



Otros retos de la globalización

Avances y retos de la cooperación española. Reflexiones para una década

Manuel Iglesia-Caruncho
(coordinador)
Siglo XXI / Fundación
Carolina
ISBN 978-84-323-1304-2

E. MALAGÓN ZALDUARMA

Esta obra colectiva, coordinada por Manuel Iglesia-Caruncho, constituye un interesante compendio de un conjunto de temas que, de una u otra manera, afectan al diseño y a la puesta en marcha de las políticas de cooperación al desarrollo, no sólo aquí, sino en cualquier país del mundo. Sin embargo, el hecho de que el texto esté específicamente orientado al análisis de la cooperación española refleja la voluntad de relacionar las reflexiones generales —propias del actual debate internacional sobre el tema— con lo que ha sido la trayectoria más reciente habida en nuestro país.

El libro se presenta justo cuando van a cumplirse cuatro años del relevo gubernamental de 2004 y de la entrada de un nuevo equipo en la Secretaría de Estado de Cooperación y en la AECI, en el cual el coordinador del libro ha jugado, además, un papel relevante.

Esta circunstancia podría haber dado como resultado un texto autocomplaciente, pues no en vano la política de cooperación ha sufrido un importante —y positivo— vuelco durante este periodo. Sin embargo —y afortunadamente—, ello no ha sido así. Ciertamente, a lo largo de sus capítulos se dejan traslucir algunos de los avances expe-



rimentados durante el último periodo, pero ello no es obstáculo para que queden también señalados los principales problemas y retos que limitan el alcance de lo realizado y que pueden llegar a comprometer el futuro.

Nos encontramos ante una obra muy amplia, que aborda el análisis de la cooperación española al desarrollo desde muchos puntos de vista, los cuales se agrupan en seis capítulos diferentes. Los dos primeros están dedicados a trazar un panorama general sobre el tema, así como plantear algunos interrogantes de calado sobre la situación por la que atraviesa la cooperación española.

El tercero, el cuarto y el quinto sirven de paraguas para abordar algunos retos sectoriales (cultura, medio ambiente, género, acción humanitaria, ciencia y tecnología, migraciones...), analizar proyecciones y prioridades geográficas (América Latina, África Subsahariana, Magreb...) y reflexionar sobre el papel de unos y otros agentes (organizaciones no gubernamentales para el desarrollo, comunidades autónomas, ayuntamientos, sindicatos, universidades...).

Finalmente, el sexto capítulo agrupa diversas valoraciones sobre la cooperación española rea-

lizadas desde el exterior de nuestro país.

El resultado de todo ello es un texto en el que se proyecta una visión compleja y polidéctica de la cooperación, acorde con las preocupaciones más extendidas en los debates que sobre estos temas se llevan a cabo tanto en los principales organismos internacionales como en los distintos países que forman parte de los mismos. La amplitud de dicha visión abarca también al número de autores que participan en esta obra, que suman un total de 50. Entre los mismos se encuentran desde representantes políticos o responsables de cooperación de diversas administraciones hasta académicos e investigadores sobre el tema, pasando por muy diversos y cualificados actores y especialistas en cooperación, incluyendo —como ya se ha señalado— algunas contribuciones foráneas.

Este amplio abanico de autores y perspectivas contribuye a enriquecer el texto, y constituye uno de los grandes logros de esta obra. Sin embargo, ello deja traslucir en algunos capítulos y pasajes del libro una cierta heterogeneidad en la forma de tratar los diferentes temas, que se refleja en diferentes formatos en cuanto a extensión, profundidad, presentación o no de gráficos y cuadros estadísticos, o utilización de referencias bibliográficas. Con todo, la riqueza y variedad de ángulos y perspectivas que el libro aporta compensa con creces estos pequeños problemas.

Eduardo Malagón Zaldua es profesor de la Universidad del País Vasco (UPV/EHU).



El despido interior

Lofti-El-Ghandouri
Editorial Alienta
ISBN 978-84-935626-6-3

No existe una guerra de talentos, como actualmente se nos intenta hacer creer, porque en este mundo sobra talento. Lo que falta son personas que conozcan sus verdaderas capacidades y las pongan al servicio de la sociedad. Del mismo modo, faltan empresas capaces de captar, retener y canalizar la energía de esos profesionales para conseguir sus metas.

Tal y como se analiza en este libro, "... al mismo tiempo que las organizaciones piden más entrega por parte de sus empleados, la depresión y otras enfermedades mentales están sufriendo de una forma alarmante. Hay algo que falla". Y es que cerca del 60% de los profesionales cree que las organizaciones no les animan a dar lo mejor de sí mismos. O sea, que están en riesgo de vivir un proceso de "despido interior". El autor explica qué pautas pueden ayudar a superar ese proceso y cuál es el rol de las organizaciones en esta pérdida.



Estrategias de marketing. Un enfoque basado en el proceso de dirección

José Luis Munuera
y Ana Isabel Rodríguez
ESIC Editorial
ISBN 978-84-7356-511-0

Cada vez parece más evidente que el *marketing* es una herramienta básica para la dirección de una compañía. Este libro ofrece un extenso compendio de los principales conceptos teóricos relativos al análisis de mercado, las estrategias de *marketing*, su planificación y ejecución.

La novedad de esta obra estriba en que el lector puede constatar que los conceptos teóricos tienen un claro exponente real reflejado en los casos que se incluyen. Casos sobre la situación, el mercado y las estrategias de nueve empresas que operan en el mercado español —Telecinco, Danone, Campofrío, NH Hoteles, Apple, Loterías y Apuestas del Estado, Benetton, Seur y Balneario de Archena— y que se han seleccionado apostando por contemplar situaciones de uso y consumo de cualquier ciudadano en su vida ordinaria.



La sociedad de la información en España 2007

Fundación Telefónica
Editorial Ariel
ISBN 978-84-08-07798-5

El informe realiza un recorrido exhaustivo de los niveles de adopción de las tecnologías de la información y la comunicación por parte de los ciudadanos, las empresas y las Administraciones en España, especificando su evolución en las distintas comunidades autónomas, así como un análisis cualitativo de las principales tendencias y su desarrollo futuro. Ofrece, además, una fotografía del nivel de extensión y uso de la mayor parte de los productos y servicios relacionados con la sociedad de la información.

Los indicadores destacan los aspectos e índices tecnológicos más relevantes para comparar el grado de desarrollo de España y los países de la UE, así como los hechos más destacados de 2007, como el crecimiento del tráfico de datos por redes móviles o el incremento en la inversión publicitaria que se ha llevado a cabo en la Red.