Mentalidad fuera de la caja

Autor: The Arbinger Institute
Editorial: Empresa Activa

A menudo utilizamos la palabra mentalidad para referirnos a una creencia esencial de uno mismo. No obstante, basándonos en su experiencia durante más de tres décadas en ayudar a individuos y organizaciones, los autores sostienen que el factor de cambio más importante no es el cambio de una creencia personal, sino un cambio fundamental en la forma en que vemos y consideramos las relaciones y obligaciones que tenemos con los demás.

El libro expone los últimos descubrimientos sobre el cambio de mentalidad. Cada capítulo se estructura alrededor de una o más historias reales y nos invita a mirar las cosas desde otra perspectiva para alcanzar resultados brillantes.

La tercera ola

Autor: Steve Case
Editorial: Empresa Activa

Internet ha progresado a ritmo considerable desde sus primeros días y ha tenido sus fases de evolución. La primera ola de internet tuvo que ver con la creación de la infraestructura y los cimientos para un mundo digital. La segunda empezó a comienzos del siglo XXI, justo a tiempo para inflar la burbuja de las puntocom y dejar que explotara, en lo que fue el primer acontecimiento de extinción real de internet.

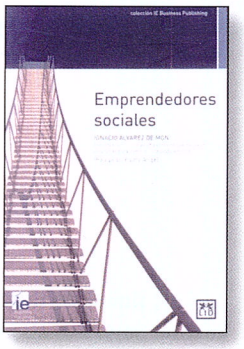
Es la tercera ola, en la que los productos necesitarán internet, aunque este no los defina y en la que el concepto de Internet de las Cosas se considerará demasiado restrictivo, porque nos daremos cuenta de que lo que está surgiendo es el mucho más amplio Internet de Todas las Cosas.

Salvar los medios de comunicación

Autora: Julia Cagé
Editorial. Anagrama

La historia de los medios de comunicación está marcada por crisis recurrentes de diversa índole. La presente, de alcance global, está relacionada con la eclosión de internet, la desafección rampante hacia las cabeceras tradicionales y las dificultades crecientes para rentabilizar la inversión necesaria para producir las informaciones y mantener la independencia de los periodistas. Unas condicionantes que hace tiempo están estimulando la imaginación del otrora cuarto poder y que han llevado a la autora a elaborar una innovadora propuesta de financiación inspirada en el modelo híbrido entre el negocio y el *non-profit* de las grandes universidades internacionales, y dado que la información es un bien público regulada por ley.

Emprendedores sociales



Autor: Ignacio Álvarez de Mon
Editorial: LID

No es un manual para emprendedores de lo social. Tampoco es sólo un estudio de casos, sino una presentación de experiencias muy valiosas, pero que en otro lugar habrían sido consideradas periféricas. Es un libro que cuenta la historia de 26 personas que fundaron empresas para cambiar el mundo a mejor y trabajar por ello cada día.

Y es que el emprendedor social no espera a que otros actúen, a que el Estado intervenga, o a que lo haga la comunidad o la sociedad. Asumen su responsabilidad y movilizan todos los recursos de los que son capaces para intentar solventar el problema social al que se enfrentan. Su compromiso se traduce en acción, actuación persistente y consistente en el día a día.

RRelatos HHumanos

Autores: Varios
Editorial: LID

Cuenta la historia de cómo viven los empleados y directivos la aventura de un negocio al que no le queda más remedio que adaptarse al cambio para no desaparecer, donde el clima es tenso y no dejan de sucederse situaciones tan reales como la vida misma: despidos, promociones, prejubilaciones, cambios en la dirección, etc. A lo largo de sus páginas, sus autores, diez directores de Recursos Humanos, descubren su visión sobre las experiencias y vivencias de las personas que conforman las empresas y cómo abordan los retos de la gestión humana en su día a día.

Es un libro que habla del Humano y no del Recurso, que habla de la vida tal y como es en una empresa.

Franquicias 2017

Editorial: Asociación Española de Franquiciadores

La AEF ha editado por 21 año consecutivo este libro, que se ha convertido en un referente básico y de calidad en el mundo de la franquicia, muy práctico para quien quiera montar este tipo de negocio. En sus páginas se recoge toda la actualidad de este sistema de negocio, ya que incluye las estadísticas nacionales e internacionales que elabora anualmente la Asociación, información práctica sobre los salones de franquicias que se celebran cada año en España, un resumen de las actividades realizadas entre octubre de 2015 y septiembre de 20165, textos éticos a tener en cuenta en una relación de franquicia, así como todos los datos de contacto de las redes que están asociadas a la AEF.