

Y cuando el autor comparte sus razones "del porqué de este libro", nos gana definitivamente: "Más que resumir los cinco años pasados, con este libro pretendo resumir los cinco que empiezan ahora". No se pierdan el calado de la frase: "resumir, hoy, el futuro". Aunque confiesa que no le gusta la palabra "emprendedor", ¿qué es un emprendedor sino el que hoy está "resumiendo" el futuro? El que lo "ve", el que lo "crea", el que partiendo de una necesidad real, le da una solución. Este libro es un complejo vitamínico para el posible lector y, también, "aspirínico" porque nos quita dolores de cabeza.

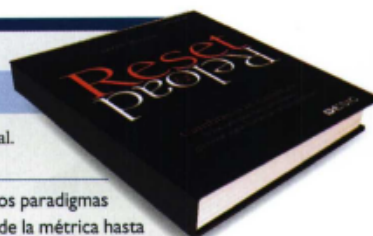
Los capítulos tres y cuatro rodean la idea que haya podido tener un emprendedor. Tienen mucha envidia los apartados "El principio de una idea" o "Ya no tengo ideas. Pues yo tengo muchas ideas". Les siguen "Quiero recrearme" y "Critícame, pero no tanto", donde insiste en una idea que muchos avalarían pero, quizás, no tantos la llevan (desde la razón—instrumentos—plus corazón-convicción) a la práctica: "...las críticas suelen ser beneficiosas para la empresa y hay que aprender a aprovecharlas en beneficio propio. Cuando encuentres un grupo de usuarios de quien te fies y que te critique de manera constructiva, cuidalo". Los tres siguientes capítulos "El primer día antes del éxito", "Sin prisa, pero sin miedo" y "Por arriba o por abajo", son sumamente interesantes porque el autor da una vuelta de tuerca, un giro de rumbo en ese "viaje" (en sus palabras) que es emprender. Lo leemos en afirmaciones como: "Una mente para emprender cosas es una mente que sabe lo que quiere y actúa a la mínima oportunidad" o "...los mínimos para subsistir no deben dejarse en manos de la suerte, sino que la suerte constituye el extra". En el capítulo décimo, desde la humildad nos alerta que se puede morir de éxito y que "el éxito es una de las cosas más difíciles de gestionar, por más que asistas a conferencias que te expliquen cómo hacerlo [...] es muy recomendable irse preguntando periódicamente: *Para mí, ¿qué es triunfar?*, porque el concepto cambia o se modifica con la edad, con las experiencias y a medida que se va avanzando en el proyecto". Los dos últimos, "And the winner is..." y "Bla, bla, bla..." transmiten la sensación que se tiene a la hora de recibir premios y la importancia, en definitiva, de la comunicación: "Hablar lo es todo. En cualquier situación y momento, la gente solo sabe quién eres y cómo eres, cómo de fuertes son tus ideas y cómo de débil eres tú, por tus palabras. Cada vez que abres la boca, sin importar si te diriges a una sola persona o a cuatrocientas mil, todo puede cambiar.

Lo dicho: aire fresco, pasión, fe en uno mismo, perseverancia, humor... La travesía de este joven emprendedor es un arrastre para otros. Eso sí, hay que echarle coraje al asunto. ■

RESET & RELOAD

ROVIRA, Javier. ESIC Editorial.
Madrid, 2011. 280 páginas.

Reset & Reload cuestiona los paradigmas empresariales actuales; desde la métrica hasta las relaciones empresa-trabajador pasando por elementos estratégicos como la diferenciación, la determinación de precios, la distribución y venta o la mitificación del mundo online entre otros aspectos para después proponer alternativas prácticas que nos permitan abordar un futuro más competitivo y definitivamente diferente al pasado que acabamos de dejar atrás. ■



EL BUS DE ENERGÍA

GORDON, Jon. Empresa Activa.
Barcelona, 2011. 188 páginas.

El libro nos lleva por un iluminador viaje durante el cual se revelan los diez secretos de la energía para mantener la actitud positiva que nos permita conseguir los objetivos personales y profesionales. George tiene un día aciago en el que todo le sale mal. Forzado a tomar el autobús para ir al trabajo, se encuentra con un peculiar conductor que le hará replantearse muchas de las cosas que hace en su vida. El autor nos brinda un programa completo para enfrentar la adversidad y conseguir sacar lo mejor de uno mismo. ■



EL ADN DE LA FORMACIÓN PARA DIRECTIVOS

ILIE, Camella y MARTÍN, M^a José.
Lid Editorial. Madrid, 2011. 187 páginas.

En un contexto de permanentes cambios y exigencias de adaptación a las nuevas realidades empresariales, la actualización de conocimientos de los directivos se convierte en un elemento esencial para el éxito de cualquier clase de estrategia empresarial. Esta obra analiza la importancia de la formación de los ejecutivos y, desde un punto de vista práctico, aporta un riguroso estudio de todos los procesos de diseño, implementación y evaluación de los planes de formación ideales para cada tipo de empresa y organización. ■

