

Texto: **Gabriel Cortina de La Concha**

Jefes, ¡no gracias!



Salvador Figueros

Editorial Planeta

¿Cómo convertir una idea en un negocio próspero? ¿Qué trámites administrativos hay que cumplimentar? ¿Dónde se puede buscar financiación? ¿Qué es un plan de negocio? ¿Por qué el marketing es la clave para conseguir ingresos?

Si has tomado la decisión de dar un giro a tu vida e intentar lanzar tu propio negocio, éste es el libro que estás buscando. Te enseñará, uno a uno, todos los pasos que debes seguir para, con poco más que un ordenador y una mesa, montar tu empresa y conseguir todo aquello que habías soñado. Desde la idea de negocio hasta la campaña de marketing, incluyendo explicaciones sobre los trámites burocráticos, la búsqueda de financiación, la tecnología necesaria o el Plan de negocio.

¿Por qué es recomendable leer este libro? Dos razones: es un manual práctico, claro y útil que enseña paso a paso cómo crear tu propio negocio; y el autor, Salvador Figueros, es una persona que ha ayudado a miles de personas a construir su propio negocio. Actualmente se dedica intensivamente a la formación y el asesoramiento. Efectivamente, este libro es un magnífico compañero de viaje para todos aquellos que han decidido iniciar la maravillosa aventura de ser su propio jefe. Aporta un conocimiento práctico de todo aquello que se necesita saber a la hora de emprender.

Los secretos de la comunicación personal



**Matthew McKay,
Martha Davis y
Patrick Fanning**

Editorial Paidós

Recomendamos esta obra para aprender a comunicarse de manera efectiva en cualquier situación, especialmente en el profesional. Se trata de un conjunto de técnicas de comunicación esenciales, de manera condensada y con muchos ejemplos y ejercicios.

Muchas personas dan por supuesto que un buen comunicador posee un talento especial para hablar y escuchar a los demás; una especie de don que no se puede aprender o mejorar. La realidad es que la capacidad de comunicación se desarrolla mediante el esfuerzo y la práctica, y aprender a comprender a los demás y a comunicar nuestras ideas con claridad puede mejorar todas las facetas de nuestra vida.

Por ejemplo, una de las dificultades sociales más comunes es el establecer contacto con desconocidos. Veamos las técnicas que propone el libro: acérquese a la otra persona; inclínese hacia adelante; no cruce brazos ni piernas; establezca contacto ocular; sonría; acompañe sus respuestas con gestos; toque a su interlocutor.

Los autores de este libro, reconocidos profesionales con años de experiencia, nos enseñan a "leer" el lenguaje corporal; a negociar y a resolver conflictos; a manejar las interacciones de grupo; a mejorar nuestra capacidad de hablar en público y a prepararnos para llevar a cabo con éxito una entrevista de trabajo. Se trata de una guía práctica, con numerosos ejercicios, para cultivar unas mejores relaciones con las personas de nuestro entorno. Además, nos permitirá descubrir nuevas capacidades en el desarrollo de los negocios, a transmitir mejor nuestras ideas y a ser un oyente más atento.

Innovar para ganar



**Fernando Triás de Bes
y Philip Kotler**

Editorial Empresa Activa

A través de un nuevo modelo de gestión de la innovación, válido para cualquier tipo de organización, bautizado como el modelo A-F, los autores ponen sobre el papel años de experiencia en creatividad, marketing y gestión. Este es un libro llamado a modificar la forma de entender la innovación en las empresas y organizaciones. Práctico y directo, se trata de una obra imprescindible para gestionar el cambio o la mejora en cualquier área funcional. Estas ideas pueden servir a la hora de plantear negocios para la actividad de los profesionales autónomos.

Además de asentar los elementos fundamentales que configuran la gestión efectiva y creativa de la innovación, "Innovar para ganar" es una guía rápida e intuitiva en la que se describen las más importantes teorías, técnicas y recientes hallazgos sobre esta área de gestión. Una obra dirigida a personas que deseen saber cómo transformar una organización en innovadora, abarcando desde directores generales y CEO hasta personal de I+D, marketing o directores de nuevos productos. También a cualquier persona que tenga equipos humanos a su cargo y precise de creatividad en el desempeño de sus cometidos.

A través del nuevo modelo de gestión de Fernando Triás de Bes y Philip Kotler, comprobaremos que trabajar mediante roles y no etapas producirá nuevas interacciones, exprimiendo al máximo el potencial de todos los involucrados en el proceso. Innovación, tecnología y marketing unidos a través de este modelo, el modelo A-F, en una nueva aproximación, exhaustiva y sencilla, imprescindible para cualquier desarrollo de negocio.

¡Socorro, quiero ser digital!



**Alicia Feliciano y
Martiniano Mallavibarrena**

Editorial LID

«Nadie que se considere emprendedor en este momento puede ignorar el universo Web 2.0 en su meta», tal y como comenta Francisco Román en el prólogo de la obra Vivimos en un mundo inmerso en un nuevo marco: las redes sociales. Las nuevas tecnologías interfieren de una manera positiva facilitando las relaciones humanas y la comunicación entre empresas actuando de escaparate que abre nuevos caminos. La importancia de este nuevo entorno y su correcto manejo es lo que ha llevado a Alicia Feliciano y a Martiniano Mallavibarrena a plasmar, de una forma didáctica y práctica, el significado y el correcto manejo de las redes sociales en "¡Socorro, quiero ser digital!" facilitando al lector su integración en las mismas. Recomendamos esta obra porque el objetivo de los autores es superar la brecha digital ayudando a conocer las reglas de juego de este nuevo mundo y de las herramientas de comunicación que nos brinda. Como afirman los expertos, «la informática ya no es exclusivamente una herramienta que nos facilita nuestro día a día aumentando precisión y rapidez. Se está convirtiendo en una herramienta social». Se pone a nuestro alcance un amplio manual de gran ayuda que recoge todos los aspectos de las redes sociales de ocio y profesionales en general adentrándose con mayor profundidad en los universos de Facebook, Twitter y LinkedIn.

Otro de los grandes protagonistas de la obra es la imagen de las personas en Internet «Porque la marca personal es nuestro mejor activo, debemos aplicar todo el sentido común y la honestidad que nos caracteriza. Nuestra imagen debe ser real y auténtica si queremos triunfar en nuestro entorno familiar, de amigos o profesional. Todos sabemos que los negocios los cierran personas, no empresas. El objetivo de una buena imagen es generar sobre todo confianza y seguridad». Bajo esta idea, los autores dedican un capítulo a la generación y optimización de la marca, tanto de las personas como de las empresas, en el universo 2.0. Y a este reto se enfrentan los profesionales autónomos.