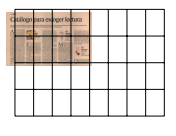
 <b>Nacional Suplem. Semanal</b> <b>Semanal</b>	Tirada: <b>75.243</b> Difusión: <b>46.736</b> (O.J.D) Audiencia: <b>163.576</b> (E.G.M) <b>13/12/2008</b>	Sección: - Espacio (Cm_2): <b>494</b> Ocupación (%): <b>56%</b> Valor (€): <b>5.679,63</b> Valor Pág. (€): <b>10.000,00</b> Página: <b>4</b>	 Imagen: <b>Si</b>

→ LIBROS

# Catálogo para escoger lectura

Las vacaciones de Navidad son un buen momento para dedicarse a la lectura. Las editoriales de 'management' ofrecen propuestas variadas sobre habilidades directivas y las estrategias empresariales que están ganando adeptos. Por **Ángela Méndez**

Aunque las fiestas navideñas son sinónimo de familia, amigos y reuniones puede que encuentre un momento para aprender nuevos conceptos, herramientas y técnicas que pueda poner en práctica en su día a día.

Las editoriales de gestión ofrecen entre sus novedades obras destinadas a invitar a la reflexión, que nos ayuden a descubrir cuáles son nuestros puntos fuertes y débiles, para poder trabajar sobre ellos y mejorar en el plano profesional y personal.

Estos libros, que podrían englobarse bajo el término de "autoayuda", son los más numerosos y demandados. Destaca que, año tras año, el formato que eligen los autores es el cuento o la fábula con moraleja final. Una manera de hacer atractiva la lectura de libros con una temática más compleja que una novela de ficción, pero que de esta forma consiguen enganchar al lector.

No obstante, el formato de libro pedagógico sigue en vigor. En éstos se desmenuzan los temas, se incluyen resúmenes y ejercicios que permiten acceder a las ideas clave y hacer una lectura abierta adaptada a las necesidades de cada momento.



**JOHNNY BUNKO**  
 Autor: Daniel Pink  
 Editorial: Empresa Activa

Es cierto que nuestra vida es en muchas ocasiones como una película de ficción, con personajes extraños, siniestros -también algunos normales- y hasta seres sobrenaturales. Daniel H. Pink, conferenciante y autor de grandes *best sellers* publicados en *The New York Times*, ha querido recoger estas peculiaridades de la vida cotidiana llevando al papel un *thriller* sobre el día a día en el trabajo.

Lo más peculiar de esta obra es que H. Pink ha optado por el cómic, género que hasta ahora no había irrumpido en el sector de la gestión. *Las aventuras de Johnny Bunko* son ciento sesenta páginas de viñetas dirigidas a cualquier profesional que encierran los secretos esencia-

les para tener éxito en el trabajo.

Bunko es un joven atrapado en un empleo que no le satisface. Se siente atrapado en una rutina que le asfixia y le impide crecer como profesional y como persona. Cuando está a punto de rendirse y dejarse vencer por la angustia y la depresión, aparece Diana, una especie de hada madrina nada convencional, que le ayudará a descubrir cuáles son los seis secretos para triunfar en el trabajo.

Diana, la *effocoach* del protagonista, increpa a Johnny para dejar la actitud de derrotado y de víctima y comenzar un nuevo yo.

Los seis puntos sobre los que hay que asentar la nueva vida son: no hay un plan; concéntrate en tus talentos, no en tus debilidades; no se trata de ti; la persistencia aviva el talento; comete errores excelentes y deja huella. De entre ellos, destaca el que dice que hay que estar abierto y atento a cualquier cambio, aprender a reaccionar y aprovechar las oportunidades. No tener miedo de los errores y confiar en uno mismo son los consejos más relevantes en los que insiste esta hada madrina.



**ZENOBIA. UN CUENTO DE NEGOCIOS**  
 Autor: M. Emmens B. Kephart  
 Editorial: Granica

Matthew Emmens y Beth Kephart defienden la importancia de trabajar en equipo y el papel de la imaginación y el entusiasmo para conseguir el éxito en el trabajo. Para exponer todo esto han optado por narrarlo en forma de cuento. *Zenobia* cuenta la historia de una joven emprendedora, Moira, que aspira a conseguir un empleo y comienza una laberíntica carrera en la que, por un lado, tiene que enfrentarse a la compleja burocracia del mundo de la empresa y, por otro, debe luchar contra el desánimo y la apatía de los empleados.

A través de la sencilla historia de esta joven, los autores explican que el éxito no es una medida absoluta, sino que es el objetivo que cada indi-

viduo se fija para uno mismo. Las personas que tienen éxito fijan sus metas y luego buscan el camino para llegar a ellas. Pero en ese trayecto no dudan en pedir ayuda y aprovechar el trabajo en equipo, compartiendo y mejorando juntos. La obra también hace hincapié en la determinación, la humildad, la empatía, las ganas de asumir retos y correr riesgos para dar alas a la imaginación y conseguir el objetivo deseado.



**EL ÉXITO EN SEIS CAFÉS**  
 Autor: Pino Bethencourt  
 Editorial: Gestión 2000

Quién no ha recurrido a tomar una taza de café junto a un conocido para pedir ayuda a la hora de buscar un nuevo empleo? Eso es lo que Pino Bethencourt





# Expansión & Empleo

Nacional Suplem. Semanal  
Semanal

Tirada: **75.243**  
Difusión: **46.736**  
(O.J.D)  
Audiencia: **163.576**  
(E.G.M)  
**13/12/2008**

Sección: -  
Espacio (Cm\_2): **643**  
Ocupación (%): **73%**  
Valor (€): **7.388,89**  
Valor Pág. (€): **10.000,00**  
Página: **5**

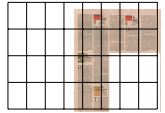


Imagen: **Si**

cuenta en su libro *El éxito en seis cafés*, una obra en la que defiende la importancia de cuidar y fomentar la gestión de contactos, el llamado *networking*. Para la autora, mirar a la red de conocidos no es un simple acto social, sino que es una habilidad fundamental tanto en el plano personal como profesional. Insiste en que una red de contactos efectiva puede abrir puertas, acelerar cambios en la carrera profesional, resolver conflictos o situaciones complicadas. Bethencourt dice que "dejarlo a la mera suerte es casi una locura".

Esta obra describe una metodología y un sistema para crear, desarrollar y mantener una red de contactos útil y dimensionada a nuestra propia personalidad.

Su lectura propone trabajar dos vertientes, una primera centrada en evaluar la calidad de los contactos y en la que se proponen actividades concretas para poner en marcha y conseguir comportamientos que ayuden a mejorarla. El segundo campo de trabajo se centra en una dimensión más abstracta, que ayuda a comprender los factores que condicionan las relaciones personales y qué tipo de emociones y estructuras entran en juego. Destaca también los testimonios reales que ilustran la importancia del *networking*.



**PRÁCTICAS COACHING**  
Autor: Launer y Cannio  
Editorial: Lid

¿Qué es realmente el *coaching*? ¿Para qué sirve y para quién? Estas son algunas de las preguntas más comunes que surgen relacionadas con esta disciplina. Viviane Launer y Sylviane Cannio, que han sido presidentas de la Federación Internacional de *Coaching* en España y Bélgica, respectivamente, defienden el *coaching* como un proceso y descartan cualquier teoría que lo relacione con una formación individual, un consejo o una supervisión. Este es uno de los aspectos que Launer y Cannio quieren dejar claro en su libro *Prácticas de coaching*. En la primera parte detallan su definición, el pacto que se establece con el *coachee*, el proceso, la posición del asesor y el camino del cliente hacia su autonomía. Asimismo, describen al *coach* como un profesional intuitivo, paciente, flexible, que muestra humanidad, valentía y humildad.

Tras estas puntualizaciones comienzan los casos prácticos, que son doce historias reales en las que las autoras van desgranando las herramientas de trabajo y explican cómo es un proceso de *coaching*.

Los casos de los diferentes clientes plasman situaciones cercanas y comunes a muchos, tanto en el ámbito profesional como personal: dificultades de relación en la oficina, gestión de las emociones, la nueva cultura en el marco de cambio en la dirección de la empresa o la motivación en el trabajo son algunos de los temas que se tratan. De estas historias, diez se centran en las dificultades individuales y las dos últimas en problemas relacionados con el trabajo en equipo.

Con clara orientación práctica, la narración de los casos es a través de los diálogos del *coach* y el cliente. Destacan las explicaciones teóricas, las reflexiones, las ilustraciones y cuadros que hacen la lectura amena y que permiten centrarse en los aspectos que, según las circunstancias, más interesen.



**MATE A SUS SAGRADAS VACAS...**  
Autor: Bernstein, Fraser y Schwab  
Ed: Empresa Activa

Toda empresa y sector de negocio tiene lo que comúnmente se llaman "vacas sagradas"; esos lemas y principios que parecen inamovibles y que todo empleado debe venerar. Frases como "el cliente siempre tiene razón", "todo el mundo se merece una segunda oportunidad" o "los empleados son el mejor activo de la empresa" son algunos ejemplos de estos principios o filosofías corporativas que asumen cada día miles de profesionales y cuyo segui-

miento provoca la sensación de estar haciendo lo correcto.

Para Bernstein, Fraser y Schwab, autores de este libro, es cierto que cada una de estas frases contiene elementos valiosos, pero advierten que cuando son seguidas ciegamente pueden frenar la creatividad, la originalidad y, por ende, afectar a la mejora de los resultados.

El objetivo de los autores no es sólo enfrentarse a estas vacas sagradas, sino que proponen y defienden su muerte para ahorrar tiempo y dinero. Descartando el contenido práctico que se extrae de estos lemas, consideran que su único fin es mantener el estatus haciendo que todo siga igual, mientras que la dinámica de los negocios continúa su ritmo. Para ellos, esto provoca que numerosas compañías se estancan en viejas pautas y pierdan empuje frente a sus principales competidores.

Con gran sentido del humor, Bernstein, Fraser y Schwab asesinan a las vacas sagradas más arraigadas en el mercado de trabajo. De forma clara las identifican, analizan en profundidad y proporcionan interesantes pautas para hacer que los negocios sean más rentables.



**HACIA LA EMPRESA RAZONABLE**  
Autor: J. Garralda  
Editorial: Lid

Durante muchos años, el término responsabilidad corporativa ha invadido los medios de comunicación y las salas de reuniones, pero pocas han sido las medidas que se han realizado para que esa responsabilidad sea real.

Para Carlos Mas, presidente de PricewaterhouseCoopers en España y prologuista de la obra de Joaquín Garralda, "ahora es cuando debemos entender que la sostenibilidad no es, ni puede ser, una herramienta de *marketing* a corto plazo, sino una palanca que afecta no sólo a la viabilidad de las compañías, sino a cómo serán la sociedad y el entorno futuros". Este es el mensaje que Garralda quiere transmitir en su libro, *Hacia la empresa razonable*, en el que insiste en que los di-

rectivos deben asumir que la responsabilidad corporativa va a ser, cada vez más, una materia en la que deben centrar sus esfuerzos. Con este objetivo ha elaborado una guía útil para que el directivo pueda responder a cuestiones básicas sobre la responsabilidad corporativa (RC). En él se explica cómo le afecta a la organización, por dónde debe empezar y hasta dónde debe dedicar recursos a esas actividades. Una vez iniciado el proceso -afirma-, hay que determinar las variables internas que condicionan la integración de la responsabilidad corporativa en las prácticas cotidianas de la empresa.

La obra está estructurada en tres grandes bloques. El primero presenta una perspectiva general. El segundo plantea un modelo de análisis para las compañías que permite saber cuáles son las claves estratégicas a tener en cuenta a la hora de abordar un plan de RC. En la última parte del libro se describe una herramienta de análisis interno de la empresa que pone de manifiesto los factores que pueden actuar de freno o de acelerador ante la posible decisión de integrar la responsabilidad corporativa en la compañía.



**CÓMO RETIRARSE 10 AÑOS ANTES**  
Autor: M. Bamford  
Editorial: Pearson

Bienvenido al libro que puede recortar en diez años su vida laboral y hacer del retiro anticipado una realidad". Así comienza la obra de Martín Bamford, un libro cuya premisa fundamental es que "las decisiones que tome ahora van a influir en sus ingresos futuros". Partiendo de esta afirmación, Bamford defiende que cualquier trabajador en activo debe tener muy presente su retiro del mercado de trabajo y que, antes de que llegue ese momento, hay que empezar a trabajar en él para disfrutar entonces de las mejores condiciones posibles. Es más, afirma que "es tanto posible como deseable estar en posición económica de retirarse diez años antes".

La cuestión fundamental reside en que las personas que sueñan con su jubilación no tienen que esperar a que llegue la edad fijada por el Estado, sino que pueden acelerar ese momento. ¿Cómo? El primer punto es estar preparado mentalmente, ya que el paso de disponer de poco tiempo libre a tener mucho puede causar un efecto no deseado. Después hay que hacer un planteamiento financiero complejo que debe comenzar por eliminar las deudas y recortar gastos superfluos. De forma práctica, Bamford, uno de los asesores financieros más reconocidos de Gran Bretaña, explica cómo amortizar la hipoteca, cómo obtener el máximo beneficio de sus inversiones y también explica cuáles son las claves para reinvertir el dinero extra obtenido de trabajos complementarios para conseguir el respaldo económico que le permita decir adiós a su trabajo.