

> LIBROS

Lecciones de estrategia para el verano

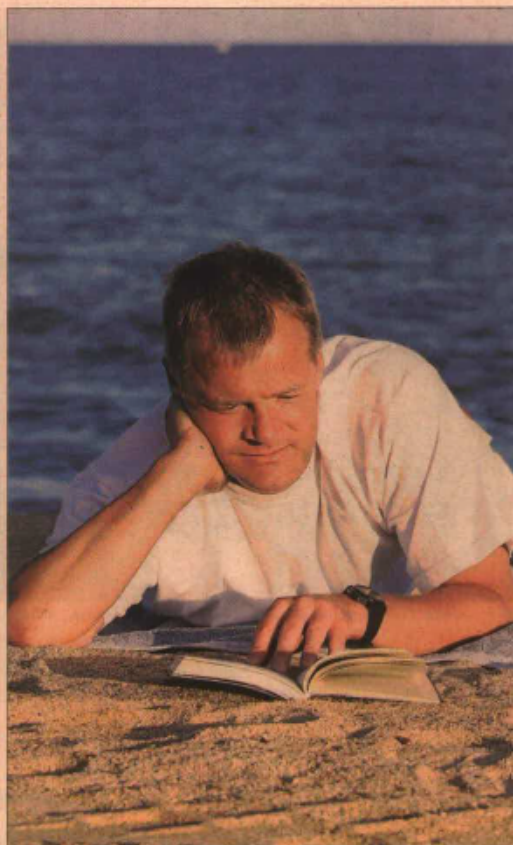
Gestión de equipos, negocios y empresas, o redes sociales son las propuestas. Por **A.M.**

Estudiar y analizar lo que otros han hecho siempre es una buena forma de aprender. Por eso, la mayoría de las propuestas de las editoriales de *management* recogen casos reales de empresas que han puesto en marcha con éxito nuevas estrategias de negocio o programas de gestión de personas. A partir de estos proyectos con nombre propio invitan a la reflexión y a la acción, porque todos coinciden en que la parálisis y el miedo al fracaso son lo peor que le puede pasar a un profesional y a una organización.

La crisis económica está presente en la temática de las novedades editoriales, pero ya no se centran en analizar las causas, sino en asumirla y empezar a trabajar para rediseñar la forma de actuar. Destacan los libros que

apuestan por mejorar las habilidades profesionales, y el mensaje común es que cada persona debe ser consciente de que nadie más que él es responsable de su trayectoria. Hay que encontrar el lado positivo y hallar una nueva forma de actuar que le permita alcanzar sus objetivos. Pero no toda la responsabilidad es individual. Muchos autores insisten en la labor del jefe para sacar lo mejor de su equipo. Es inherente a su cargo conocer a cada uno de sus profesionales, decidir en qué área o departamento puede aportar más y reconocer el valor de cada individuo.

Tampoco faltan los libros que analizan la importancia de las redes sociales en el panorama social y empresarial. Dar a conocer sus beneficios y cómo manejarlas es el objetivo de estas obras, que son manuales prácticos.



La época estival es propicia para mejorar habilidades. / DREAMSTIME

La actitud es la gasolina de la vida profesional

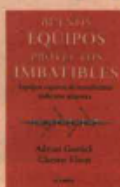
«Cada persona, cada trabajo, cada empresa, cada familia y cada equipo tendrán que superar la negatividad, la adversidad y los retos para definirse y crear éxito. Nadie pasa por la vida sin sufrir pruebas, y la respuesta a estas pruebas es la energía positiva», recuerda Jon Gordon en la introducción de su libro. Para él la energía positiva es el optimismo, la confianza, la ilusión y el ánimo para vivir, trabajar y rendir a un nivel más alto. Es un libro de autoayuda que, en clave de fábula, dice que cada uno es responsable de cómo quiere vivir su vida y, también, cómo quiere que sea su trayectoria profesional.

Sus propuestas son viejas conocidas, pero no por ello menos importantes; al contrario, por evidentes no las vemos. Gordon explica que el éxito no llega a las personas que achacan todos sus males a los demás, que se acomodan en una zona segura y prefieren quejarse antes que trabajar. Su mensaje actúa como una aguja que nos hace reaccionar y buscar soluciones en vez de problemas.

La tarea no es fácil y, para no caer, el autor propone diez reglas que le ayudarán a alcanzar sus objetivos. Destaca la importancia que le concede a saber deshacerse de los vampiros chupadores de energía. Personas que siempre ven la parte negativa de las cosas y que envenenan el ambiente con sus comentarios y actitud. Con ellos no hay que tener miramientos, hay que ser directos, francos y no dejarles subir a su autobús.

La fuerza de los equipos

¿Cómo puede conseguir que su equipo rinda al máximo? Este es el objetivo que persigue y por el que se paga a un directivo. Según Adrian Gostick y Chester Elton, la clave reside en otorgar libertad a sus componentes para que den rienda suelta a su imaginación, a su creatividad y que no sientan miedo de exponer sus teorías o propuestas. Para los autores también es fundamental crear un equipo, que no sea sólo un grupo de profesionales trabajando juntos, sino que sientan un vínculo común y



Buenos equipos...
Autor: A. Gostick/C. Elton
Editorial: Connecta
Páginas: 304

compartan un proyecto de futuro. En esta tarea la labor del jefe es esencial y, sobre todo, no debe olvidarse de valorar y reconocer el esfuerzo realizado.

Para que todo esto no sean sólo meras palabras han recogido en su obra ejemplos concretos y reales de equipos de alto rendimiento. En concreto, han estudiado la labor de 350.000 empleados, y a través del estudio y análisis de su

manera de actuar han condensado las características y dinámicas que los unifican.

¿Qué debe estudiar un directivo?

Que los directivos sepan hacia dónde deben y quieren llevar a la empresa parece algo elemental, pero la realidad es que a veces no lo tienen claro. Por eso, según Camelia Ilie y María José Martín es fundamental que conozcan el entorno, las demandas de clientes y proveedores así como los últimos avances. Las autoras saben que la mayoría de las empresas cuenta con planes de formación

que permiten mejorar las habilidades y capacidades de sus profesionales, pero el problema es que



El ADN de la formación
Autor: C. Ilie/M.J. Martín
Editorial: LID
Páginas: 192

estos planes no se adecuan a las necesidades reales. Ilie y Martín analizan en su libro cómo se debe elaborar un programa de formación, porque consideran que se desaprovechan muchas oportunidades de mejora por seguir con lo establecido y por no experimentar.

Su propuesta parte de un diagnóstico e identificación de las necesidades de cada empresa para después diseñar un método eficaz para la implementación. Y si no funciona, no pasa nada, se cambia.



El bus de la energía
Autor: Jon Gordon
Editorial: Empresa Activa
Páginas: 192