

Texto: **Gabriel Cortina de La Concha**

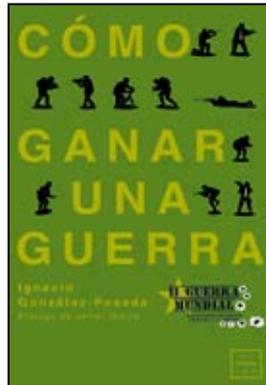
Brilla



Lynda Gratton
Editorial Pearson

Este libro trata sobre cómo irradiar energía, innovación y éxito en nuestros proyectos, para encontrar y saber aprovechar las grandes oportunidades. Quizás estamos en la mitad de nuestra carrera profesional y nos preguntamos cómo ser más innovadores. Quizás estamos al final de nuestra vida laboral y nos gustaría mantenernos activos y dinámicos. En cualquier caso, hay que hacer algo. Pero ¿cómo evitar trabajo a todas horas, arriesgar la salud, abandonar familia y amigos, alejarnos de nuestro propio yo? Todas las personas y de muy diferentes personalidades, pueden “brillar”: cuando irradiamos energía positiva y esta, a su vez, nos permite pasar por una importante experiencia laboral ya que contagiamos a los demás y gracias a nuestra iniciativa e innovación, todos conseguimos que el trabajo sea un trabajo bien hecho. En esos momentos nos sentimos felices con nuestro trabajo, sentimos que compartir el trabajo con los demás es lo más natural del mundo, sientes que eres parte de algo grande e importante... El reto es sencillo: tenemos que aprender a brillar y a partir de ahí, crear, encontrar y explotar nuestros puntos calientes. Este libro te ayudará a conseguirlo.

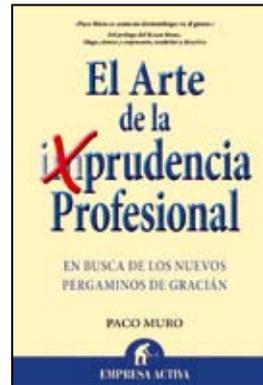
Cómo ganar una guerra



Ignacio González-Posada
LID Editorial

La mayoría de las personas son conscientes de la importancia de mirar al pasado y de aprender de los errores cometidos para evitarlos y mejorar el futuro. En esta obra se descubren las similitudes entre la II Guerra Mundial y el panorama empresarial, trazando paralelismos entre las situaciones vividas en esta contienda y los escenarios que se dibujan habitualmente en el mundo empresarial contemporáneo. En este caso, las lecciones sobre las decisiones tomadas se aplican a empresas como Coca Cola, Microsoft, Sony, GlaxoSmithkline, Procter&Gamble o Unilever. En esa época hubo también grandes retos empresariales: una crisis sin precedentes, una lucha por los mercados globales o la aparición de nuevas tecnologías que se aplicaban por primera vez de forma masiva. A lo largo de 11 capítulos se dan respuestas a preguntas como: ¿qué pensaban cuando tomaron decisiones que causaban cientos de miles de muertos e incalculables sufrimientos? ¿Cómo reaccionaron ante aquellas tensiones intolerables? ¿Qué tenían en la cabeza? ¿Cómo se tomaron las decisiones? ¿Eran hombres excepcionales u hombres mediocres involucrados en unas circunstancias que les venían demasiado grandes? Episodios históricos aplicados a la empresa que le harán disfrutar, aprender y desarrollar buenos negocios.

El arte de la prudencia profesional



Paco Muro
Empresa Activa

Libro sobre la experiencia y sentido común, a la luz del clásico Baltasar Gracián, que brinda las claves de la gestión moderna prudente. Gracias al encuentro de los personajes con un misterioso personaje, los protagonistas tendrán la oportunidad de hacerse valedores de unos pergaminos desconocidos del célebre pensador. Para ello tendrán que superar una serie de pruebas relacionadas con su propia capacidad de gestionar temas empresariales, explicarlos y enseñarlos a los demás. El lector podrá aprender las buenas prácticas empresariales con el objetivo de mejorar la eficiencia y el día a día de cualquier profesional u organización, como el concepto de cambio o el verdadero sentido del trabajo en equipo, descubrir los siete pasos para obtener el mejor resultado posible y reflexionar sobre los errores estratégicos que se cometen continuamente en las empresas. “El arte de la prudencia profesional” combina el entretenimiento y el aprendizaje. Cargado de grandes consejos, el libro desgana punto a punto las claves de la buena gestión empresarial, consejos muy útiles para los profesionales autónomos.

Pensar estratégicamente



Xavier Gimbert
Editorial Deusto

Pensar estratégicamente debe ser una actitud tanto de empresas como de profesionales autónomos, con el fin de lograr unos objetivos concretos. Por muy superiores que sean hoy los competidores, por muy elevados que sean sus recursos, no cabe el desánimo. Pensar no cuesta dinero, pero no hay dinero para pagarlo. Ayudarle a esta tarea es la clave de este libro pensar estratégicamente. Explica de forma sencilla y clara los elementos, conceptos, análisis e interrelaciones que componen esta capacidad, además de ofrecer modelos de reflexión y guías de este proceso para poder entender las claves. Temas que se tratan son, entre otros, el definir la visión, la misión, los objetivos, la ventaja competitiva, el ciclo de vida del producto, la cadena de valor, la crisis, etc. Primera pregunta: mire su agenda del mes. ¿Qué porcentaje de su tiempo está ocupado por cuestiones operativas (llamadas, reuniones, gestiones...) y qué porción tienen los temas estratégicos (pensar, planificar, definir)?