

# Bibliografía



## FICHA TÉCNICA

**Título:** SERIE HUELLA DE CARBONO. VOLUMEN 1: CONCEPTOS BÁSICOS DE LA HUELLA DE CARBONO

**Autores:** Sergio Álvarez Gallego, Agustín Rubio Sánchez, Ana Rodríguez Olalla, Carmen Avilés Palacios, Manuel López Quero

**Editorial:** AENOR Ediciones

**Págs.:** 90

Contribuir a la difusión del concepto de huella de carbono, así como las técnicas e instrumentos que posibilitan su implantación y gestión. Con este objetivo surge *Conceptos básicos de la Huella de Carbono*, el primero de cuatro volúmenes de una serie de libros sobre la huella de carbono.

En este primer volumen se desarrollan los conceptos básicos de la huella de carbono.

Un contenido donde, de manera práctica y sencilla se abordan, entre otros:

- \* La reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero.
- \* El Real Decreto 163/2014 Registro de huella de carbono.
- \* Los alcances y enfoques de la aplicación de la huella de carbono.
- \* Las claves para el correcto desarrollo de la responsabilidad social corporativa.
- \* Los beneficios tangibles e intangibles de la implementación de la huella de carbono.
- \* La repercusión en la gestión de la empresa.

*“Esperamos que el contenido sea de utilidad. Y que el lector sin conocimientos especializados sobre el tema pueda ser capaz de introducirse y generar un conocimiento crítico y práctico relativo a la huella de carbono”* explica Sergio Álvarez, coordinador de esta obra, integrante junto al resto de los autores del Equipo Huella de Carbono de la Escuela de Ingenieros de Montes de la Universidad Politécnica de Madrid.

## FICHA TÉCNICA

**Título:** QUIERO TU VOTO

**Autor:** Pedro Bermejo Velasco

**Editorial:** LID

**Págs.:** 221

¿Los políticos nos manipulan? ¿Nos influyen? ¿O simplemente detectan nuestras necesidades e intentan cubrirlas? ¿Usan la neuropolítica para ello? En realidad los tres términos hacen referencia a lo mismo y lo único que cambia es la connotación positiva o negativa que le queramos dar. Los seres humanos tenemos una serie de necesidades que debemos cumplir y tomaremos nuestras decisiones a favor de aquellas alternativas que nos lleven a lograr nuestro objetivo. Si algún político o cualquier otro sujeto satisfacen nuestras necesidades con el interés de influirnos o manipularnos, bienvenida sea esa manipulación. Si ya hemos visto algunos de los métodos más utilizados para conseguir tu voto, como los efectos goggle, halo, diablo y manada, lo cierto es que el repertorio de técnicas utilizado para conseguir influir en las decisiones de los demás es mucho más amplio. La neurociencia y concretamente la neuroeconomía, una rama de la primera para el estudio de toma de decisiones, está consiguiendo aflorar una gran cantidad de métodos para influir en la elección de los votantes.



## FICHA TÉCNICA

**Título:** LYNX: EN LA TIERRA DEL LINCE IBÉRICO

**Autores:** Andoni Canela Urizar

**Editorial:** Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente

**Págs.:** 192

El lince ibérico es una especie endémica de la Península Ibérica, tiene su hábitat en el bosque mediterráneo y su alimentación depende del conejo. Para evitar su desaparición, en el marco del programa LIFE de la Unión Europea se pusieron en marcha proyectos dedicados a conocer las poblaciones y las áreas en las que habitan. Este libro de 190 páginas es eminentemente fotográfico. El autor de las imágenes, Andoni Canela, nos acerca a la gran belleza del lince y a la de los paisajes singulares en los que vive. Son imágenes donde el protagonista es el lince, pero también el medio. Desde las dunas del Parque Nacional de Doñana al río Yeguas o la Sierra de Andújar, las rocas de granito o los claros del bosque. Además del lince y el conejo también hay fotografías de ciervos, jabalíes, gamos, tejones, perdices, tortugas, liebres y mochuelos. En la edición de este libro han colaborado la Fundación Biodiversidad y la Fundación Amigos Águila Imperial, Lince Ibérico y Espacios Naturales Privados.



¡Revisada y con más energía!



Leer.  
Aplicar.  
Repetir.

LA EFICACIA DE UN EQUIPO RADICA EN SU MOTIVACIÓN



Stephen C. Lundin, Ph.D.,  
Harry Paul y John Christensen  
Prefacio de Ken Blanchard, Ph.D.,  
coautor de *El consejo del jardinero*

Empresa Activa

## FICHA TÉCNICA

**Título:** FISH!

**Autor:** Stephen C. Lundin

**Editorial:** Empresa Activa

**Págs.:** 128

Nueva edición ampliada del gran éxito mundial. Libro indispensable para la gestión de equipos. Se trata de una nueva edición de uno de los libros de empresa más importantes del siglo XXI y que se ha convertido en un clásico imprescindible sobre la importancia del trabajo en equipo y la motivación. Además de la historia del libro original sobre el famoso mercado de Pike's Place en Seattle, en esta edición ampliada y reenergizada, los autores han agregado tres breves historias reales más de empresas que han aplicado la filosofía "Fish!". De esta forma se puede ver la aplicabilidad de esta forma de gestionar en distintos ámbitos y lugares. Un libro imprescindible para quienes tengan que gestionar personas.

## FICHA TÉCNICA

**Título:** APRENDIENDO A LIDERAR. EL MUNDO NO HAY QUE ENTENDERLO, HAY QUE SENTIRLO

**Autor:** Santiago Ávila

**Editorial:** Pearson

**Págs.:** 296

Aprendiendo a liderar aspira a dotar de reflexión y soporte adecuado a quien, sintiéndose perdido en cualquier tipo de organización, se enfrenta con estupor al hecho de que aquello que a lo mejor le recomendaron en su familia o colegio ("si estudias, tendrás un buen trabajo"; "si no mientes, te lo reconocerán", "si te esfuerzas, conseguirás crecer profesionalmente", etc.), parece mostrarse como caduco, trasnochado y falto de realidad. Debemos encontrar sentido al sinsentido. Así, esta obra quiere constituirse en aliado cómplice de cara a dotar de valor adecuado a nuestros sentidos y sobre todo, fundamentar un hacer coherente con los mismos, dando así una respuesta más apropiada a cuanto ocurre en las entrañas de cualquier organización.

Santiago Ávila, nos presenta esta obra como un intento de arrojar luz sobre una realidad empresarial en la que las decisiones se debaten entre lo correcto y lo rentable. Para ello utiliza una serie de personajes y escenarios en los que el lector podrá reconocerse.

