



MÁSTER EN FINANZAS

Oriol Amat y Xavier Puig

PROFIT, 344 pp., 18,85 €

Una guía indispensable para conseguir el dominio de las finanzas y el éxito de una empresa. Este libro ayudará a comprender y aplicar con rigor los conceptos clave, fundamentos, estrategias y operativas financieras que tienen como objetivo generar valor en las empresas. Desde el marco general de las finanzas corporativas hasta la gestión del fondo de maniobra, esta obra cubre las principales áreas de la financiación empresarial y la evaluación de inversiones. Una obra creada por reconocidos expertos en la materia y que está dirigida a directivos y profesionales de las finanzas.

Dentro de sus páginas se ofrece desde una visión panorámica de las finanzas corporativas, para continuar con varios capítulos que tratan la temática de la inversión. Además de tratar temas de financiación, en los últimos capítulos se trata la temática de la gestión de riesgos y de la relación entre las finanzas y el buen gobierno corporativo.



HAZLO TAN BIEN QUE NO PUEDAN IGNORARTE

Cal Newport

PENÍNSULA, TRADUCCIÓN DE DIEGO PEREDA SANCHO, 256 pp., 19,90 €

Vivimos en una relación compleja con el trabajo. Se ha instaurado la creencia de que todos tenemos una pasión oculta, una vocación que riga nuestro camino profesional y que debe conducirnos hacia la felicidad laboral. Sin embargo, la realidad es que cada vez hay más gente descontenta, frustrada e insatisfecha.

Tras pasar tiempo con todo tipo de expertos que disfrutaron de su trabajo de forma genuina, Cal Newport desvela que la clave de la satisfacción profesional no radica en encontrar una supuesta pasión oculta, sino en el esfuerzo sostenido y el desarrollo continuo de nuestras habilidades y talentos. Lo esencial no es lo que hacemos para ganarnos la vida, sino cómo lo desempeñamos: la verdadera vocación se forja con el tiempo. Newport consigue dos cosas a la vez. La primera es desentrañar uno de los males que nos afligen, entender el mundo en el que vivimos y los obstáculos que encontramos. La segunda es dotarnos de herramientas que nos ayuden a vivir en él y a sacar lo mejor de nosotros mismos.



APRENDER DEL LEGADO. LAS FAMILIAS EMPRESARIAS

Tomás Manuel Bañegil Palacios

GESTIÓN 2000, 288 pp., 20,95 €

«El padre, mercader; el hijo, caballero; el nieto, pidientero.» ¿Tiene esto que ser así? Partiendo de esta pregunta, el autor describe 16 relatos reales de familias empresarias, manifestados e interpretados por sus propios actores, a los que ha entrevistado de forma separada: mayores y jóvenes, fundadores y sucesores de empresas con origen en Extremadura. Todos ellos explican con detalle multitud de problemas por los que han pasado, y referencian las fórmulas utilizadas para resolverlos.

El libro es de interés para un abanico amplio de lectores, y constituye un marco de trabajo para aquellos que deseen conocer cómo otras personas afrontaron problemas y situaciones contradictorias, cómo las lidiaron y las superaron; sobre aspectos múltiples de la gestión empresarial, desde la logística hasta el marketing, pasando por la negociación; siempre bajo el prisma de la continuidad y el legado de la familia empresarial. El autor intenta huir de cualquier atisbo de receta y, como él mismo indica, «todo cuanto está, está por alguna razón».



LOS SIETE HÁBITOS DE LA GENTE DESINFORMADA

Marc Argemí Ballbé

CONECTA, 224 pp., 18,90 €

Estar bien informado significa contar con suficientes datos para, de entre todas las decisiones posibles, poder elegir una. Sin embargo, la experiencia nos demuestra que muchas decisiones tomadas con seguridad están lejos de sustentarse en los datos, lo que explica que podamos parecer al mismo tiempo unos perfectos ignorantes y muy decididos. La desinformación nos afecta en nuestra vida personal y profesional. ¿Soy víctima de este fenómeno? La respuesta, con toda probabilidad, sería afirmativa porque nos desinformamos con facilidad y de modos muy diversos. El objetivo de este libro es ayudar a identificar los hábitos que nos hacen más vulnerables: el cuñadismo, la incredulidad crédula, la indecisión crónica, la ansiedad, el confusiónismo relacional, el activismo visceral y la precariedad informativa. Y, con sus herramientas prácticas para contrarrestar la desinformación, será de utilidad tanto para los expertos en redes sociales y profesionales de la gestión de cuentas en Twitter como para aquellas personas que solo visitan las páginas web de los periódicos de toda la vida.



LA SOCIEDAD QUE NO QUERÍA SER ANÓNIMA

Esther Trujillo

LID, 200 pp., 23,95 €



La responsabilidad social de las empresas puede parecer un gasto innecesario hasta que se comprueba lo que cuesta ser irresponsable y aquí comprobaremos cómo, en la era de la información, la gestión responsable y la ética empresarial son asuntos que representan una gran apuesta estratégica. A través de un personaje ficticio, Amaro Cifuentes, director de Responsabilidad Social de una compañía cualquiera, se desentrañan las claves de esta función empresarial gracias a una mezcla sutil entre la realidad y la ficción, el día a día y el esperpento, la gestión ordenada y la ocurrencia caótica. Y es que el desafío en la responsabilidad social para cualquier compañía moderna tiene un nombre: anticipación. Sus beneficios tardan en llegar, pero son claros, como podrá asegurar cualquier directivo que haya tenido que gestionar una crisis.