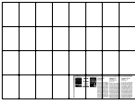
		Tirada: 276.258	Sección: Suplementos	
		Difusión: 236.571 (O.J.D)	Espacio (Cm_2): 274	
Nacional	General	Audiencia: 827.998 (E.G.M)	Ocupación (%): 22%	
Diaria		18/01/2004	Valor (Ptas.): 506.856	
			Valor (Euros): 3.046,27	
			Página: 167	Imagen: Si



"La buena reputación"
Justo Villafañe
PIRÁMIDE, MADRID, 2003
194 PÁGINAS, 12 EUROS

Si en los años treinta el valor de una empresa en EE.UU. correspondía en un 70% a sus activos tangibles y el 30% restante a los intangibles, hoy esta proporción es justamente la inversa. Factores como la reputación corporativa cotizan al alza. La buena reputación, eso sí. Tiene efectos tanto en los inversores como en los consumidores y, también, los trabajadores de la empresa o los que podrían serlo. El catedrático Justo Villafañe repasa en este libro las diferentes teorías que se han abierto paso en este campo y propone instrumentos para identificar las fuentes de la reputación, métodos para medirla y los requisitos necesarios para aumentar el capital empresarial en esta materia.

"Abierto las 24 horas"
Sally Helgesen
TRADUCCIÓN DE MARCELO COVIÁN
EMPRESA ACTIVA, BARCELONA, 2003
254 PÁGINAS, 14 EUROS

El nuevo entorno profesional está marcado por las nuevas tecnologías, por jornadas laborales cada vez más largas y por la ruptura de la barrera entre trabajo y hogar. En consecuencia, se necesita un esfuerzo creciente para organizar nuestras relaciones sociales. Sally Helgesen ha entrevistado a decenas de personas acostumbradas a navegar las 24 horas del día, a partir de cuyas vivencias propone seis estrategias para mantener el equilibrio en el nuevo mundo laboral: desde escuchar la voz interior, poner de manifiesto nuestros valores personales y concienciarnos de nuestros hábitos, a dominar el arte de la improvisación o tejer una red de apoyos activa.

"La aventura del liderazgo"
Guido Stein
GESTIÓN 2000, BARCELONA, 2003
126 PÁGINAS, 12,95 EUROS

En los años 90, "la atracción fatal por crear valor para el accionista desembocó en lo que podría denominarse la edad de oro de los ejecutivos visionarios, hoy reemplazados por los pragmáticos", asegura en este libro Guido Stein, profesor de la Universidad de Navarra. El autor recuerda que empresas como Vivendi, Worldcom, Ericsson o KPN han despedido a sus ejecutivos estrella y los han reemplazado por otros pragmáticos, que apuntan a pocos objetivos y los abordan con planes sencillos. Esta situación permite al autor reflexionar sobre el liderazgo, la dirección de personas, la prioridad de los resultados y la tensión siempre existente entre la capacidad de análisis del ejecutivo y su intuición.