

### Cambio de vida

Aitor Zárate  
Ed. ESIC  
230 páginas  
11,54 euros



### Hacerse rico 'cuesta' sólo 230 páginas

Aitor Zárate, autor del libro, fue jugador profesional de baloncesto, internacional en todas las categorías salvo en la absoluta y subcampeón de Europa en 1983. Pero también es especialista en fiscalidad internacional y en el mercado de futuros de Chicago (sí, lo ha leído bien). Incluso le da tiempo a escribir libros como éste. Delicioso y transgresor.

### Corporate Governance Intelligence

P. Montañés  
E. Olier  
FT Prentice Hall  
244 páginas  
25 euros



### La web y su ayuda para la eficacia de la empresa

Bajo este complicado concepto se esconde lo que los autores definen como el nuevo enfoque en la misión de las empresas modernas. La tecnología, esa amiga que hace asquible económicamente, brillante estéticamente y sobre todo eficaz para su supervivencia. Y su labor para crear valor a todos los *stakeholders*.

### La toma de decisiones

Harvard  
Business Review  
224 páginas  
17,34 euros

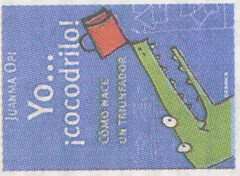


### Cómo, cuando y por qué hay que decidirse

Una obra diseñada para transmitir a personas de todos los niveles cuáles son los criterios básicos que deben estar presentes y las técnicas que propician la toma de decisiones eficaces. Un libro específicamente pensado para ofrecer a los directivos y profesionales la información que necesitan para seguir siendo competitivos.

### Yo... icocodrilo!

Juanma Opi  
Granica  
206 páginas  
14 euros



### Un directivo y un animal: ¿con cuál se queda?

Ésta es la historia de dos personajes. Un directivo, "genuino representante de nuestro mundo" y un cocodrilo, un animal muy...pero que muy primitivo...o no. Dos "vidas paralelas" que se entrecruzan. Un recorrido desde antes de su nacimiento hasta su muerte, incluyendo su legado póstumo. ¿Quién ganará la partida?

La guía del emprendedor  
Herrera/Brown  
Empresa Activa  
240 páginas  
12,50 euros



### No copie a los demás: hay que ser único

El futuro pertenece a quienes son capaces de emprender iniciativas arriesgadas; no basta con reproducir estrategias que otros hayan explotado con éxito, sino que debemos descubrir qué nos hace diferentes a los demás. Así se presentan estos dos autores, creadores del método EDI (*Entrepreneurship Development Institute*).