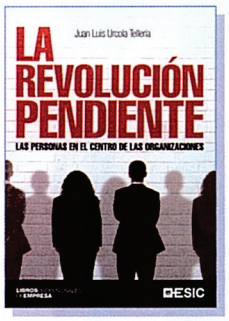


La revolución pendiente

Autor: Juan Luis Urcola Tellería
Editorial: ESIC

Éste es un libro donde se trata de poner de manifiesto y potenciar al valor y la importancia de las personas en las empresas y organizaciones. Los trabajadores son mucho más que recursos humanos o mano de obra, son Personas. Los trabajadores son el eje y centro de la organización, son los protagonistas principales de cualquier actividad que se desarrolle en el seno de la empresa, un claro factor diferencial, una importante ventaja competitiva, son el activo más valioso, y por qué no decirlo más claro, son el capital humano.

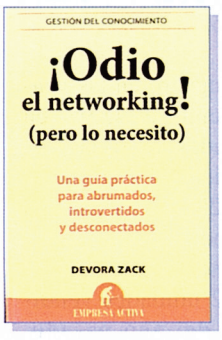
El autor considera necesario transformar el modelo de dirección jerarquizada, imperante en estos momentos en la mayor parte de las empresas y organizaciones y sustituirlo por otro nuevo modelo de dirección participativa.

Futuros imperfectos

Autor: Daniel Altman
Editorial: Tendencias

Más que a una crisis, nos enfrentamos a un cambio sin precedentes en la economía global. El mundo está inmerso en la mayor recesión desde la Segunda Guerra Mundial y el desenlace de la situación dependerá de las decisiones que tomen nuestras instituciones en los próximos años. A partir de esta premisa, el autor, periodista y economista formado en Harvard, realiza un análisis tan riguroso como accesible de los retos y oportunidades que, como individuos y como naciones, vamos a afrontar en los próximos treinta años.

Más allá de las fluctuaciones experimentadas por los mercados de un día para otro, sostiene que son otros factores, profundamente enraizados, los que determinan la vida de generaciones enteras.



¡Odio el networking¡ (pero lo necesito)

Autora: Devora Zack
Editorial: Empresa Activa

Este libro sacude los estereotipos acerca de la gente que odia el *networking*. No son necesariamente personas tímidas o misántropos, sino que son reflexivos y prefieren pensar antes de hablar. Puesto que les han dicho que el *networking* es acerca de charlar y realizar contactos constantemente, deducen que no es para ellos. Pero sí lo es.

En la obra la autora destroza los tradicionales consejos sobre *networking* que pretender ser universales. Cada uno según sus propias cualidades puede realizarlo como más le plazca. La vida no es otra cosa que una gran oportunidad de hacer *networking*. El libro está escrito en la lengua que hablan y comprenden los introvertidos, los agobiados y los desconectados.

Innovar para ganar

Autores: Fernando Trías de Bes y Philip Kotler
Editorial: Empresa Activa

A través de un nuevo modelo de gestión de la innovación, válido para cualquier tipo de organización, bautizado como el modelo A-F, los autores ponen sobre el papel años de experiencia en creatividad, marketing y gestión. Es un libro llamado a modificar la forma de entender la innovación en las empresas y organizaciones. Práctico y directo, se trata de una obra imprescindible para gestionar el cambio o la mejora en cualquier área funcional.

Además de asentar los elementos fundamentales que configuran la gestión efectiva y creativa de la innovación, es una guía rápida e intuitiva en la que se describen las más importantes teorías, técnicas y recientes hallazgos sobre esta área de gestión.

La actitud innovadora

Autor: Antonio Flores
Editorial: Netbiblo

Innovar no siempre pasa por desarrollar nuevas patentes tecnológicas. Innovar en el diseño de moda no es lo mismo que innovar en el modelo de negocio y, no obstante, sí que es cierto que ambas prácticas pertenecen al terreno de la redefinición estratégica de las empresas para mantenerse con vida en el mercado. Si es cierto que fomentar la innovación puede ayudar a progresar a una sociedad, antes es necesario entender correctamente qué es innovar, cómo se innova y cuáles son exactamente los rasgos que debemos fomentar para avanzar hacia una estructura socioeconómica más innovadora. Este libro aspira a resolver algunas de las citadas confusiones ofreciendo una visión estructurada, consecuente, razonada y principalmente práctica de en qué consiste la innovación y cómo se lleva a cabo.

Está todo por hacer

Autor: Pau García-Milà
Editorial: Plataforma

El autor recorre todos los momentos desde que se nos ocurre una idea que nos hace dudar entre si será una tontería o algo que cambiará el mundo, hasta el instante en que damos por acabada la aventura que un día comenzamos con esa idea (para bien o para mal). Es una oda al optimismo y en parte un manual para personas que no se atreven a dar el paso y decir que son emprendedoras (aunque ya tienen la base para serlo: llevar pantalones vaqueros y Converse).

Con humor y sin pontificar, aborda temas como la creatividad cotidiana y su estímulo, las etapas necesarias para hacer crecer las ideas, el primer día después de triunfar o fracasar, o cómo responder a todas esas personas que demasiado a menudo dirán…: ¡Pero que ***** de idea has tenido¡