

Éstos son sus poderes

Una inmersión periodística entre los empresarios gallegos

NEGOCIOS

SEÑORES DE GALICIA

Julían Rodríguez
Colección La Esfera Actualidad
ISBN: 978-84-9734-726-6

¿Por qué no cuajó realmente la compra de Unión Fenosa desde Galicia frente a la opción de Florentino Pérez? ¿Cuál fue la implicación de los grandes navieros vigueses en la crisis del Prestige? ¿Hasta cuándo serán enemigas íntimas las dos cajas de ahorros autóctonas? ¿Cómo será el futuro de Inditex sin Amancio Ortega pero con su hija Marta? ¿Quiénes son las damas del dinero? ¿Y los amos del ladrillo?

¿Qué razones ocultan hermanos que se han convertido en feroces rivales? ¿Hasta dónde llegan los poderes del rey del juego? ¿Cuál es la historia secreta del lobby de la emigración? ¿Dónde invierten su dinero las fortunas galaicas? ¿Por qué el silencio si es rentable para ellos?

En una inmersión periodística en profundidad, Julián Rodríguez arma de mimbres biográficos esa cesta de discreción que tan bien han sabido llevar los grandes empresarios gallegos. Ortega, Mera, Jove, Domínguez, Fernández Tapias, Arias, Collazo, Tojeiro, Vázquez Raña, Rey, Fernández de Sousa, Calvo, Silveira, Campo, Loureda... Apelli-

dos que son ya sinónimo de dinero, ninguno de los multimillonarios que han forjado su fortuna en los últimos treinta años o que han heredado imperios pasa de puntillas por las páginas de una obra cuyo autor, periodista especializado en economía, presenta como un vibrante relato que despejará muchas incógnitas.

La de ellos es una historia de éxito que combina momentos amargos con edulcoradas victorias, vínculos familiares inquebrantables con clanes rotos y enfrentados, muy poco ruido y mucho, muchísimo dinero. Son los señores de Galicia.

Julián Rodríguez Moscoso (A Coruña, 1968) es licenciado en



Ciencias de la Información por la Universidad de Navarra y *master* en Economía por la Universidad de Vigo. Inició su trayectoria profesional en la cadena SER, para integrarse en 1991 en la sección de Economía de *La Voz de Galicia*. En el diario líder de la prensa gallega también fun-

dó y coordinó el suplemento *Los Domingos de La Voz*, y desempeñó más tarde el cargo de jefe de Investigación. En 1999 accede a la dirección de *El Adelanto de Salamanca*, del grupo Zeta, para asumir el mismo puesto un año después en *El Periódico Extremadura*, también de Zeta, donde permanece otros cuatro años. Entre 2005 y 2008 ocupa el cargo de subdirector de la revista económica *Capital*, del grupo G+J. Actualmente colabora en varios medios, entre ellos el diario EL PAÍS y la TVG.

Julián Rodríguez Moscoso, especializado en economía, es asimismo coautor de *El laberinto gallego* (Biblioteca Gallega), *Estrategias para Galicia* (Fundación Caixa Galicia) y *Estrategias para España* (Capital y Fundación Caixa Galicia). Obtuvo el Premio de Periodismo Pérez Lugín en 2004, año del centenario en la Asociación de la Prensa de A Coruña. ■

AUTOCOACHING. CÓMO CONSEGUIR LO MEJOR DE UNO MISMO

Pedro Amador
Editado por Lulu.com
ISBN: 978-1-4092-0313-1



En la vida profesional se gana o se pierde en segundos. En la personal, la cuestión es mucho más complicada. Autoconocerse es el primer paso para ser feliz y éste es el objetivo de esta obra, ya que el *auto coaching* es una herramienta que lleva a la acción de desarrollo, el inicio de un camino cuya meta es siempre el

enriquecimiento personal. Estamos ante un libro claro, didáctico y de fácil lectura, que combina el conocimiento con la experiencia, y que no sólo debe ser leído sino utilizado. ■

LA TESIS DOCTORAL. UN MANUAL PARA ESTUDIANTES Y SUS DIRECTORES

Estelle M. Phillips
y Derek S. Pugh
Bresca Editorial
ISBN: 978-84-935590-8-3



Los estudiantes necesitan comprender los procesos de una eficaz educación doctoral. Este libro recorre con detalle aspectos como la naturaleza del doctorado, la elección del mismo, becas y apoyos, contexto de trabajo, técnicas y métodos de investigación, forma y es-

tructura de una tesis doctoral, estilo y redactado, aspectos psicológicos y prácticos, relación y trato con el director y con el entorno académico, así como la presentación y defensa de la tesis. ■

MANUAL PRÁCTICO DEL PLAN GENERAL DE CONTABILIDAD 2007

Elaborado por Auren
Editado por CEIM, Cámara de Comercio de Madrid y BBVA



Las *pymes* tropiezan con muchas dudas y dificultades a la hora de adaptarse a la nueva normativa contable. Esta obra, de carácter teórico-práctico, pretende ayudar a esas *pymes* a aplicar la nueva legislación que es fruto de la adopción de las Normas Internacionales de Contabilidad (NIC) y de Información Financiera (NIIF), de

obligado cumplimiento para todas las empresas españolas desde el pasado 1 de enero, y que deben presentar sus cuentas al final del ejercicio corriente de acuerdo con la nueva normativa. ■

QUÉ ES... City Strategy

Modelos de estrategias para las ciudades

JOSEP ROS

Con el siglo XXI ha comenzado una nueva era urbana. Las ciudades medianas (menos de 500.000 habitantes) concentran más de la mitad de la población urbana y crecen más rápidamente que las grandes. Este hecho se produce especialmente en los países occidentales, donde muchas ciudades están poniendo en práctica modelos de ciudad atractivos que integran desarrollo económico, sostenibilidad y calidad de vida. Las

ciudades españolas tienen el reto de seguir creando riqueza en competencia cada vez más directa con otras ciudades europeas, no sólo españolas.

Ubicación geográfica y recursos económicos no son condiciones suficientes para garantizar el éxito de una ciudad, el gran reto es atraer a los mejores profesionales para que lideren su dinamización económica y social. El paradigma ha cambiado: mientras que antes las ciudades atraían ciudadanos por su oferta de puestos

Modelos de estrategias para las ciudades



Fuente: Roland Berger Strategy Consultants

EL PAÍS

de trabajo, ahora es la oferta de profesionales la que atrae hacia las ciudades a los agentes económicos. Estos profesionales valoran muy especialmente aspectos como la calidad de vida y un entorno intelectual desarrollado. Es la llamada City Strategy, o desarrollo de estrategias para gestionar las ciudades. La competitivi-

dad de una ciudad depende de su posicionamiento único y estable en el tiempo, siendo sus principales elementos:

— Un modelo de ciudad ambicioso y compartido, basado en el realismo.

— La gestión con ámbito metropolitano de infraestructuras, transporte y comercio, integran-

do y optimizando ciudad y municipios periféricos. En la actualidad existen más de 120 entidades metropolitanas en Europa.

— Una marca y plan de *marketing* de la ciudad, gestionados por una institución y recursos con dedicación exclusiva.

— Infraestructuras de transporte desarrolladas, respetando los más exigentes estándares medioambientales.

— La existencia de un comercio urbano moderno y adaptado a las necesidades de la ciudad y de sus visitantes.

— Una Administración centralizada y eficiente, integrando las nuevas tecnologías.

— Fuentes de financiación públicas (incluyendo la comunitaria), privadas (esponsorizaciones y fundaciones) y mixtas. ■

Josep Ros es socio director general de Roland Berger Strategy Consultants en España.

BOE NOVEDAD EDITORIAL BOE
1ª ed. febrero 2008
Protección de Datos de Carácter Personal y Sociedad de la Información 48 €
Colección Estudios Jurídicos
http://tienda.boe.es

Si quieres anunciarte en El País, sigue la flecha

www.arapublicidad.com

calles fernán González 57
cp 28009 madrid
tfn 914319797

gran vía carlos III, 84
cp 08028 barcelona
tfn 934910002

carrer servicentemartí 83, 6ª
cp 46007 valencia
tfn 963530267