

## NOVEDADES EDITORIALES

### **COMUNICACIÓN SOSTENIBLE**

**Autor:** Burgué, Díaz y Pato.

Prólogo de Susana Roza.

**Edita:** LID EDITORIAL.

Biblioteca ICADE.



¿Qué hacen los grandes comunicadores para que sus ideas tengan eco y resuenen a lo largo del tiempo? La comunicación es una combinación de lenguaje verbal y no verbal, de razones y emociones, de palabras y hechos, que se entrelazan y forman un mecanismo perfecto.

Un comunicador sostenible necesita técnica, horas de vuelo y, ante todo, construir su credibilidad minuto a minuto. John F. Kennedy, Nelson Mandela, la madre Teresa de Calcuta o Gandhi han destacado por la fuerza de su mensaje, su capacidad de empatía o la influencia de sus palabras y acciones en los demás.

El audaz manejo de las emociones de Barack Obama no pasó desapercibido desde sus primeras intervenciones públicas. Su naturalidad y cercanía son las estelas que han marcado el carisma de un líder que cautiva.

Los buenos oradores trabajan el método, estilo y puesta en escena para convencer con su mensaje desde la coherencia y el aplomo. Si quieres, tú también puedes.

### **MBA's ¿Ángeles o Demonios?**

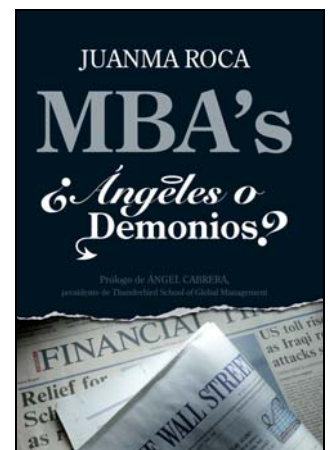
**Autor:** Juanma Roca.

Prólogo de Ángel Cabrera.

**Edita:** Gestión 2000. Ediciones S.A.

Durante los años de esplendor florecían las escuelas de negocio. Un MBA era el título imprescindible para lograr un ansiado puesto de dirección y los planes educativos y profesores de las escuelas de negocio establecían cuáles eran las aptitudes, conocimientos y habilidades imprescindibles para cualquier directivo. Vistos los desmanes que se han producido en las finanzas mundiales, cabe ahora preguntarse qué culpa tienen de lo ocurrido.

Juanma Roca, reconocido periodista económico, desenmascara en este libro qué se esconde tras un MBA. Cómo nace, qué escuelas son mejores, qué habilidades se requiere para desenvolverse con éxito y que aptitudes fomentan en sus aulas. Un ensayo polémico que va a generar un debate fundamental en esta etapa de cambio y reflexión.

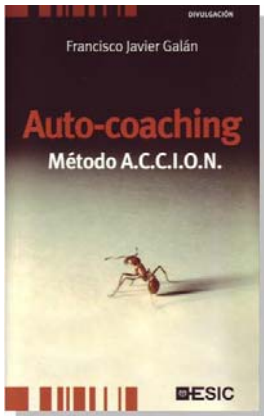


Un libro polémico que pone en entredicho a los MBA y a las Escuelas de Negocio en general.

## **AUTO-COACHING. MÉTODO A.C.C.I.O.N.**

**Autor:** Francisco Javier Galán.

**Edita:** Editorial GRANICA.



Es el momento de dejar de aplazar tu vida, el 95% de las personas VIVEN PARA TRABAJAR y no TRABAJAN PARA VIVIR MEJOR, este escaso 5% parecen que tienen un don especial, son personas más entusiastas y tienen lo que se llama una personalidad magnética.

Esta atracción es fruto, entre otras cosas, de tener una vida personal y profesional más equilibrada sintiéndose mejor consigo mismo, de conseguir una mayor profesionalidad, mayor *expertise* y por ende un mayor posicionamiento en su actividad, de tener una mayor energía y un menor estrés, de desarrollar una mayor auto-comprensión y auto-estima individual, de trabajar de forma inteligente y no caer en el trabajo por el trabajo, en definitiva, haber desarrollado un liderazgo personal de excelencia y desarrollar su máximo potencial. Si tu sueño es conseguir lo mencionado anteriormente el Método A.C.C.I.O.N. es la brújula que necesitas.

Este libro, a través de un diálogo personal, es la guía que te va a ayudar a diseñar de una forma muy sencilla tu vida y a descubrir:

- Las parálisis que pueden limitar tu potencial y cómo neutralizarlas.
- Con unas pautas muy concretas y claras, solucionar todas las cosas que tengas pendientes y abriéndote el camino para concentrar toda tu energía en tu misión o, dicho de otra forma, la huella que quieres dejar a tu paso.
- Lo fácil que es diseñar los objetivos y los planes de acción necesarios para poderlos conseguir.
- Cómo neutralizar todas las interrupciones que te pueden surgir y poder así llevar adelante todas tus prioridades y materializar la calidad de vida que deseas.

En resumen el Método A.C.C.I.O.N. te plantea un proyecto de mejora personal, a partir de una mejor gestión de tu vida laboral y profesional para así cumplir con la premisa que todo ser humano desea Trabajar para vivir mejor y no aplazar más su vida.

## **EL VUELO DEL ÁGUILA**

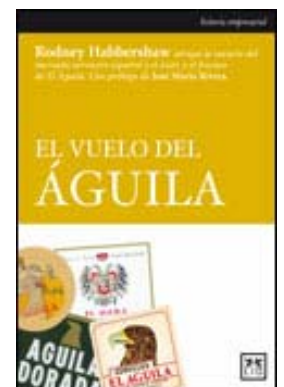
**Autor:** Rodney Habbershaw.

Prólogo de José María Rivera.

**Edita:** LID EDITORIAL. Colección historia empresarial.

Tomarse una caña con los amigos forma parte de la identidad cultural y de los hábitos de los españoles. Por eso resulta poco menos que sorprendente descubrir que a mediados del siglo XX el consumo de cerveza en España era residual (2,15 litros por habitante en 1950) y comprobar que, en tan pocas décadas, éste se haya disparado hasta los 83,8 litros por habitante (2008) convirtiéndonos en el tercer mercado europeo por volumen.

El vuelo del águila explora la creación de la industria cervecera nacional y su evolución y desarrollo prestando especial atención a la historia de S.A. El Águila, la empresa líder que fue incapaz de adaptarse a las exigencias y demandas del consumidor y que terminó desapareciendo como marca (tras una larga transición de Águila a Amstel) tras su absorción e integración en el grupo Heineken.



El libro es a la vez un riguroso caso de empresa y un apasionante relato de historia empresarial. Se centra en las decisiones estratégicas y en la gestión de la marca y ofrece, de forma clara, las claves del éxito, fracaso y posterior refundación de la compañía.