

## &gt;&gt; EMPRENDEDORES &amp; EMPLEO

## &gt; LIBROS

## EL 'MANAGEMENT' PROPONE NUEVAS IDEAS

Las obras prácticas en tono positivo que sugieren estrategias y modelos empresariales probados son el plato fuerte de las editoriales. Por Á. M.

Los lectores buscan en los libros de *management* soluciones alternativas y modelos empresariales que han demostrado saber capear la crisis y seguir adelante. Ésta es la conclusión que destacan los principales editores de libros de gestión.

Como ya es habitual desde hace al menos dos años, la crisis es uno de los temas ineludibles. Sin embargo, el enfoque está cambiando. Por un lado, están adquiriendo más importancia los libros que explican qué está pasando y

hacia dónde nos dirigimos, seguidos de otro grupo de obras que profundizan en cuestiones de envergadura más política.

Pero en 2012 el grueso de los volúmenes han apostado por una línea más optimista y, sobre todo, práctica. Los autores recogen nuevos modelos de gestión de probada eficacia a la vez que proponen estrategias empresariales alternativas; todo con el propósito de superar las actuales dificultades. El objetivo es explicar, principalmente a los directivos,

cómo tomar decisiones en entornos de incertidumbre y cambios, haciendo siempre una crítica constructiva que evite caer de nuevo en los mismos errores. La narrativa sobre liderazgo, cultura empresarial, motivación y la dedicada a ofrecer herramientas y estímulos para los emprendedores siguen siendo temas con gran demanda y un público asegurado.

Entre las últimas novedades tampoco faltan libros centrados en las nuevas tecnologías y el mundo online. Destacan los rela-

cionados con las redes sociales que quieren ayudar a sacar el máximo partido desde el punto de vista empresarial y personal.

Para el nuevo año la tendencia es continuar esta línea editorial. Aunque también se publicarán libros innovadores sobre temas sectoriales como turismo o *cluster* de empresas. La internacionalización es otro de los asuntos por los que apuestan las editoriales. El objetivo es acompañar a los empresarios y empleados en las distintas fases de expansión.

## EL TALENTO, APUESTA DE FUTURO

Estamos ante un cambio de ciclo, el régimen económico y social en el que el capital era el elemento de producción y creación de riqueza está siendo sustituido por un sistema en el que el talento es más escaso (y por tanto más valioso) que el capital. Ésta es la premisa que Juan Carlos Cubeiro defiende en su obra. Un ensayo en el que analiza y documenta las causas que han conducido a esta situación. Pero lo importante de este libro es que describe las

claves para moverse en el nuevo contexto, en el que se impone un cambio de actitud y aprender a desarrollar nuevos valores.

En el plano económico el autor dice que hay mirar más hacia el bien común y potenciar nuevas competencias laborales y profesionales.



Del capitalismo al talentismo  
Autor: J.C. Cubeiro  
Editorial: Deusto  
Precio: 18,95 euros

## MODELOS DE LIDERAZGO EFICAZ

En dirección de personas no hay nada definitivo y cada jefe tiene su método. Para Jaime Llopis y Joan Enric Ricart observar cómo están actuando estos líderes empresariales es una fórmula de aprendizaje muy recomendable. Por eso han recogido en su libro la experiencia de 15 directivos de firmas como Ikea, Codorniu, La Fageda, Vodafone o Fnac en el que explican qué hacen y cómo lo hacen. A pesar de que cada compa-

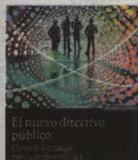
ñía vive un momento distinto, hay valores y modelos de actuación comunes a todos. Por ejemplo, la autoexigencia, la honestidad, la gestión de conflictos o que todos los directivos tienen el compromiso de enseñar y motivar a sus empleados para alcanzar sus objetivos.



Qué hacen los buenos directivos  
Autor: Llopis y Ricart  
Editorial: Pearson  
Precio: 18,95 euros

## LA FORMACIÓN DEL DIRECTIVO PÚBLICO

La Administración Pública necesita una reforma. Ahora más que nunca está cuestionada su forma de trabajar y ha llegado el momento de realizar los cambios necesarios. La tesis del libro de Antonio Núñez trata de resolver dos cuestiones aparentemente sencillas: si la función directiva pública es diferente de la privada; y si es así, determinar cuáles son las habilidades que deben reunir estos jefes y trasladarlas a los programas de formación. El



El nuevo directivo público  
Autor: Antonio Núñez  
Editorial: Eunsa  
Precio: 18 euros

autor explica que precisamente la envejecencia es una de las asignaturas pendientes en la Administración. Asimismo, insiste en que hay que implantar un sistema de gestión de recursos humanos basado en las competencias profesionales y revisar el sistema de promoción.

## NUEVOS VALORES PARA EL SIGLO XXI

La obra de Robert y Edward Skidelsky lleva por subtítulo «Qué se necesita para una buena vida». De esta manera resumen un sentimiento compartido por muchas personas que se cuestionan hasta cuándo vamos a seguir dominados por la avaricia. Los autores explican cómo hemos llegado a esta situación. Con gran rigor analizan la realidad de este mundo en crisis y defienden la necesidad de reflexionar sobre los usos de la riqueza o la naturaleza

de la felicidad que, aunque parecen debates filosóficos del pasado, son de plena actualidad. La obra también invita a tomar la iniciativa, a dejar atrás las costumbres que nos han impuesto y a poner en práctica formas de trabajo y normas de comportamiento acordes a nuestros valores.



¿Cuánto es suficiente?  
Autor: R. y E. Skidelsky  
Editorial: Crítica  
Precio: 21,90 euros

## MEJORA TU CARRERA PROFESIONAL

La obra de Sebastián Cebrían es una guía para ayudar a cualquier persona a mejorar su vida profesional y personal. Las adversidades siempre llegan y hay que saber aceptarlas y luchar por superarlas. En forma de relato, describe su viaje al Kilimanjaro y cómo descubrió nueve pilares fundamentales para encontrar la solución a cada reto.

En momentos como los actuales, Cebrían hace hincapié en la capacidad de adaptación y de aprendizaje. Las mejoras sólo llegarán si somos receptivos al entorno y nos atrevemos a hacer cosas nuevas. También insiste en acercarse a la dimensión real del problema para que las decisiones se adecuen a las verdaderas necesidades.



Supera tu cima  
Autor: Sebastián Cebrían  
Editorial: Lid Editorial  
Precio: 19,90 euros

## LUCHAR CONTRA LA DESMOTIVACIÓN

Nadie se sorprende por el alto grado de desmotivación que reina entre los profesionales. El problema de esta falta de ilusión y ganas de trabajar es que se traduce en una baja productividad y en un deterioro de la calidad de lo que se hace. Inmaculada Cerejido opina que el primer paso para solucionar esta situación es entender cómo y por qué nos motivamos. La autora insiste en que los directivos son ahora más que nunca una pieza clave para lograr la implicación de los equipos. Tienen que ser un ejemplo a imitar y deben aprender a manejar las herramientas que tienen, como organización y como persona, para potenciar la productividad a través de la confianza, las creencias, la comunicación y el compromiso.



Desmotivado...  
Autor: I. Cerejido  
Editorial: Empesba Activa  
Precio: 8 euros

## JEFE: CONFÍA EN TU EQUIPO

El objetivo de todo jefe es conseguir que su equipo dé lo mejor de sí mismo y aporte innovación y creatividad a la organización. Sin embargo, según J. Keith Murnighan muchos jefes se implican en exceso porque se consideran el elemento clave de su equipo y, a menudo, deberían aprender a mantenerse al margen; es decir, a no hacer nada. Defiende que la mayoría de los líderes intentan controlar más de la cuenta, y al procurar hacer más de lo debido, rinden menos de lo que pueden, al igual que sus subordinados. La propuesta de Murnighan es que el jefe elija bien a sus colaboradores, se esfuerce en conocerlos y confíe en sus habilidades, porque los directivos del futuro serán más entrenadores que jugadores.



Hacer: ¡Nada!  
Autor: J. Keith Murnighan  
Editorial: Conecta  
Precio: 15,90 euros

## GUÍA PARA EL MUNDO ONLINE

¿Conoce la oferta de herramientas online existentes y su utilidad? Una amplia mayoría responderá que no. Por eso Hugo Zunzarren y Bértol Gorospe han reunido en su obra los últimos avances y aplicaciones de los medios digitales. En concreto se centran en los *social media*, que consideran una herramienta empresarial básica. A través de un sencillo recorrido aportan una visión del entorno online, sus ventajas y desventajas, las precauciones que se deben tomar, a la vez que dan las pautas para desarrollar una estrategia propia.

Destacan los capítulos dedicados al *networking* en los que explican cómo crear y cuidar una red y el apartado en el que hablan de la importancia de la *e-reputación* para las empresas.



Guía del social media marketing  
Autor: H. Zunzarren y B. Gorospe  
Precio: 15,38 euros