

## LIBROS

# El 'management' propone nuevas ideas

Las obras prácticas y en tono positivo que sugieren estrategias y modelos empresariales probados para salir de la crisis son el plato fuerte de las editoriales. Tampoco faltan títulos centrados en el desarrollo de habilidades profesionales y el uso de las herramientas tecnológicas. **Por Á. Méndez**

Los lectores buscan en los libros de *management* soluciones alternativas y modelos empresariales que han demostrado saber capear la crisis y salir 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 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 y proponen estrategias empresariales que nos ayudarán a afrontar las actuales dificultades. El objetivo es explicar, principalmente a los directivos, cómo tomar decisiones en entornos de incertidumbre y cambiantes, haciendo

El objetivo de muchas obras es explicar nuevas formas de actuar y aprender a no caer en viejos errores

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 relacionados con las redes sociales que quieren ayu-

dar a sacar el máximo partido desde el punto de vista empresarial y personal a estos nuevos canales.

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 temas por los que apuestan las editoriales. El objetivo es acompañar a los empresarios y empleados en las distintas fases de expansión.



**DEL CAPITALISMO AL TALENTISMO**  
Autor: Juan Carlos Cubeiro  
Editorial: Deusto

■ 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. Esta es la premisa que Juan Carlos Cubeiro defiende en su obra. Un ensayo en el que analiza y documenta—con un lenguaje directo y sin medias tintas—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 lo primero que se impone es un cambio de actitud y desarrollar nuevos valores. En el plano económico el autor nos dice que hay mirar más hacia el bien común y potenciar—porque las tenemos—nuevas competencias laborales y profesionales.



**QUÉ HACEN LOS BUENOS DIRECTIVOS**  
Autor: Jaume Llopis y Joan Enric Ricart  
Editorial: Pearson

■ En dirección de personas no hay nada definitivo. Cada jefe tiene su método y, de hecho, encontramos excelentes directivos con métodos totalmente opuestos. Para Jaume 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 quince ejecutivos 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 compañía 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.



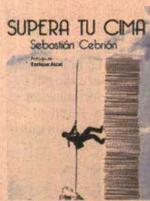
**EL NUEVO DIRECTIVO PÚBLICO**  
Autor: Antonio Núñez Martín  
Editorial: Eunsal

■ 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 específicas que deben reunir estos jefes y trasladarlas a los programas de formación. El autor es muy claro en su discurso y explica que precisamente la enseñanza es una de las asignaturas pendientes en la Administración. Asimismo, insiste en que es necesario implantar un sistema de gestión de recursos humanos basado en las competencias profesionales y revisar por completo el sistema de promoción.



**¿CUÁNTO ES SUFICIENTE?**  
Autor: Robert y Edward Skidelsky  
Editorial: Critica

■ La obra de los británicos 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, al mismo tiempo, la necesidad de volver a reflexionar sobre temas como los usos de la riqueza o la naturaleza de la felicidad que, aunque parecen debates filosóficos del pasado, son de plena actualidad. Pero la obra también incita a tomar la iniciativa, a dejar atrás las costumbres que nos han impuesto y a poner en práctica formas de trabajo y sobre todo normas de comportamiento acordes a nuestros valores.



**SUPERA TU CIMA**  
Autor: Sebastián Cebrían  
Editorial: Lid Editorial

■ La obra de Sebastián Cebrían es una guía para ayudar a cualquier persona a dar continuidad a su vida profesional y personal. Las adversidades siempre llegan y hay que saber aceptarlas y luchar por superarlas. En forma de relato, el autor describe su propio viaje al Kilimanjaro y cómo descubrió en él 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 que necesitamos sólo llegarán si somos receptivos al entorno y no tenemos miedo a probar nuevas maneras de hacer las cosas. Otro de los puntos en los que insiste es acercarse al máximo a la dimensión real del problema para que las decisiones se adecuen a las verdaderas necesidades.



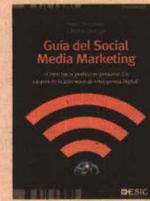
**DESMOTIVADO IGUAL A IMPRODUCTIVO**  
Autor: Inmaculada Cerejido  
Editorial: Empresa Activa

■ Nadie se sorprende por el alto grado de desmotivación que reina entre los profesionales de todos los ámbitos. 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 hay que actuar para remediar esta situación. El primer paso es entender cómo y por qué nos motivamos, ya que así se puede aprender a ser más eficiente. La autora insiste en que los directivos son ahora más que nunca una pieza clave. Tienen que ser un ejemplo a imitar y deben aprender a manejar las herramientas que tienen, como organización y como personas, para potenciar lo que llama el 'cubo de la productividad': la confianza, las creencias, la comunicación y el compromiso.



**HACER: ¡NADA!**  
Autor: J. Keith Murnighan  
Editorial: Conecta

■ 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. El autor defiende en su libro que la mayoría de los líderes intentan controlar más de la cuenta en el trabajo; y no sólo eso, al procurar hacer más de lo debido, rinden menos de lo que pueden, al igual que sus subordinados. La propuesta de Murnighan es que los jefes elijan bien a sus colaboradores, se esfuercen en conocerlos y que confíen en sus habilidades y capacidades, porque los buenos directivos del futuro serán más entrenadores que jugadores.



**GUÍA DEL 'SOCIAL MEDIA MARKETING'**  
Autor: Hugo Zunzarren y Bértol Gorospe  
Editorial: Esic

■ ¿Conoce a fondo 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 comenzar a desarrollar una estrategia propia. Destacan los capítulos dedicados al 'networking', en los que explican cómo crear una red y cómo mantenerla viva y la parte en la que profundizan en la importancia de la 'e-reputación' para las empresas.