizan en este libro su visión sobre el futuro de los sectores en los que están presentes y desvelan sus ideas para abordar los retos que se plantean en mercados cada vez más competitivos. Innovación, estrategia, mercado, dirección financiera, dirección de personas y responsabilidad social son los bloques incluidos en cada caso práctico, con comentarios de expertos como Pedro Nuño, Pascual Montañés, Ivana Casaburi, Manuel Romero, Carlos Obeso y Aldo Olcese.



■ Precio: 29,90 €.
■ Págs.: 200

'Salir del abismo'

Seth Godin - Granica

¿Quiere alcanzar su máximo potencial para lograr pisar la cima del éxito? Pues aprenda a renunciar, a abandonar, a darse por vencido. ¿Que siempre le han recomendado justamente lo contrario? Bien, empiece entonces abandonando esos principios. Este libro de Godin, mediante una argumentación anti-intuitiva a priori, pero con un fino sentido de humor e ingenio, le ayudará a descifrar el secreto del *abandono estratégico*, que está, según el autor, en la búsqueda, comprensión y adopción de *el Abismo*, "el largo y arduo camino entre el punto de partida y el logro de la maestría". En ese sentido, la máxima de Godin es clara y contundente: "Fracasamos cuando nos dejamos distraer por las tareas que no hemos tenido coraje suficiente de abandonar".



■ Precio: 16 €.
■ Págs.: 144