

LIBROS SOBRE DIRECCIÓN DE CENTROS

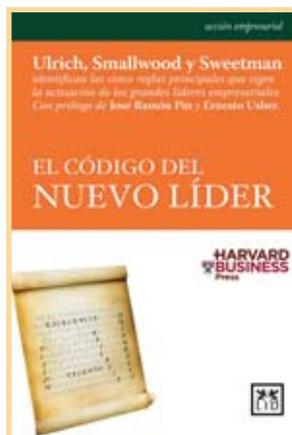


El liderazgo sostenible: siete principios para el liderazgo en centros educativos innovadores

HARGREAVES A. Y FINK D.
Morata, 2008
Madrid. 240 págs.

“El cambio en la educación es fácil de proponer, complicado de llevar a la práctica y extraordinariamente difícil de sostener”. Con esta máxima los autores dan comienzo a este libro, muestran con un lenguaje claro y directo cómo sostener innovaciones educativas sin dejar de lado una verdad fundamental: las cosas que se atienden mal o se desatienden se deterioran. Su trabajo se centra en uno de los aspectos más importantes y a menudo más olvidados del liderazgo: la sostenibilidad. La meta es un liderazgo a largo plazo, no sólo inmediato, y para todos los centros escolares, no únicamente para algunos.

La sostenibilidad del liderazgo y el cambio, ha de inspirarse en siete principios: 1) Profundidad. El liderazgo sostenible preserva, protege y fomenta el aprendizaje profundo y amplio para todos, en unas relaciones de atención a los demás; 2) Duración. El liderazgo sostenible perdura, conserva y mejora los aspectos más valiosos del aprendizaje y la vida a lo largo del tiempo, año tras año, de un líder al siguiente; 3) Amplitud. El liderazgo sostenible se extiende, sostiene el liderazgo de los demás, a la vez que depende de él; 4) Justicia. El liderazgo sostenible no perjudica su entorno sino que lo mejora activamente, y para ello busca formas de compartir los conocimientos y los recursos con los centros educativos vecinos y la comunidad local; 5) Diversidad. El liderazgo estimula la diversidad, aprende de ella y crea la cohesión y la interconexión entre sus componentes, ricos por su propia variedad; 6) Iniciativa. El liderazgo sostenible es un liderazgo prudente y con iniciativa que no desperdicia ni el dinero ni a las personas y 7) Conservación. El liderazgo sostenible, en su propósito de construir un futuro mejor, respeta el pasado y sobre él construye el futuro.



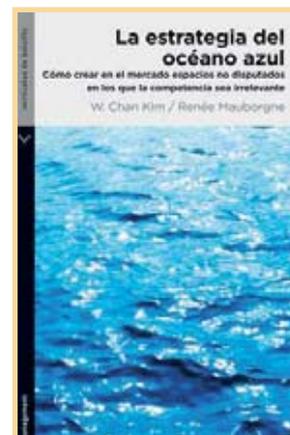
El código del nuevo líder

ULRICH D., SMALLWOOD D.
Y SWEETMAN K.
LID Editorial Empresarial, S.L., 2009
España. 142 págs.

En esta obra los autores identifican las cinco reglas principales del liderazgo:

1. Crear una visión de futuro: el buen líder debe echar mano de sus cualidades como estrategia y no sólo visualizar el futuro, si no hacer todo lo posible para construirlo.
2. Hacer que las cosas sucedan: conseguir que se cumplan las tareas y los objetivos, materializar ideas y permitir que se conviertan en hechos tomando decisiones y afrontando responsabilidades.
3. Gestionar el talento: comprometer el talento actual que existe en la organización.
4. Desarrollar la siguiente generación de talento: crear capital humano para la próxima generación.
5. Invertir en uno mismo: en la mejora personal, base de todas las demás competencias de liderazgo.

Al finalizar cada capítulo se presentan unos ejercicios de autoevaluación que pueden ayudar a crear y perfeccionar el código de liderazgo.



La estrategia del océano azul

KIM, W. CHAN Y MAUBORGNE, RENÉE
Verticales de Bolsillo, 2008
Barcelona. 283 págs.

Desde siempre las organizaciones compiten con el propósito de alcanzar un crecimiento rentable y lo hacen con estrategias parecidas, la pugna del día a día por una mayor participación y un mejor posicionamiento en el mercado las lleva a librar las disputas en aguas saturadas de sangre derramada por los unos y los otros, cada vez quedan menos arrecifes de coral en los “océanos rojos”. Llegados a este punto el éxito estratégico pasa por no pelearse, por transfusiones incoloras y no contaminantes, por utilizar armamento que no deje huella o por buscar nuevos mares más allá de Marte.

W. Chan Kim y Renée Mauborgne afirman sobre la base de un estudio que comprende un período de más de cien años y treinta industrias que la notoriedad frente a los competidores la lograrán aquellos que desarrollen sus negocios en “océanos azules”.

Ha de entenderse que marcar diferencias con la competencia, conseguir un arrecife de coral sin explotar en el mercado existente (“océano rojo”) es sumamente complejo, por lo tanto, lo mejor será “tirar” de conocimiento, ingenio y creatividad y posicionar el centro educativo en un “océano azul” virginal, descontaminado, con potencial para la reproducción y el crecimiento, donde la competencia se torne irrelevante, ahora bien, esto no significa que se la ignore, ha de hacerse un análisis de los competidores para estar donde ellos no estén y les cueste mucho llegar.

Los autores ofrecen un marco analítico de competitividad comprobado, al examinar una amplia gama de movimientos estratégicos de un gran número de industrias, al objeto de cambiar los patrones y aplicar una lógica estratégica diferenciada, denominada innovación en valor, una nueva manera de pensar y ejecutar la estrategia enfocada en obtener mayor valor para el usuario con menor coste, conceptos de actualidad y claves en el desarrollo de la visión y la misión en los centros.

En este libro se da respuesta a cuestionamientos que toda organización puede aplicar para formular y ejecutar con éxito estrategias de “océano azul”:

¿Cuál ha de ser la estrategia de futuro? ¿Qué debe hacerse para que la competencia sea irrelevante? ¿Cómo incide la innovación de valor en la creación del futuro? ¿Cómo salvar las fronteras del mercado para crear océanos azules? ¿Cómo exceder las expectativas existentes? ¿Cómo superar los obstáculos organizacionales para ejecutar la estrategia de océano azul?