

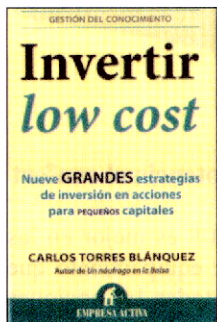
Ayúdalos a crecer o míralos irse

Autoras: Beverly Kaye y Julie Winkle Giulioni

Editorial: Empresa Activa

Estudio tras estudio demuestra que el desarrollo profesional es la herramienta más poderosa que los líderes tienen para disminuir la rotación de personal, obtener mejores resultados, productividad, y que

los empleados se involucren más con los objetivos de la empresa. Sin embargo, es una de las herramientas que menos se utiliza, ya sea porque se ha disminuido el presupuesto en capacitación y formación o porque se requiere de cierto tiempo por parte de los jefes. En este breve y ameno libro, las autoras brindan una serie de consejos para que los líderes puedan, a través de pequeñas conversaciones cotidianas, conocer los deseos de sus dirigidos y apoyar su potencial necesidad de grandes inversiones en tiempo o dinero.



Invertir low cost

Autor: Carlos Torres Blánquez

Editorial: Empresa Activa

Las acciones son el mejor activo en el que podemos invertir nuestro dinero a largo plazo, salvo en los momentos de euforia y los de elevada inflación. El oro y las materias primas, aunque pueden equilibrar el patrimonio, no dan rendimientos, mientras que el dinero invertido en títulos de renta fija y depósitos bancarios pierde poder adquisitivo con la inflación.

Este libro está destinado a las personas que disponen de poco capital, o que sólo quieren invertir una parte de su dinero en activos de riesgo, y ven en las acciones un medio de obtener de sus ahorros una rentabilidad interesante a largo plazo con un fin, que puede ser desde construir un patrimonio hasta comprar una casa, asegurarse la jubilación, etc.

La marca de la felicidad

Autor: Félix Muñoz

Editorial: LID

¿Cuál es el secreto que ha convertido a Coca-Cola en la marca de la felicidad? Salvo la composición de su fórmula secreta, este libro desvela todas las incógnitas sobre la estrategia y las acciones de marketing que la compañía ha realizado a lo largo de los años para llegar a este posicionamiento. Un interesante viaje por la trastienda de la mítica marca, que repasa las grandes campañas de publicidad, los hitos más importantes de su comunicación y las experiencias que han contribuido a que muchas personas encuentren motivos para pensar en un mundo mejor y sean más optimistas. Ésta es la clave del vínculo de Coca-Cola con la felicidad y uno de los ejes estratégicos de la compañía en el mundo.

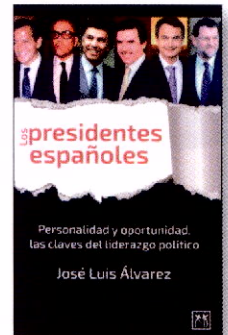


Los presidentes españoles

Autor: José Luis Álvarez

Editorial: LID

En un momento como el actual, en el que los ciudadanos manifiestan escasa confianza en los máximos representantes de la democracia española y los candidatos a serlo, nuestra sociedad demanda más y mejor liderazgo político. Pero ¿cómo podemos evaluar los éxitos y fracasos de los presidentes españoles? ¿Qué factores han influido en su mandato: su personalidad o la oportunidad y el contexto? Con una gran dosis de objetividad, el autor explica el auge y la caída de los gobiernos de nuestros presidentes y otras cuestiones que revelan vitales por el impacto que han tenido en la ciudadanía, por ejemplo, ¿tienen sentido de urgencia en sus reformas? ¿Son nuestros políticos visionarios o gestores? ¿De qué colaboradores se rodean?

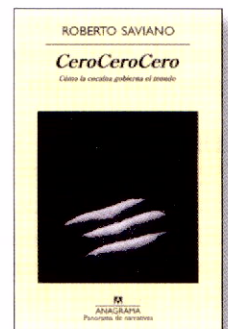


CeroCeroCero

Autor: Roberto Saviano

Editorial: Anagrama

Escribir sobre la cocaína -en palabras del autor- es como consumirla. Cada vez quieres más noticias, más información, y las que encuentras son succulentas, ya no puedes prescindir de ellas. Eres *addicted*. Aun cuando remiten a un esquema general que ya has comprendido, esas historias fascinan por sus detalles. Y se te meten en la cabeza, hasta que otra -increíble, pero cierta- ocupa el sitio de la anterior. Delante ves el listón de la adicción que no hace más que subir y ruegas para no caer nunca en el síndrome de la abstinencia. Por eso sigo recopilándolas hasta la saciedad, más de lo que sería necesario, sin poder parar. Son fogonazos que estallan cegadores. Ensordecedores puñetazos en el estómago.



Así en la empresa como en la guerra

Autor: Antonio Rubio Merino

Editorial: Espasa

¿Había pensado alguna vez que el gran fracaso de Bonaparte se debió a una mala gestión de los recursos humanos? ¿O que el imperio de Gengis Khan se disolvió tras su muerte por la ausencia de un presupuesto? ¿O que Marlborough fue un irresponsable al no medir el retorno sobre la inversión? ¿O que en películas bélicas encontramos lecciones sobre gestión actual de equipos, o sobre control de costes? La guerra ofrece un caudal inagotable de experiencias organizativas y de liderazgo que pueden ser aplicadas fácilmente a la empresa. El autor combina sus experiencias personales con historias militares reales, de las que extrae su personal concepción de una ética de trabajo inspirada en el esfuerzo, la disciplina y el compañerismo, común a la guerra y a la empresa.

