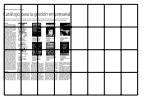
 Nacional Suplem. Semanal Semanal	Tirada: 175.809 Difusión: 113.171 (O.J.D) Audiencia: 396.098 (E.G.M) 15/05/2004	Sección: Economía Espacio (Cm_2): 717 Ocupación (%): 82% Valor (Ptas.): 1.368.291 Valor (Euros): 8.223,59 Página: 28	
			Imagen: Si

LIBRERÍA DE RECURSOS HUMANOS

Catálogo para la gestión empresarial

La librería de *Expomanagement* reúne las novedades en gestión empresarial de autores españoles y extranjeros, que analizan las últimas tendencias en comunicación, motivación y gestión del cambio. Asimismo, también se incluyen ediciones revisadas de temas clásicos como el marketing.

A.C./A.M. Madrid

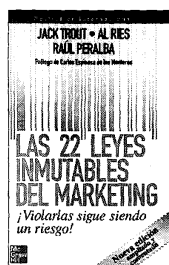
Conocer con detenimiento las teorías y experiencias de los principales expertos en recursos humanos es la propuesta de la librería del congreso, cuyo distribuidor oficial es Díaz de Santos. En esta edición reúne alrededor de 3.500 títulos y más de 20.000 ejemplares.

El marketing es uno de los temas que no se pueden dejar de lado. Al Ries, Jack Trout y Raúl Peralba así lo recuerdan en la nueva edición revisada de *Las 22 leyes inmutables del marketing* -McGraw-Hill- que saldrá a la venta este mes de mayo. Los autores aseguran que las reglas siguen siendo las mismas, pero advierten que violarlas no es un simple riesgo, sino que se puede transformar en una catástrofe. El motivo es que el mundo es cada vez más competitivo y pequeño y para alcanzar el éxito y mantenerlo hay que permanecer al corriente de las nuevas tendencias y demandas del mercado.

Entrevista personal. Vivencias de un cazador de talento, de Carlos López y Juan Carlos Cubeiro, publicada por Díaz de Santos, es una obra sobre la dirección de empresas que rompe el formato clásico de este tipo de libros. La obra recoge las conversaciones entre estos dos expertos, en la que Cubeiro pregunta a López -antiguo responsable de selección y gestión de personas de Arthur Andersen- sobre la educación, la idea de Europa, las cualidades de las compañías, el auge y caída de Arthur Andersen y cómo se presenta el futuro. Los autores destacan que "es un libro para quienes desean comprender y controlar sus destinos y luchan por hacer de las empresas un mundo más humano".

Pautas a seguir

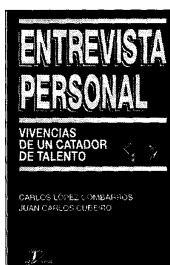
Un de los objetivos de todo empresario es conseguir que el negocio evolucione y marche solo. Francisco López trata de explicar en *An-entropía: el secreto de los negocios de éxito*, -editado por Deusto- que la razón de que vaya solo es que evita la an-entropía; término reco-



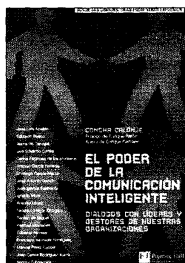
Las 22 leyes inmutables del marketing
Ries, Trout y Peralba / McGraw-Hill / 168 páginas



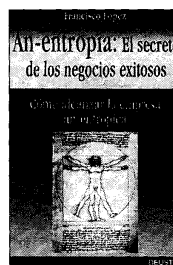
¿Problemas? Resuélvalos en equipo
Jesús García / Fundación Confemetal / 165 páginas
11,90 euros



Entrevista personal
Carlos López y Juan Carlos Cubeiro / Díaz de Santos / 256 páginas / **25 euros**



El poder de la comunicación inteligente
Concha Calonje / Pearson-Prentice Hall / 304 páginas
19,90 euros



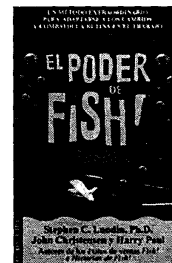
An-entropía
Francisco López / Deusto / 146 páginas
14,85 euros



Ni me explico, ni me entiendes. Laberintos de la comunicación
Xavier Guix / Granica / 160 páginas
12 euros



Marcas internacionales
Julio Cerviño / Pirámide / 435 páginas
27 euros



El poder de Fish
S. C. Lundin, H. Paul y J. Christensen / Empresa Activa / 160 páginas
10 euros

gido de la física que significa mantenimiento de la energía y el orden, con el que López argumenta que las compañías de éxito tienen una fuerza interior que las autoimpulsa.

Otro de los aspectos que determinan el ritmo empresarial es la globalización de los mercados. En este ámbito la marca se sitúa como una variable estratégica para afrontar la competitividad y el desarrollo internacional y, por tanto, hay que aprender a identificarla, a comprender el significado de sus elementos y a fomentarla. Éstas son las líneas básicas que aborda Julio Cerviño en el libro, editado por Pirámide, *Marcas internacionales. Cómo*

crearlas y gestionarlas.

¿Problemas? Resuélvalos en equipo, de Jesús García y publicado por Fundación Confemetal, propone nuevos caminos para identificar y definir las dificultades, generar nuevas ideas y mejorar las habilidades para encontrar una solución de forma rápida. Además, enseña cómo hacer frente a los problemas que se presentan en un equipo y como tratar los desafíos éticos que surgen en el lugar de trabajo.

Concha Calonje, autora de *El poder de la comunicación inteligente*, ha elegido el formato de la entrevista para reflejar la importancia de saber comunicarse bien. En este libro,

editado por Pearson, recoge las conversaciones que la autora ha realizado a directivos y profesionales de distintos ámbitos en las que exponen sus experiencias concretas. Aunque todos coinciden en que "la comunicación es un nudo entre ideas, valores y personas".

Xavier Guix también apuesta por la importancia de la comunicación en su libro *Ni me explico, ni me entiendes* -ediciones Granica-. Guix dice que "comunicar es una cuestión de habilidad y oficio", y expone de forma práctica las secuencias que generan la descomunicación: interferencias, distorsiones, inseguridades, ruidos, miedos, etcétera.

Asimismo, recoge los recursos para mejorarla y hacerla más eficaz, como la empatía o la inteligencia emocional.

El poder de Fish, de Stephen C. Lundin, Harry Paul y John Christensen -Pearson- recuerda, en forma de parábola, que poner en marcha un cambio en la empresa puede resultar sencillo si se compara con el gran reto que supone mantenerlo. Los autores enseñan a combatir la desganancia y la resistencia al cambio de los empleados, mejorando así la satisfacción de los clientes y la productividad. De este modo, demuestran que "el cambio sostenido es la mejor prueba de liderazgo".