



LIBROS

Lecturas para dirigir tu carrera laboral

Las obras de desarrollo profesional que invitan a la reflexión y a descubrir los propios valores y habilidades son algunas de las apuestas de las editoriales para acabar el año. Pero tampoco faltan las que analizan las estrategias empresariales y los modelos de éxito. **Por Ángela Méndez**

Los temas estrella de los libros de gestión siguen siendo los dedicados a dirigir y mejorar la trayectoria profesional y buscar soluciones a los problemas que surgen en el día a día. "Pero el público es más exigente", dice Sergio Bulat, editor de Empresa Activa, "no vale lo de siempre, buscan ideas originales y sobre todo con ejemplos prácticos y reales". Relacionado con esta demanda de casos reales, Jeanne Bracken, directora editorial de LID, apunta que "destaca el interés por los libros que relatan casos de éxito y que analizan la estrategia y organización de empresas conocidas".

El abanico de propuestas es muy amplio, pero entre las últimas novedades hay varios títulos que se centran en la comunicación como herramienta esencial para influir en el entorno, negociar y desarrollar la propia empleabilidad.

En este catálogo tampoco faltan las obras que se hacen eco de la actualidad económica, "libros sobre crisis y cómo salir de ella", dice Roger Domingo, director editorial de los sellos de empresa de Planeta.

Otro de los temas en auge es el de los emprendedores. En este campo los libros reúnen consejos para la



Muchos lectores buscan obras que relaten casos de éxito empresarial que sirvan como modelos a imitar.

Una 'start up' que lanza una biblioteca digital

■ Bluebottlebiz es una biblioteca en la nube que actualmente reúne 6.000 documentos entre libros, revistas especializadas e informes en español, inglés y francés. Además, cuenta con un buscador que permite seleccionar capítulos y temas concretos de una materia. Esta 'start up' ha comenzado a funcionar en noviembre de este año tras alcanzar acuerdos con 70 editoriales y perfeccionar la plataforma. Cayetana Pablos, directora general de este proyecto, explica que "la idea surgió porque veíamos que los profesionales conviven con la incertidumbre, tienen que resolver problemas día a día y necesitan información actualizada, especializada y de manera accesible. Y ese es el objetivo de esta biblioteca que espera alcanzar en enero de 2014 más de 10.000 referencias.

puesta en marcha de nuevos negocios y dan pautas para resolver los contratiempos que inevitablemente surgirán.

En cuanto al formato, el papel mantiene su liderazgo, pero los editores confirman un aumento paulatino de las ediciones digitales.

El análisis de las técnicas de comunicación es una materia común en las obras de gestión

Domingo explica que "la demanda aumenta, pero sigue siendo baja respecto a otros países. En el total de mercado, las ventas de ebooks respecto a los libros en papel se sitúan en torno al 3%, aunque en el caso de las obras de empresa este porcentaje sube hasta el 10%".



▲ **SÉ MÁS PERSUASIVO**
 Autor: Carlos Luna.
 Editorial: ESIC.

Mejora tus armas para influir en tu entorno

Todos necesitamos influir en los que nos rodean. No importa nuestra profesión, ámbito de trabajo o cargo, cualquier persona interactúa con colegas, jefes o clientes y quiere que lo que expone cale en el otro. Por eso Carlos Luna, creativo publicitario, defiende la necesidad de conocer las herramientas y habilidades que tenemos a nuestro alcance y aprender a usarlas para conseguir nuestros objetivos.

En su obra analiza 24 puntos en los que trabajar, entre los que destacan cómo captar la atención, la importancia de hacer sentir importante a tu interlocutor, convertirle en protagonista, saber escucharle y poco a poco transmitir tu mensaje. Sobre este último punto el autor insiste en la sencillez y claridad del contenido.



▲ **ASERTIVIDAD EN EL TRABAJO**
 Autor: O. Castanyer y E. Ortega.
 Editorial: Conecta.

Sin miedo a expresar tu opinión

Olga Castanyer y Estela Ortega están convencidas de que muchos de los problemas que surgen en las oficinas están relacionados con la falta de franqueza. Esas palabras no dichas por miedo a herir al otro, a los reproches o represalias. Las autoras proponen que cada persona descubra de qué manera puede comunicar y transmitir sus opiniones.

Para mejorar esta habilidad no sólo hay que autoanalizarse, también hay que aprender a leer cómo son y actúan los demás. En este sentido el libro incluye detallados análisis de perfiles que pueblan las oficinas. Destaca la última parte de la obra que explica las estrategias para el propio comportamiento y cómo mejorar las relaciones profesionales.

Aprende a buscar tu lado creativo y positivo

Este libro no es sobre la empresa Coca Cola, es sobre cómo una organización ha logrado que cale en la mente colectiva un mensaje muy concreto: sé feliz. Una filosofía de vida y de trabajo que han transmitido y potenciado a través de sus campañas de marketing. Félix Muñoz ha estado vinculado a esta fima y explica los entresijos y objetivos de estas campañas. Destaca un capítulo dedicado al Instituto de la Felicidad y los resultados de sus informes, que revelan qué hace feliz a la gente y cómo la felicidad potencia la creatividad y la innovación en todo aquello que se hace. Su lectura invita a la reflexión y a buscar esos comportamientos y acciones que ayudan al desarrollo personal y profesional.



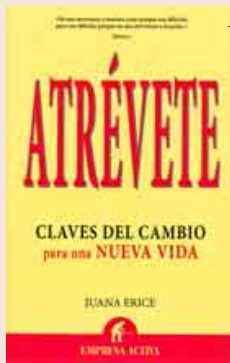
▲ **LA MARCA DE LA FELICIDAD**
 Autor: Félix Muñoz
 Editorial: LID.

Lo que no debes hacer para crear tu empresa

Emprender es un camino en el que hay que tomar decisiones complejas y equivocarse una y otra vez es parte del aprendizaje. Así opina Carlos Blanco, un emprendedor y business angel, que recoge en este libro su experiencia a la hora de crear negocios. El autor considera que hacer una lectura positiva de los fallos es la mejor ayuda para evitar problemas frecuentes y para estar preparado cuando éstos surjan. Ha contado con la colaboración de reconocidos emprendedores españoles y con la experiencia de todos ha elaborado un completo catálogo de errores en los que analiza por qué surgen y cómo solucionarlos. Entre ellos no faltan los de gestión, ejecución, finanzas o actitud.



▲ **LOS PRINCIPALES ERRORES DE...**
 Autor: Carlos Blanco.
 Editorial: Gestión 2000.



▲ **ATRÉVETE**
 Autor: Juana Erice.
 Editorial: Empresa Activa.

Deja atrás los miedos y dibuja tu futuro

El título del libro de Juana Erice ya deja claro su objetivo: darte argumentos para hacer lo que ronda por tu cabeza. Está dirigido a todas aquellas personas que en un momento determinado de su vida descubren que no están satisfechas con lo que hacen y desean dar un giro radical a su existencia. Para transmitir este mensaje, Erice ha elegido la narración y a través de la historia de un arquitecto de 52 años que, tras dos años en paro logra reinventarse, analiza las dudas, inseguridades y miedos que debe superar cualquier persona que decide arriesgarse y cambiar.

En sus páginas se habla de los frenos que nos anclan a lo conocido, de cómo alimentamos y justificamos la inmovilidad, pero también narra cómo salir de esa falsa zona de confort y elegir el momento y la forma adecuada.

Cuida la salud de tu organización

La obra de José de Jaime Eslava es un manual práctico para planificar el control de las diferentes áreas de una empresa. El autor defiende que muchas de las muertes prematuras de pequeñas y medianas compañías se deben a la falta de control interno y externo. Sobre la organización interna de una firma pone especial hincapié en revisar y verificar las operaciones, los procesos informáticos y contables, así como las estrategias y políticas de selección y gestión de personas. Pero en el libro se analiza también en profundidad la necesidad de cuidar la imagen exterior de la organización. El aumento de casos de fraude y corrupción empresarial han hecho que los valores éticos y morales que distinguen a una empresa adquieran más notoriedad.



▲ **LA GESTIÓN DEL CONTROL...**
 Autor: José de Jaime.
 Editorial: ESIC.



▲ **VENDER ES FÁCIL SI SE SABE CÓMO**
 Autor: Alejandro Hernández.
 Editorial: Alianta.

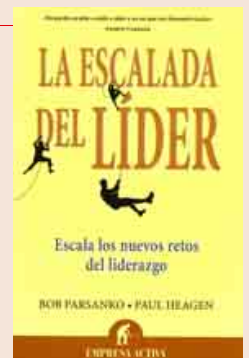
Técnicas para cautivar a tu interlocutor

Vender es comunicar, es negociar y de eso trata la obra de Alejandro Hernández. Para el autor la clave es ver a cualquier interlocutor con el que tengamos que tratar en el ámbito laboral como una oportunidad (para venderle un producto, para transmitirle nuestras ideas, habilidades...) porque sólo viéndolo de esa manera se alcanza el éxito.

Hernández considera que la mayoría de los profesionales no son conscientes de todas las herramientas que tienen a su alcance para cautivar su atención y transmitir su mensaje. Por eso, presenta ejercicios prácticos para aprender a dirigir la situación por donde queremos. Entre otros aspectos describe cómo afrontar una negativa, cómo esperar el momento adecuado o cómo comportarse ante las objeciones. La cuestión es no rendirse, observar y diseñar una estrategia para cada caso.

Los valores que te distinguen como líder

La historia de Adam, el protagonista de *La escalada del líder*, refleja la situación en la que se ven inmersos muchos directivos o responsables de equipos, que ascienden rápidamente en la jerarquía de la empresa para, de pronto, darse cuenta de que en vez de seguir subiendo comienzan a caer lentamente. A lo largo del libro se muestra que el fracaso casi nunca es un acontecimiento singular y catastrófico, sino una erosión lenta y constante de la persona. Parnasko y Heagen recomiendan tomar distancia y desde la serenidad analizar cuáles son los valores que nos definen como profesional y como jefe. Explican que la forma nunca puede sustituir a la sustancia y que ser un auténtico líder significa ser fiel a nuestra voz interior, no a las exigencias y expectativas externas.



▲ **LA ESCALADA DEL LÍDER**
 Autor: B. Parnasko y P. Heagen.
 Editorial: Empresa Activa.



▲ **CÓMO CONSEGUIR EL MEJOR...**
 Autor: Enrique Quemada.
 Editorial: Pirámide.

Encuentra el inversor adecuado para tu firma

Por diferentes motivos, muchas empresas españolas necesitan una ampliación de capital para garantizar su supervivencia. Pero los procesos son complejos y arriesgados. Enrique Quemada es consciente de ello y explica en su libro todo lo que hay que saber antes de vender un negocio o dar entrada a un socio capitalista.

La obra, llena de ejemplos reales, está dividida en dos partes. En la primera se exponen los pasos previos, cómo preparar la empresa para maximizar el precio en su venta, los documentos que se necesitan y qué tipo de inversores pueden entrar en juego. En la segunda se aborda, sobre todo, cuáles son las mejores estrategias de negociación.



▲ **EL ARGUMENTO**
 Autor: Juan Mateo.
 Editorial: LID.

¿Qué te define como profesional?

Lo que nos define como profesionales es lo que somos como personas. Lo que nos importa, lo que nos indigna, lo que anhelamos o lo que imaginamos nos moldea como profesionales. El libro de Juan Mateo es una recopilación de cuentos, reflexiones y deseos que invitan a hacer un viaje a nuestro interior para conocernos y así definir qué dirección queremos tomar en la vida, tanto en el plano personal como en el profesional.

Su formato está lejos del típico libro de empresa o de novela. Se parece más a un cuento infantil con pestañas, transparencias, cartas... Elementos que el autor usa para ayudarnos a buscar los argumentos que nuestro modo de actuar.

Sin nervios ante tu audiencia

Casi todas las sensaciones que tiene un orador antes de hablar en público van de malas a peores, el miedo se adueña de sus comportamientos y queda dominado por su peor versión. Para combatir esto, Javier Reyero, muestra desde su experiencia cómo luchar contra el miedo y qué hacer para que una intervención en público no se convierta en una tortura y un fracaso.

Lo primero es entender que una charla, una reunión o una conferencia son entornos donde se deja ver la valía y habilidades profesionales. Por eso la preparación es fundamental, hay que dominar la información que se quiere transmitir, conocer al público y cuidar los detalles, dice Reyero.



▲ **PRESENTACIÓN PERFECTA**
 Autor: Javier Reyero.
 Editorial: Pearson.

Aprende a mover tu negocio en la Red

El 70% de las pequeñas empresas y el 83% de las medianas afirman usar los medios sociales para hacer crecer sus negocios. En las grandes firmas tampoco se descuidan las acciones en la Red. Este panorama es el que ha llevado a Manuel Alonso y Sofía Martín a escribir una guía práctica plagada de ejemplos reales acerca de cómo aprovechar los recursos del mundo digital.

Destaca un capítulo dedicado a analizar los distintos medios y ventajas e inconvenientes de cada uno. También se estudia en profundidad cómo convertirlo en una plataforma de venta y de distribución, sobre todo, como canal para internacionalizar el negocio.



▲ **EL PLAN DE SOCIAL MEDIA**
 Autor: M. Alonso y S. Martín.
 Editorial: Pearson.