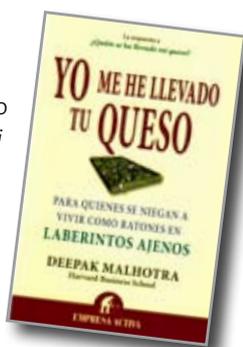


A continuación ofrecemos a nuestros lectores las últimas novedades editoriales sobre management empresarial con el objetivo de mostrar algunas de las claves esenciales para gestionar sus negocios. Esperemos que estos ejemplos les resulten de utilidad.

Yo me he llevado tu queso

Deepak Malhotra

Diez años después del éxito de *¿Quién se ha llevado mi queso?*, de Spencer Johnson, Deepak Malhotra completa y actualiza el mensaje de adaptación y cambio de ese conocido libro en *Yo me he llevado tu queso* (EDICIONES URANO – EMPRESA ACTIVA, 94 páginas). El objetivo de este texto es poner en duda las reglas que nos vienen dadas, que muchas veces no actúan más que como limitaciones que no tienen razón de ser y que nos han venido impuestas sin ninguna justificación más que las convenciones o nuestros propios miedos. Así, Malhotra apuesta por crear y modificar las reglas para moldear y a la vez adaptarnos a las circunstancias, todo con el objetivo de marcarnos objetivos ambiciosos y no condicionados más que por nuestras posibilidades reales. ■



Twittemprededor: consejos tweet a tweet para emprendedores

Salvador Figueros

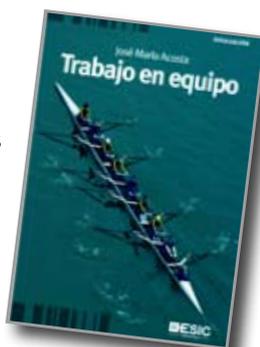
Salvador Figueros presenta en *Twittemprededor* (ESIC, 155 páginas) 1464 consejos escritos a modo de tuits (no más de 140 caracteres) acerca de cómo lanzar un negocio, mejorarlo o impulsarlo. De hecho, Figueros ya había publicado estos consejos en su cuenta de Twitter y ahora los reúne, clasificados y ordenados. Así, explica con estas breves frases cómo lanzar un negocio, qué hay que tener en cuenta a la hora de financiarlo, cómo trabajar el marketing y la comunicación -incluidas las redes sociales como Twitter-, qué aspectos cuidar cuándo se contratan y gestionan empleados, y qué factores hay que tener en cuenta a la hora de cuidar las relaciones con los clientes, entre otros temas. ■



Trabajo en equipo

José María Acosta

Las nuevas tendencias laborales y, sobre todo, la necesidad de reducir costes para incrementar la competitividad, han llevado a las empresas a desarrollar los equipos como forma habitual de trabajo, tanto por su eficacia laboral como por sus ventajas económicas, tal y como explica José María Acosta en *Trabajo en equipo* (ESIC, 238 páginas). Acosta afirma que la necesidad de producir más, mejor y a menor precio ha llevado a que las empresas piensen en el grupo como la célula fundamental de la organización, y no en el empleado. En las compañías, los grupos de trabajo desempeñan una doble e importante función, tanto para sus miembros como para la propia firma: satisfacen las necesidades de ésta, pero también las de los trabajadores. ■



Big Brother is dead: el día que el consumidor hizo callar a las marcas

Javier Regueira

Big Brother is dead: el día que el consumidor hizo callar a las marcas (ESIC, 231 páginas) pone en duda la efectividad de la publicidad como medio de difusión de productos y marcas. Según Regueira, las viejas fórmulas basadas en la repetición de impactos y la interrupción de la audiencia ya no son eficaces, dada la saturación publicitaria, además del hecho de que las nuevas tecnologías digitales permiten a la audiencia huir de la publicidad. Regueira explica este proceso y también plantea cómo pueden las marcas acercarse a este nuevo consumidor conectado, informado, proactivo y crítico. ■

