

El 'management' propone nuevas soluciones

Modelos de éxito de los que aprender, técnicas de negociación y cómo aprovechar su red de contactos son los temas estrella. Por **Ángela Méndez**

Los malos datos económicos y la precaria situación del mercado de trabajo forman parte de nuestro día a día. Las editoriales son conscientes de ello y saben que ya no toca indagar sobre las causas de la crisis; ahora es el momento de buscar y proponer soluciones. Por eso, los temas de sus novedades coinciden en incitar al lector a analizar su forma de trabajar, a afrontar sus miedos, a romper con los hábitos más arraigados y a experimentar cosas nuevas.

Entre las obras para esta temporada reina el tono positivo, a la vez que se transmite el mensaje de que las

cosas pueden cambiar, y para bien. El protagonista de estos giros: cada uno de nosotros. La mayoría de los títulos, independientemente de su temática, apuestan por los ejemplos de éxito. Sus enseñanzas deben ser tomadas como un punto de partida y de reflexión a partir del cual definir nuestra propia estrategia.

Las nuevas tecnologías son también una constante. En casi todos los libros hay un capítulo que nos recuerda que no podemos olvidarlas, porque son una herramienta que puede darnos la ventaja competitiva que necesitamos.

la calma y el autocontrol deben ser nuestros grandes aliados.

A través de múltiples ejemplos el autor nos explica las pautas que debemos seguir a la vez que da respuesta a las preguntas que siempre aparecen del tipo: quién tiene que hacer la primera propuesta, cómo manejar a un negociador agresivo, cómo proteger mi precio, cómo parar las peticiones del otro, cuál es el momento de hacer una concesión o si se puede pedir más dinero del previamente pactado.

En el despiece que Hernández hace del "arte de la negociación", destaca el análisis que realiza sobre el intercambio. Ésta es la base de toda discusión, por este motivo nos enseña la importancia de la generosidad, cómo puede ser contagiosa y los beneficios que reporta.

Ahora más que nunca, manejar con maestría las técnicas de negociación puede ser la ventaja competitiva que le permita coger distancia frente a sus competidores. Además, como dice el autor, "recuerde que una negociación bien dirigida le ahorrará costes porque hay ocasiones en las que no llegar a un acuerdo es más costoso que alcanzarlo".



Las novedades sobre gestión se centran más en los remedios que en describir problemas. / Dreamstime



Negociar con eficacia no está reservado sólo para los grandes empresarios y altos directivos", afirma Alejandro Hernández, experto en esta materia y autor del libro. Y es cierto, porque tanto en el ámbito profesional como laboral, la negociación está siempre presente. Por eso es fundamental que cada persona aprenda las técnicas más adecuadas a cada situación. "Comportarse de manera natural no basta. Reaccionar instintivamente a los movimientos de la otra parte no es suficiente. El negociador experimentado se comporta de manera consciente porque sabe que así aumentará su eficacia", nos explica Hernández. Obviamente los nervios y la impaciencia surgen ante un posible trato, así que



1.000 CLAVES DE ÉXITO EN EL MUNDO DE LA EMPRESA

Autor: Joaquín Valcarce y Ángel Martín.
Ed.: Nowtilus.

Joaquín Valcarce, autor junto a Ángel Martín de *1.000 claves de éxito*, define al mundo empresarial como una carrera olímpica. El entrenamiento y la observación son por tanto una parte fundamental que ayuda a alcanzar nuestras metas. Los autores, con amplia experiencia en la creación y gestión de empresas, consideran que estudiar casos de éxito es un método recomendable para aprender de sus aciertos y errores. Aunque, como insisten a lo largo de todo el libro, lo más importante de este tipo de análisis es que despiertan la imaginación para buscar soluciones novedosas. Y es que la parálisis ante un contratiempo o un fallo es uno de los peores enemigos de la gestión empresarial.

Uno de los aspectos destacados de la obra es su división en cinco grandes bloques. Cada uno de ellos analiza en profundidad aspectos relevantes para las empresas y para los trabajadores y en ellos encontrará pequeñas píldoras de información, recomendaciones y ejemplos. Entre ellos resalta el apartado dedicado a la jubilación, centrada sobre todo en altos directivos y patriarcas de firmas familiares. Explican la importancia de saber dejar el sillón de mando pero, eso sí, preparando el relevo para que la dirección no se resienta.

En la parte centrada en las organizaciones, aparte del detallado análisis de la gestión, las negociaciones y las ventas, hay dos capítulos que resultan muy recomendables a tenor de las circunstancias actuales: *Fusiones y adquisiciones* y *Crisis y reestructuraciones*. En el primero, Valcarce y Martín inciden en la importancia de la constancia y de saber tomar decisiones a todo riesgo, "porque los negocios son una carrera de fondo, no de velocidad". Sobre la crisis recomiendan afrontar los inevitables cambios con espíritu positivo y constante imaginación.



NETWORKING
Autor: Jordi Robert-Ribes.
Ed.: Profit.

Manejar su red de contactos se ha convertido en una herramienta esencial. Es cierto que el concepto no es nada nuevo, pero lo que sí es diferente es el modo en que se gestiona. La obra de Jordi Robert-Ribes es una guía práctica, que a partir de 33 propuestas independientes entre sí, propone distintas formas de aprovechar su relación con compañeros de trabajo, clientes, proveedores y también amigos. No significa convertirse en un *jeta*, es fomentar el *toma y daca* y estar alerta ante las oportunidades que surgen a nuestro alrededor. Nutrido de casos reales, el libro está dividido en tres grandes bloques: *networking* en una nueva empresa, en un nuevo sector y en un nuevo país.



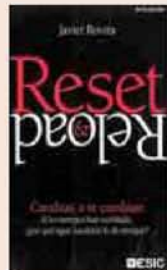
VIVIR 'LOW COST'
Autor: Arancha Bustillo y Marta Juste.
Ed.: Conecta.



POR DÓNDE EMPIEZO 2.0
Autor: Natalia Gómez.
Ed.: Empresa Activa.



EL LEOPARDO DEL KILIMANJARO
Autor: Sergio Gorina.
Ed.: Nowtilus.



RESET & RELOAD. CAMBIAS O TE CAMBIAN
Autor: Javier Rovira.
Ed.: Esic.



EMPRENDE TU PROPIA AVENTURA
Autor: Joan Riera y Tomás Soler.
Ed.: Lid.

Low cost es un término que lleva mucho tiempo en boca de todos, pero en los últimos años ha adquirido más relevancia. El libro de Arancha Bustillo y Marta Juste, periodistas de EXPANSIÓN, analiza en profundidad este modo de vida y de trabajo porque, en las actuales normas del mercado empresarial, el consumidor es cada vez más una pieza clave. Como afirman las autoras, el cliente y destinatario final del producto o servicio no es ya un mero espectador que acepta lo que le presentan y elige dentro de la variedad. “Hemos evolucionado de *homo consumista* al *homo sapiens consumista*”, dicen. Y es cierto, porque gracias a la tecnología está muy informado, compara, comenta y comparte su experiencia con su entorno.

Ante este panorama, las empresas no pueden permanecer indiferentes y tratan de convertir al consumidor en su mejor agente de publicidad y venta. Pero Bustillo y Juste también analizan en detalle las técnicas y estrategias de algunas de las más conocidas firmas de *low cost*. Sin favoritismos ni remilgos explican la letra pequeña de la gestión empresarial de estas conocidas compañías. Entre las que sólo algunas deben ser tomadas como modelo a imitar.

Internet ha cambiado nuestra forma de comunicarnos, el avance de las redes sociales es imparable y la mayoría de las oportunidades de negocio y desarrollo se encuentran en la red. Queramos o no, este es el panorama en el que nos movemos. Sin embargo, son muchas las personas que muestran reticencias, aunque por otro lado sienten que profesionalmente se están quedando atrás. En estos casos la pregunta es “¿por dónde empiezo?” Natalia Gómez del Pozuelo, experta en consultoría, explica en su libro qué pasos hay que seguir. Aunque también insiste en que hoy la cuestión ya no es si están en la red o no; lo importante es elegir cómo y dónde quieres estar.

La primera advertencia de la autora es que “en ningún caso las redes sociales eliminan el contacto directo entre las personas, sino que lo complementan”. Partiendo de esta premisa, el libro se convierte en una hoja de ruta para definir nuestra presencia en el entorno virtual, ya seamos directivos, profesionales de a pie, autónomos, desempleados o jubilados, porque en este universo podemos brillar como estrellas o como payasos. Y no olvide leerlo frente a un ordenador para así poner en práctica las enseñanzas que nos brinda.

El *leopardo del Kilimanjaro* es una novela que nos introduce en el mundo de la búsqueda de la propia vocación. Un tema arduo y sesudo que Sergio Gorina ha sabido clarificar y hacer accesible para todos los públicos a través del estilo novelado.

Su obra es un relato de viajes y de amistad pero, ante todo, de introspección y reflexión. Porque las dudas y miedos que siente el protagonista de esta novela las puede experimentar cualquier persona. Hasta cierto punto autobiográfico, el libro cuenta la historia de un ejecutivo de éxito sumido en una profunda crisis de identidad que le lleva a romper con su empresa y emprender un viaje a África. A medida que se van sucediendo las etapas, Santiago va encontrando las respuestas, guiado por un amigo psicólogo.

El proceso de *coaching* ejecutivo entreverado en la narración está recogido en forma de ejercicios prácticos al final de la obra. A través de preguntas muy concretas y directas Gorina nos obliga a enfrentarnos a nuestros propios miedos y frenos. Hay que desprenderse de la queja fácil y de echar las culpas a los demás, porque llegar a la cima sólo depende de uno mismo.

Si los tiempos han cambiado, ¿por qué sigue haciendo lo de siempre? Esta es la pregunta que lanza el profesor de Esic Javier Rovira en su libro *Reset & Reload*. Las reglas del juego del mundo de la empresa han variado y si se quiere seguir participando hay que adaptarse y asumir lo antes posible esas nuevas normas. De nada sirve quejarse y, por eso, Rovira nos desafía a abandonar nuestra zona de confort, recordándonos que el futuro lo labramos nosotros mismos. Debemos tener siempre presente que las oportunidades existen pero que sólo llegan si nos sobreponemos a la parálisis: nuestro peor enemigo.

A través de múltiples ejemplos el autor cuestiona los paradigmas empresariales y propone cambios en la relación empresa-trabajador a la vez que apuesta por una comunicación más fluida y estructuras más planas que agilicen la toma de decisiones. Destaca también el análisis que hace de la determinación del precio y del funcionamiento del departamento de ventas. Aunque una de las partes más llamativas es la desmitificación del mundo online. Un medio y una herramienta con la que siempre hay que contar pero que debemos aprender a manejar adecuadamente.

Normalmente ante un libro cualquiera ocupamos el rol de lector pasivo, que asimila y reflexiona sobre las propuestas del autor y que, como mucho, hace anotaciones al margen. Pues el libro de Joan Riera y Tomás Soler no es así. Desde el primer capítulo usted tendrá que participar para decidir que línea seguirá la historia que tiene entre sus manos. *Elige tu propia aventura* es una obra sobre la creación de empresas en la que Kim, una joven de San Francisco afincada en Barcelona, decide poner en marcha un negocio. A través de sus inquietudes, dudas y miedos los autores nos introducen en el apasionante y complejo mundo empresarial.

Estos expertos en el asesoramiento a emprendedores han escrito 35 finales diferentes de este relato que le atrapa al convertirse también en protagonista. Una fórmula muy recomendable, porque es casi un simulador de empresas, en el que, sin correr riesgos, participará en la actividad del departamento de recursos humanos, de ventas, de finanzas... Además, experimentará las consecuencias de tomar decisiones acertadas o equivocadas, con la ventaja de que ante los fallos, podrá volver atrás y replantearse su estrategia.