



LIBROS

'Management' de bolsillo para Navidad

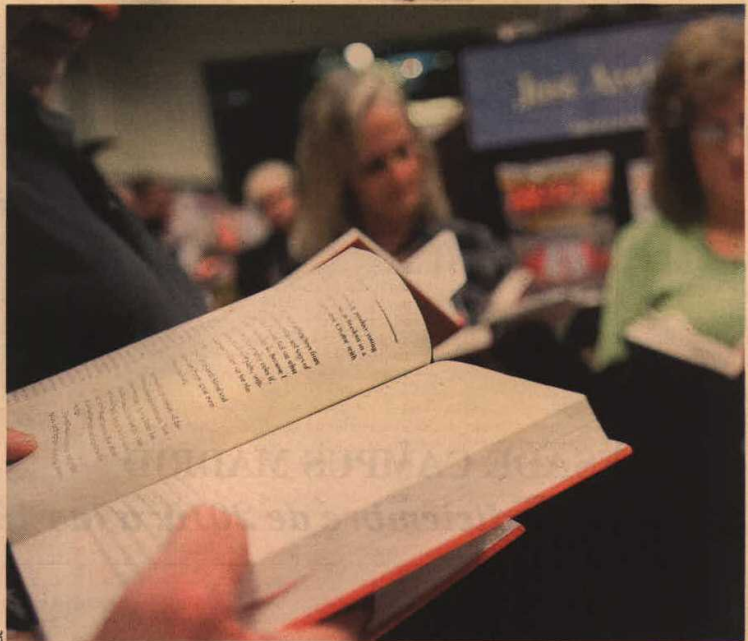
Estilos de dirección, dificultades para emprender y modelos de referencia en los que inspirarse son los temas por los que apuestan las editoriales. Por **Á. M., B. E. y T. V.**

Hay que admitir que los temas son los de siempre y, en principio, puede parecer que no le van a descubrir nada nuevo y revelador que cambie o mejore su vida. Sin embargo, la lectura de las últimas propuestas de las editoriales le hará reflexionar sobre aspectos de su trayectoria profesional y personal, a la vez que le permitirá conocer las últimas tendencias que rigen el mercado de trabajo.

Este año destacan los libros que ahondan en las causas de la crisis económica actual, pero que, a la vez, ponen especial hincapié en las posibles soluciones.

De este modo, se analizan modelos de gestión empresarial y de trabajo en equipo que pueden ayudar a conseguir los objetivos empresariales y profesionales.

Aquellos que barajen la posibilidad de poner en marcha un negocio comprenderán que la capacidad de reinventarse es infinita e imprescindible. Por eso la decisión y la confianza en las propias habilidades son los puntos clave. El liderazgo también está presente en las obras de gestión que defienden que los valores personales y las motivaciones son los pilares que ayudan a crear y formar buenos jefes.



Muchas de las novedades editoriales analizan las causas de la crisis, pero también hacen hincapié en las soluciones.



A veces uno escucha a los más jóvenes y, definitivamente, comprendes que hablan un lenguaje diferente: *Feeds, gadgets, widgets, crowdsourcing, coolhunting, cloud computing, SEO, SEM, RTLS, ZigBee, tweets, Facebook...* Esto no sería mayor problema si no fuera porque, en ocasiones, el adulto sospecha que, con toda probabilidad, es él -y unos cuantos más de su generación- quien no habla el idioma que poco a poco se está imponiendo en el mundo: el de las redes. El libro *¡SOCORRO, quiero ser digital!*, escrito por Martiniano Mallavibarrena y Alicia Feliciano, trata de arrojar algo de luz sobre los nuevos hábitos de comunicación y de consumo que nacen de la mano de redes sociales, *blogs, wikis, smartphones* (otra de esas palabrejas), sistemas de loca-

lización, etcétera, y sobre cómo estos inciden en la creación y desarrollo de nuestra propia identidad virtual. O de la marca digital de nuestro negocio.

Tomando como punto de partida este grito de auxilio, los autores defienden que el fenómeno de la web 2.0 no es un simple juego de niños, sino uno de los cambios más importantes que ha vivido internet en los últimos años. Con la llegada de los medios sociales, el colectivo de los usuarios adquirió poder para difundir información, una circunstancia que no sólo está modificando las relaciones personales entre individuos, sino que impacta directamente sobre la realidad empresarial de medios de comunicación, industrias culturales, hoteles, modas y cualquier otra actividad comercial.

Para Mallavibarrena y Feliciano, internet no sólo supone un cambio radical en la sociedad, sino una oportunidad para que los directivos mejoren la gestión de sus organizaciones. "Al fin y al cabo, en la Red está el público objetivo al que se dirigen las compañías, los puestos de trabajo con más futuro, los candidatos mejor preparados, las ideas más innovadoras y las ofertas más interesantes. ¿Por qué seguir dándole la espalda?".



La obra de Marc Vidal es un libro valiente, directo y necesario. Vidal, analista económico, no se anda con medias tintas y explica los males de la sociedad española, de la que dice que "duerme la siesta". Su obra se centra en la cultura emprendedora y, en concreto, en las innumerables trabas que frenan y disuaden al profesional que se plantea crear su propio negocio. Las cifras y datos con los que argumenta su alegato contra la que denomina "una sociedad paralizada" son contundentes y conocidas portadas. Un ejemplo es que sólo un 7% de los españoles decide poner en marcha su propia empresa, frente al 14% de los inmigrantes que decide hacerlo. Otro dato bien conocido y que pone de manifiesto la dificultad para emprender es que en España la media de tiempo

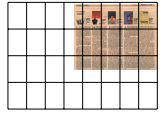
para tener operativo una nueva empresa es de 42 días, mientras que en el resto de los países es de 13 días.

Con estas cifras, lo que realmente preocupa y deprime a Vidal es que no reaccionamos. Es más, aún sumidos en una profunda crisis económica y política, seguimos sin ponernos manos a la obra. Para el autor se debe a que el problema más peligroso y dañino es el social: "Me desespera el escaso impulso de nuestra sociedad en términos de reacción ante lo injusto o lo impresentable". Manifiesta que emprendedor no es sólo el que pone en marcha un negocio, sino el que actúa como tal y adopta el riesgo vital en su día a día.

También arremete contra la mentalidad del *españolito* que sólo espera las ayudas y a que le den todo hecho. Pero no todo son reproches, también alaba las buenas iniciativas, la creatividad y astucia de los empresarios y les anima, a ellos y a otros, a seguir adelante, a no rendirse, porque asegura que "cada país o colectivo sólo saldrá de la crisis en la medida en que sea capaz de ejercer su propia libertad y pueda emprender sus propios caminos". Si es de los que piensa que es mejor ser funcionario que empresario, por favor, no lea este libro.



Amenudo nuestra jornada laboral nos deja insatisfechos, con la sensación de no cumplir los objetivos. Para paliar el peso de las tareas pendientes que nos persiguen creemos que la solución pasa por dedicarle más horas o trabajar más deprisa. Sin embargo, José María Acosta, experto en dirección y RRHH considera que, para mejorar la gestión de nuestro tiempo es necesario descubrir cómo funcionamos, centrándonos en el uso que le damos a las horas que trabajamos y averiguar cuáles son nuestros hábitos y nuestras capacidades personales. Según Acosta, un 45% de nuestra jornada está dedicada a asuntos que no sabemos evitar, pero que en el fondo son una pérdida de tiempo. Aquí se dan las pautas para aprovechar cada minuto sin frustración.



Los negocios familiares son una parte muy importante del tejido empresarial de un país, pero si la dirección de una compañía ya es de por sí complicada, la dificultad es mayor cuando hay lazos de sangre de por medio. Ceferi Soler y Enrique Reig lo saben y han realizado un profundo análisis de los puntos esenciales para lograr una buena gestión.

La obra no se dirige sólo a los miembros de una corporación familiar, también es una lectura indicada para personas que se planteen crear su propia empresa y para profesionales de cualquier ámbito que pueden acabar trabajando en estas organizaciones.

Los autores analizan los diferentes modelos de desarrollo del negocio: El individual, donde los miembros del clan tienen libertad para desarrollar sus proyectos, que pueden ser compatibles o no con la familia y la empresa; el familiar, en que rige el peso del prestigio, funcionalidad y unidad de la familia; y el empresarial, donde la rentabilidad obtenida del sacrificio es la nota esencial.

Soler y Reig destacan la necesidad de que los fundadores reciban una formación que les capacite para involucrar a la siguiente generación. De esta forma se facilita la sucesión, porque el directivo conoce los puntos fuertes de cada miembro de la familia. También animan a no postergar el momento. El fundador debe dar libertad a los nuevos directivos.

Humberto Salermo y Andrea Gay consideran que una buena forma de aprender es estudiar los casos de éxito. Por eso se han centrado en la historia de Mango, una empresa que comenzó con una tienda en Barcelona y que en la hoy cuenta con 1.700 establecimientos por todo el mundo.

Por un lado analiza la gestión de una multinacional de origen familiar que ha conseguido imponerse como una marca de referencia en el sector textil y, por otro, invita al lector a lanzarse a la aventura empresarial.

Entre los aspectos que se analizan está la capacidad de reinventarse constantemente. Para Salermo y Gay, la empresa es que ha sabido conjugar la diversidad cultural, aprovechando sus peculiaridades y adaptándose a sus demandas.

Uno de los capítulos más interesantes es el que explica el modelo de expansión y crecimiento. En concreto, su decisión de franquiciar. "Mango decidió apostar por el sistema de franquicias para internacionalizar la compañía en 1992, cuando Isak Andic se dio cuenta de que era necesaria su presencia a nivel global para seguir creciendo". Lo más destacado de su gestión es que, además de poner a disposición del nuevo empresario un servicio integral de prestaciones, el franquiciado debe aportar la gestión de personas y se le exige que retribuya a los empleados con un salario superior al de la media de mercado para aumentar el nivel de satisfacción.

John Hunt es dramaturgo y fundador y director de la agencia de publicidad TBWA, y está plenamente convencido de que el mundo se mueve por las ideas. Por eso su libro se centra en la creatividad en todos los aspectos de la vida y en la forma de hacer que las ideas se conviertan en realidad. Es evidente que describir cómo se obtiene una idea no es fácil. "A veces simplemente aparece sin previo aviso, otras tiene que ser buscada persistentemente y, en ocasiones, no llegamos a encontrarla", dice Hunt. En este sentido, su obra invita a desarrollar todo nuestro potencial para alimentar y cuidar las propias ideas con el fin de que puedan crecer y materializarse. El autor sostiene que una idea es una experiencia intuitiva que, para tener éxito, debe formar parte de un entorno.

El objetivo del autor es sacudir el miedo que frena la creatividad, e incita al lector a desinhibirse y tomar las riendas de su vida personal y profesional. Sin embargo, sus propuestas no son sólo para los profesionales, también recuerda a las empresas las ventajas que les puede reportar favorecer la libertad y la creatividad.

Muchas de sus observaciones son evidentes y el lector no descubrirá en ellas una receta mágica. Sin embargo, sus reflexiones le ayudarán a confiar en sus instintos; a aprovechar la diversidad; a afrontar los cambios; a salvar las barreras burocráticas u organizativas y a asimilar que "no es el círculo de la vida, sino el circo de la vida donde debemos aprender a movernos".

Amparo Moraleda, directora general internacional de Iberdrola; Eva Castillo, primera mujer consejera de Telefónica; María Dolores Dancausa, CEO de Bankinter, y la alpinista Edurne Pasaban reflexionan sobre el liderazgo en 1.058 preguntas a mujeres de éxito. Fémimas provenientes de distintos ámbitos que muestran el camino que les ha llevado al triunfo.

Cada participante explica cómo fue su formación y qué le ayudó en su desarrollo como líder en esta obra, cuyo fin es favorecer el impulso de un nuevo modelo de liderazgo centrado en lo mejor de las capacidades. A pesar de que el título del libro se centra en la mujer, han sido varios hombres los que han aportado su visión del liderazgo, como Luis Huete, profesor del IESE; o Aldo Olcese, consejero de AC y de KPMG. De este modo, el resultado es un conjunto que atina lo mejor de cada género.

En total, más de cincuenta personas han participado en este proyecto y, gracias a sus comentarios y reflexiones, intentan ayudar a aquellos que se plantean una vida laboral en la actual situación de crisis. En opinión del autor, Rubén Fernández-Costa, en 1058 preguntas a mujeres de éxito se pretende transmitir dos mensajes: la oportunidad que las empresas españolas están perdiendo al no aprovechar el potencial de la diversidad, y proporcionar ideas específicas para desarrollar las capacidades individuales de liderazgo.

Tom Peters es uno de los grandes referentes en la literatura de gestión. Desde la década de 1970 hasta hoy su nombre está ligado a la gestión de los negocios, en parte gracias al éxito de *En busca de la excelencia*. Ahora llega de nuevo a las librerías con *Las pequeñas grandes cosas*, una obra en la que recopila una serie de mensajes para reflexionar como: "El empleo fijo está muerto. Su carrera profesional no" o "Primera tarea: ¡Diviértase!".

La nueva obra contiene 163 recomendaciones para lograr la excelencia. Cada truco viene acompañado de un comentario en el que Peters utiliza su experiencia y bagaje profesional para mostrar cómo ser más eficaz, responsable y mejor en el puesto de trabajo. Se aprende sobre la importancia de no aplazar las cosas urgentes, sobre la correcta gestión del tiempo, o cómo tener confianza en uno mismo, lidiar y llevarse bien con los competidores.

Aunque *a priori* estos consejos estén dirigidos a grandes y pequeños directivos y su ámbito de aplicación sea el mundo de la empresa, es cierto que las recomendaciones que propone Peters pueden ponerse en práctica en todos los ámbitos de la vida. Lo importante es que a partir de sus ideas cada persona puede definir su propia estrategia, aprender a priorizar y a saber reemplazar la lista del "desearía que" por la de "hacer ahora".