

▶ AÑO NUEVO, VIDA NUEVA, DICE EL REFRÁN. PERO SI NOS HA TOCADO UN BUEN PELLIZCO EN LA LOTERÍA, LO TENEMOS DIFÍCIL, ASÍ QUE PARA ROMPER UN POCO LA RUTINA Y QUE NO PAREZCA QUE “VOLVEMOS A LO DE SIEMPRE”, PROPONEMOS LA LECTURA DE ESTOS OCHO LIBROS, QUE POR LO MENOS AMPLIARÁN NUESTROS CONOCIMIENTOS EN DIVERSOS CAMPOS: CONTABILIDAD, MICROECONOMÍA, FINANZAS, GESTIÓN DEL TALENTO, MÁRKETING, CONSULTORÍA, ENERGÍA Y HASTA BUENAS MANERAS EN INTERNET. Y ASÍ TAMBIÉN, DE PASO, NOS OLVIDAMOS UN RATO DE LA CRISIS.

Título: Teoría y práctica de la contabilidad

Autor: José Luis Sánchez Fernández de Valderrama

Editorial: Pirámide

Precio: 47 euros



Este es un manual dirigido principalmente a estudiantes sin una formación previa en contabilidad, aunque por su claridad y los casos prácticos que incluye también puede resultar interesante para profesionales. El autor, catedrático de Contabilidad de la UCM, enfoca el libro desde una visión económica de esta disciplina, que tiene como base la relevancia y fiabilidad de los datos financieros y busca proporcionar información útil a un amplio rango de usuarios, desde el propio empresario hasta la Hacienda Pública, pasando por trabajadores y analistas financieros. El manual arranca con una definición de los conceptos de la contabilidad y la presentación de la técnica contable, a los que sigue un análisis del marco legal al que está sometido la empresa en España (incluyendo el nuevo Plan general Contable de 2008). La segunda parte se dedica al estudio de áreas concretas, como los instrumentos financieros, la contabilidad de impuestos o las “combinaciones de negocios”, que van acompañadas de ejemplos prácticos.

Título: Introducción a la microeconomía

Autores: Miguel Cuervo Mir y

M^a Teresa Freire Rubio

Editorial: Esic

Precio: 24 euros



La tercera edición de esta obra pone al día su contenido e introduce

algunas novedades en un manual cuyo objetivo es presentar los fundamentos básicos de la economía. Así, su primera parte analiza la teoría del comportamiento del consumidor, tanto desde el punto de vista de éste como desde el de los productores, y la segunda aborda el intercambio y la creación y estructura de los mercados. Una de las novedades es la incorporación de citas de textos destacados en materia económica.

Título: Las diez mejores inversiones para los próximos 10 años

Autores: Jim Mellon y Al Chalabi

Editorial: Gestión 2000

Precio: 20 euros



Los autores se plantean en este libro cómo llegar a la jubilación con un buen patrimonio a las espaldas. Aunque realizado desde una perspectiva anglosajona, la mayor parte de sus consejos se pueden aplicar en todo el mundo, ya que son de pura lógica: hay que ponerse manos a la obra pronto, pensar a largo plazo, diversificar, eliminar deudas, vivir de acuerdo con nuestras posibilidades, ahorrar, y tener mucho cuidado a la hora de invertir en bolsa... Y una vez hecho esto, podemos colocar nuestro dinero en esas diez grandes “ideas” que nos proponen, como por ejemplo las energías renovables, los servicios para la tercera edad o las empresas de países en plena expansión económica.

Título: La organización basada en el talento

Autores: Peter Cheese, Robert J. Thomas,

Elizabeth Craig

Editorial: FT Prentice Hall

Precio: 24 euros



En un momento en el que las máquinas desarrollan el trabajo duro o repetitivo, y en el que la informática ha simplificado considerablemente las tareas administrativas, la diferencia entre las empresas viene marcada por la “calidad” de sus empleados, o dicho de otra forma, por el talento. Descubrir, desarrollar, utilizar, motivar y conservar a esas personas que marcan la diferencia debe ser una tarea básica de todo buen directivo, y este libro nos

enseña a hacerlo a través del compromiso, un concepto que sustituye al modelo tradicional de relaciones entre jefes y empleados.

Título: Es simple. Es marketing.

Autor: David González Guillem

Editorial: Viena Ediciones

Precio: 15 euros



Todo directivo quiere aplicar las mejores estrategias en su negocio, es decir, las que le darán más beneficios, y en marketing ocurre lo mismo. No sirve de nada lanzar una gran campaña de publicidad si es difícil encontrar el artículo que queremos vender en las tiendas, ni tampoco hacer unos bonitos expositores si luego no nos aseguramos de que se colocan y se mantienen en el lugar adecuado. El conocimiento del producto por parte de los propios comerciales, la información sobre la competencia, la adecuación del producto y de las campañas de publicidad al público objetivo son los factores clave que nos permitirán vender si malgastar dinero en promociones inútiles, por inadecuadas. González repasa en su libro los errores que se cometen en el área comercial, y propone soluciones simples, puesto que son lógicas, aunque esto no quiere decir que sean fáciles de aplicar.

Título: Soy consultor (con perdón)

Autor: Carlos Abadía Jordana

Editorial: Empresa activa

Precio: 14 euros



En unos momentos en que la profesión de consultor no goza de una especial reputación de seriedad, el autor se atreve a reivindicar al consultor pionero y serio: aquel que está pendiente de su formación, que es riguroso en su actuación, que se toma en serio las necesidades del cliente y que no le da gato por liebre, o, como dice Abadía, "una solución embotellada"; muy complicada y vistosa, pero que no le sirve de nada a la empresa. Además de honrado, riguroso, organizado y capaz de sintetizar sus ideas, el buen consultor empresarial debe tener sentido del negocio y una parte de psicólogo que le ayude a moverse en el difícil terreno de las relaciones personales dentro de la organización. Ahí es nada...

Título: Un futuro sin petróleo; colapsos y transformaciones socioeconómicas.

Autor: Roberto Bermejo

Editorial: Catarata

Precio: 20 euros



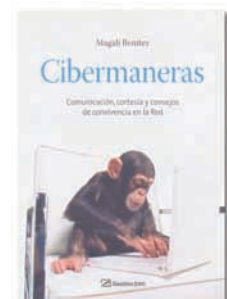
Cuando el petróleo empiece a agotarse -dentro de 20 años, según los más pesimistas-, la gasolina será más cara, lo que se traducirá en menos coches en las carreteras y en que dejaremos de tener piñas baratas traídas desde Costa Rica; compraremos la producción de las granjas locales, pero también ésta será más cara. Los países en vías de desarrollo tendrán que esforzarse para pagar la factura de una energía cada vez más costosa, pero en los países pobres la situación será todavía peor, ya que no podrán pagarla y su industria se paralizará, lo que se traducirá en mayor pobreza... El autor de este libro, profesor de Economía Sostenible en la Universidad del País Vasco, nos pinta un futuro muy negro sin petróleo. Sobreviviremos, claro, pero pagaremos un alto precio por no haber empezado a usar antes las energías renovables.

Título: Cibermaneras

Autora: Magali Benítez

Editorial: Gestión 2000

Precio: 20 euros



¿Hace falta mandar un e-mail a todas las personas de la empresa para comunicarles un cambio minúsculo en un documento que sólo interesa a nuestro departamento? ¿Es lógico esperar que alguien te conteste un e-mail a los cinco minutos de haberlo enviado? ¿Podemos aprovechar una dirección de e-mail que nos facilitaron al realizar una consulta para machacar a alguien con publicidad? Si tenemos un blog y se nos cuela un "troll" -alguien que escribe sólo para provocar-, ¿debemos entrar al trapo y contestarle? Internet es un espacio abierto a todo el mundo; ¿dónde está el límite a lo que deberíamos publicar en sitios como Facebook? ¿Qué imagen damos de nosotros mismos en internet? Igual que en la vida real, en la red también debemos cuidar nuestras maneras, y la autora nos da pistas para no meter la pata y también para protegernos a nosotros mismos.