



LIBROS PARA EL EMPRENDIMIENTO



El Libro Negro del Emprendedor

Autor: Fernando Trias De Bes

Editorial: Empresa Activa (España).

Este libro aborda los errores más habituales que cometen los emprendedores y que explican la mayor parte de los fracasos. Si tecleamos en Google "Factores Clave de Éxito", podríamos encontrar más de 36 mil salidas. Pero... ¿y si buscamos los "Factores Clave de Fracaso"? Seguramente no encontramos si quiera tres coincidencias. Este libro nos ayuda a despejar estos factores claves de fracaso que, por cierto, nada tienen

que ver con la técnica o desconocimientos de gestión empresarial. Con él, aprenderemos, que se fracasa por motivos humanos y totalmente emocionales, derivados de la ilusión y el miedo.



Innovar para Ganar

Autor: Fernando Trias De Bes

Editorial: Empresa Activa (España).

Este magnífico libro se centra en la innovación en las organizaciones. Y, además de asentar los elementos fundamentales que configuran la gestión efectiva y creativa de la innovación, es una guía rápida e intuitiva en la que se describe las

más importantes teorías, técnicas y recientes hallazgos sobre innovación. Una obra dirigida a personas que deseen saber cómo transformar toda una organización en innovadora, lo cual incluye desde los directores generales, personal de I+D, marketing hasta los directores de nuevos productos.



El Arte de Empezar

Autor: Guy Kawasaki

Editorial: Ilustrae (Hawai)

El Arte de empezar es uno de los libros más inspiradores del genial Guy Kawasaki. En él, se habla de

los aspectos más importantes de emprender, desde cómo vender o cómo conseguir capital a cómo reclutar a tu equipo A. Todo el libro está impregnado de esa forma especial de escribir que tiene Guy, y no persigue ser un libro "técnico", en el sentido de detallar qué debemos hacer y cuando, sino más bien, un libro que te impulsa a generar nuevas ideas.



El Principio del Zigzag

Autor: Rich Christiansen

Editorial: McGraw Hill (EE.UU).

La manera en que vuela el cuervo es una rápida línea recta (que también es considerada como la distancia más corta entre dos puntos). Y, aparentemente, también es la ruta por la cual mucha gente persigue el éxito en los negocios y en su vida. Sin embargo, el emprendedor en serie Rich Christiansen rompe nuestros esquemas y sugiere que, en lugar de una línea recta, escojamos avanzar hacia nuestros objetivos de manera zigzagueante. Su "principio zigzag" consiste en tres pasos principales: obtenga beneficios, añada recursos y amplíe su negocio. Christiansen proporciona consejos sólidos que son fáciles de seguir. Y, la mayoría de sus ejemplos, surge de sus propios éxitos y fracasos.



Inteligencia Creativa

Autores: Franc Ponti Roca, Lucía Langa García.

Editorial: Amat (España)

"Inteligencia Creativa" descubre las siete estrategias para el desarrollo de la inteligencia creativa, necesarias en un mundo cada vez más complejo.

Mucha gente se considera a sí misma inteligente, pero muy pocas personas se consideran asimismo creativas. ¿Por qué? Este libro nos ayuda a responder a esta pregunta ya que descubre las relaciones que existen entre inteligencia y creatividad y, sobre todo, propone un conjunto de recursos prácticos para desarrollar nuestra creatividad y poder reinventarnos en tiempos difíciles. Además, integra un método de gestión de la creatividad a través del cuerpo, las emociones y el lenguaje.



Innovación, innovadores y empresa innovadora

Autor: Francisco Corma Canós

Editorial: Díaz de Santos SA (España).

¿Existe innovación sin innovadores? ¿Puede ser innovadora una

empresa sin innovadores? ¿Se puede implantar en una empresa una dinámica innovadora donde no existía? ¿La innovación hace al innovador o viceversa? ¿Qué papel juega en todo esto el empresario? ¿Y el emprendedor? A estas o similares preguntas se enfrentan los profesionales relacionados con el proceso de la innovación. A estas preguntas se enfrenta este libro.



Desing Thinking

Autores:

Maurício Vianna
Ysmar Vianna
Isabel K. Adler
Brenda Lucena
Beatriz Russo

Editorial: MJV Press

Innovar es una tarea ardua y a menudo frustrante, pero esencial para obtener la diferenciación en el mercado. El O design Thinking se acerca de problemas tradicionales de negocio bajo las perspectivas múltiples, mientras ayudando a resolverlos de una manera más eficaz que lleva a los nuevos caminos.

Esto libro presenta fases, técnicas y herramientas, con ilustraciones de casos genuinamente brasileños, para inspirar y auxiliar en la tarea que se dirige hacia la innovación.