

# euromadi noticias

Nº 52 - Diciembre 2007

Edita:



## actualidad

Embalajes listos para vender,  
toda una oportunidad!

## a fondo

El etiquetado y los alérgenos  
alimentarios

## al habla con

**Emilio Duró**

El nuevo liderazgo del siglo XXI

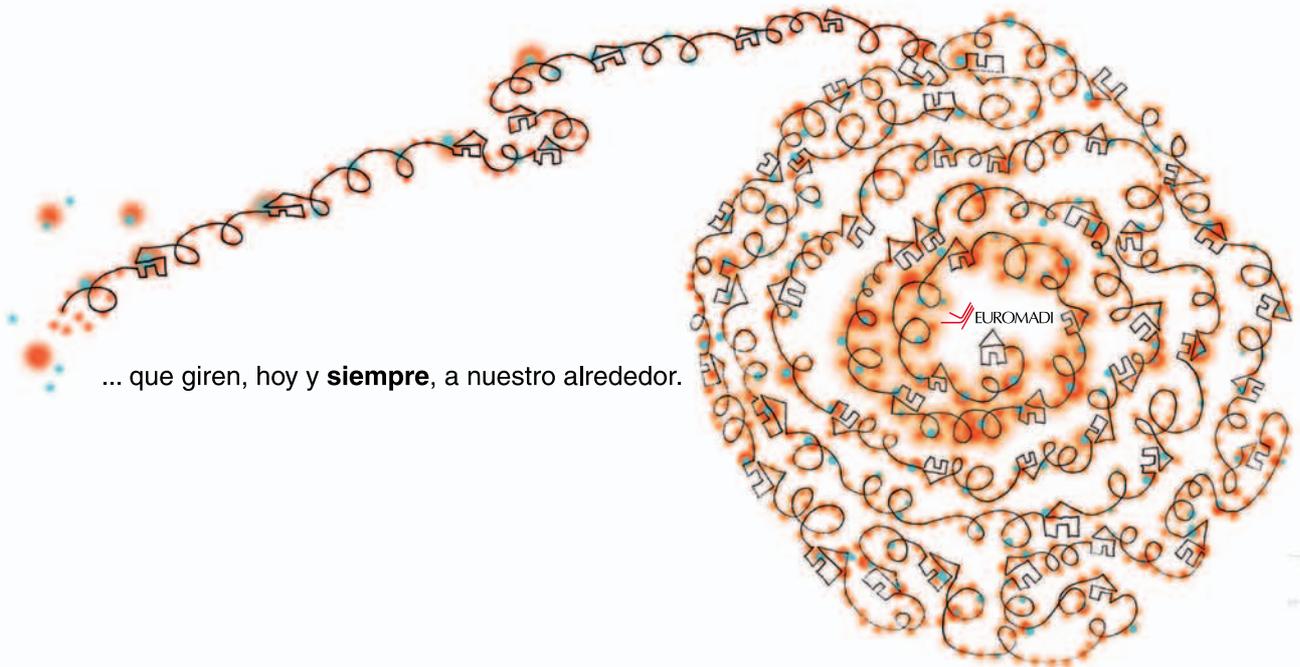
## nuestro entorno

Preparando el relevo de Kioto





Alegría,  
esperanza,  
salud,  
felicidad,  
paz...



... que giren, hoy y **siempre**, a nuestro alrededor.



le desea felices fiestas y próspero 2008

## Alegría, Esperanza, Salud, Felicidad, Paz,...

... en este 2008 que está a punto de comenzar y en el que Euromadi celebra su 15 aniversario.

**Alegría** por estos quince años de trayectoria ascendente basada en una estrecha colaboración entre Euromadi y sus Asociados. Juntos, hemos conseguido consolidar una compañía dinámica, competitiva, abierta y con la calidad como referente.

**Esperanza** por los años que seguirán, en los que continuaremos luchando para no perder el buen rumbo y seguir comprometidos con nuestro sector, potenciando y facilitando todo aquello que nos ayude a afrontar los nuevos retos de futuro.

**Salud** para todos y cada uno de nosotros, pero también para todas y cada una de las compañías que forman nuestra organización. Una salud por la que Euromadi vela cada vez más desde la prevención, informando, formando y acercando a sus Asociados todos aquellos elementos de acción y reflexión que puedan ayudarles a tener unas empresas con una mejor calidad de vida.

**Felicidad** porque a la alegría y buenos deseos que siempre imperan en estos días, se une la satisfacción por esta celebración tan especial, que se irá materializando a través de los diferentes eventos que organizaremos a lo largo del año.

**Paz**, porque deseamos que la serenidad y la ausencia de crispación se impongan a todos los niveles, desde los más estrictamente personales y familiares, hasta los más corporativos y sociales.

A todos, feliz e ilusionado 2008 !

Jaime Rodríguez.  
Consejero Delegado

### Euromadi Noticias

#### Director:

Jaime Rodríguez

#### Jefe de Redacción:

Magí Castelltort

#### Coordinación:

Rosa Franch

#### Colaboradores:

Laura Martín  
Solsona Comunicación  
Juan Holgado

#### Diseño y Maquetación:

EADe comunicació

#### Fotomecánica e Impresión:

Aldugraf S.L.  
(Revista impresa  
en papel ecológico)



#### Edita y Distribuye:

Orbis-30, S.L.

#### Internet

[www.euromadi.es](http://www.euromadi.es)



15  
EUROMADI  
aniversario

## Embalajes listos para vender, toda una oportunidad !

**Los grandes distribuidores han empezado a solicitar a sus proveedores embalajes que permitan colocarlos directamente en el punto de venta, facilitando así su adaptación al lineal.**

**Son los denominados "Listos para vender" o "Shelf Ready Packaging" (SRP), que agrupan varias unidades de consumo, recorren todos los procesos de la cadena de suministro y llegan al lineal con un objetivo: facilitar el acto de compra al consumidor y la reposición por parte del distribuidor. En definitiva, contribuyen a agilizar la cadena de suministro.**

Una de las principales ventajas de estos nuevos embalajes, los SRP, con respecto a la reposición por unidad de consumo, es que permiten un ahorro de tiempo en la reposición de mercancía en el lineal. Asimismo, contribuyen a facilitar la reposición de los artículos y a mantener el orden en el punto de venta.

Ahora bien, para obtener estas ventajas es importante que los departamentos de marketing, de diseño de los embalajes y de logística, tanto de proveedores como de distribuidores, se coordinen y estudien los impactos que este nuevo sistema de embalaje presenta en toda la cadena de suministro.

### ¿Un concepto nuevo?

El SRP no es un concepto nuevo, pero incorpora muchas ventajas. Los embalajes con agrupaciones de productos se utilizan desde hace años para reponer de forma directa los lineales de la tienda, si bien es cierto que no cumplían necesariamente con los requisitos que actualmente se aplican al SRP.

Por ello, hasta ahora, los embalajes de agrupaciones sólo aportaban parte de la funcionalidad que hoy se espera de un "Shelf Ready Packaging".

Las empresas solían conformarse con reducir el tiempo de manipulación y



reposición sin, tan siquiera, plantearse beneficios como ganar visibilidad y atractivo para los consumidores, simplificar su apertura o reducir los materiales de embalaje para facilitar su recuperación y reciclado.

### Algunos casos de éxito

Diversas compañías de distribución han apostado por este sistema y nos muestran ejemplos de las ventajas de apostar por el SRP. Carrefour, por ejemplo, ha conseguido incrementos de productividad del 20 al 80% dependiendo del producto y la categoría.

También las ventas pueden verse beneficiadas por la utilización de los SRP. Tesco asegura haber aumentado un 35% las ventas de pizzas y Asda sus patatas chips en un 7 por ciento.

Todo ello, sin olvidar la reducción de las roturas de stock que, por ejemplo Carrefour ha visto reducidas en un 30% en la categoría de embutidos loncheados y hasta un 34% en el caso de la comida enlatada.

#### **Iniciativas de AECOC**

En el marco de este escenario, AECOC, desde

## **LOS SRP CONTRIBUYEN A FACILITAR LA REPOSICIÓN DE LOS ARTÍCULOS EN EL LINEAL**

su área logística, tiene en marcha recomendaciones y proyectos destinados a acercar las ventajas de los SRP a sus empresas asociadas.

Con este fin, ha desarrollado sus recomendaciones logísticas RAL sobre embalajes SRP, lleva también a cabo cursos de formación sobre esta materia y ofrece formación

práctica con visitas a puntos de venta, tanto en España como en el extranjero, disponiendo de servicios de evaluación y asesoramiento de embalajes SRP.

Un buen número de iniciativas para poner al alcance de cualquier empresa las ventajas de los embalajes "Listos para vender".

**María Tena,**  
Responsable Desarrollo y  
Promoción Área de Logística  
AECOC

## El etiquetado y los alérgenos alimentarios

**El 16 de noviembre el MAPA (Ministerio de Agricultura y pesca) aprobó una campaña institucional que a lo largo de este mes de diciembre y hasta marzo del 2008 informará sobre el etiquetado de los productos, tema esencial que afecta tanto al fabricante como al distribuidor y al consumidor.**

**El fabricante debe responsabilizarse de que los datos exigidos por la normativa europea consten adecuadamente, el distribuidor debe velar por el mantenimiento y legibilidad de las etiquetas, y sería recomendable que pudiera ayudar al consumidor, en caso de duda. La presencia de aquellos ingredientes considerados como alérgenos es uno de los datos que deben estar indicados y en estas páginas Emili Fadura, de LDG nos ayuda a adentrarnos en este vocabulario.**

### El consumidor

Para las personas alérgicas a ciertos alimentos, como el trigo o los huevos, es fácil eliminarlos de la dieta cuando se presentan en su forma entera natural. El problema aparece cuando se toma un alimento complejo y procesado en el que es difícil estar seguro de que estos mismos alérgenos no están presentes. Por este motivo es muy importante el etiquetaje completo y claro de todos los ingredientes de los productos alimenticios.

### Alergias e intolerancias

Las reacciones adversas a los alimentos pueden

deberse a una alergia alimentaria o a una intolerancia alimentaria. Muchas veces estos dos términos se confunden y por este motivo una de cada tres personas cree que es "alérgica" a algunos alimentos.

La intolerancia alimentaria es una respuesta adversa del organismo frente a un alimento, ingrediente o sustancia derivada, no mediada por el sistema inmune. En estos casos la explicación de dicha reacción se da por un déficit de algún enzima necesario para el metabolismo de dicha sustancia (ej. lactosa y gluten), por efectos



farmacológicos, etc. La alergia alimentaria, sin embargo, es una reacción adversa específica a un alimento, o a uno de sus componentes, producida mediante la activación del sistema inmunológico.

### Reglamentación europea

El 25 de noviembre del 2005 entró en vigor la Directiva 2003/89/CE del Parlamento Europeo y del Consejo de 10 de noviembre de 2003 por la que se modifica la Directiva 2000/13/CE en lo que respecta a la indicación de los ingredientes presentes en los productos alimenticios.

Esta directiva revisa algunos de los aspectos de

## GRUPOS DE INGREDIENTES DEL ANEXO III bis ( pueden causar reacciones adversas)

**Cereales que contengan gluten** (trigo, centeno, cebada, avena, kamut o sus variedades híbridas) y productos derivados.

**Crustáceos y productos derivados** (los crustáceos se definen como animales con esqueleto exterior. Son una clase de artrópodos acuáticos que respiran a través de branquias y tienen dos pares de antenas).

**Huevos y productos derivados.** Incluye tanto frescos como preservados.

**Pescado y productos derivados.**

**Cacahuets y productos derivados**

**Brotos de soja y productos derivados** (lecitina de soja)

**Leche y productos derivados** (incluida lactosa) (leche de vaca y búfala, según lo previsto en la Directiva 46/92 de 16 de junio de 1992).

**Frutos de cáscara,** es decir, almendras, avellanas, nueces (de nogal), anacardos, pacanas, castañas de pará, pistachos, nueces de macadamia y nueces de Australia y productos derivados.

**Apio y productos derivados** (referido a sus semillas)

**Mostaza y productos derivados** (referido a sus semillas)

**Semillas de sésamo y productos derivados**

**Anhidrido sulfuroso y sulfitos** en concentraciones de más de 10 mg/kg o 10 mg/litro de SO<sub>2</sub>

la reglamentación sobre etiquetado a fin de mejorar la información relativa a la composición de los productos para garantizar la protección de la salud de los consumidores.

En concreto, teniendo en cuenta que determinados ingredientes y sustancias pueden provocar alergias o intolerancias a los consumidores, se ha revisado la lista de sustancias alergénicas donde se incluyen los productos alimenticios,

ingredientes y otras sustancias reconocidas como causantes de hipersensibilidad.

Así pues, sumado a los requisitos ya existentes sobre el etiquetado de productos alimentarios, en la etiqueta de los alimentos debe constar la presencia de dichos ingredientes considerados como alérgenos, sea cual sea su porcentaje sobre producto final, siguiendo las directrices de esta directiva.

Posteriormente, considerando que la reacción alérgica de algunos ingredientes puede verse disminuida por el tratamiento tecnológico al que vayan a ser sometidos este grupo de doce ingredientes, se publica la Directiva 2005/26/CE por la que se excluyen algunos de ellos de la aplicación de la normativa.

### La industria alimentaria

Aquellas industrias que suministren directamente

## INGREDIENTES EXCLUIDOS

<b>Cereales gluten</b>	Jarabes de glucosa a base de trigo, incluida la dextrosa. Maltodextrinas a base de trigo.	Jarabes de glucosa a base de cebada Cereales utilizados en destilados para licores
<b>Huevos</b>	Lisozima (producida a partir de huevo) utilizada en el vino	Albúmina (producida a partir de huevo) utilizada como agente clarificante en el vino y la sidra
<b>Soja</b>	Aceite y grasa de soja totalmente refinados. Tocoferoles naturales mezclados (E306), D-alfa tocoferol natural, acetato de D-alfa tocoferol natural y succinato de D-alfa tocoferol natural derivados de soja.	Fitosteroles y ésteres de fitosterol derivados de aceites vegetales de soja Ésteres de fitostanol derivados de fitosteroles de aceite soja
<b>Leche</b>	Suero utilizado en destilados para licores Lactitol	Productos lácteos (caseína) utilizados como agentes clarificantes en la sidra y el vino
<b>Frutos de cáscara</b>	Frutos de cáscara utilizados en destilados para licores	Frutos de cáscara (almendras y nueces) utilizados como aromatizantes en licores
<b>Apio</b>	Aceite de hoja y semilla de apio	Oleorresina de semilla de apio
<b>Mostaza</b>	Aceite de mostaza Aceite de semilla de mostaza	Oleorresina de semilla de mostaza
<b>Pescado</b>	Gelatina de pescado utilizada como soporte de vitaminas y aromas Gelatina de pescado o ictiocola utilizada como agente clarificante en la cerveza, la sidra y el vino	

al consumidor final o a colectividades deberán atenerse a lo expuesto por la reglamentación sobre el etiquetado de productos alimentarios, pero aquellas industrias que elaboren

en bajas proporciones a fin de facilitar a su cliente toda la información necesaria para el correcto etiquetado de sus productos garantizando que sus productos estén libres de

al consumidor final o a colectividades. Todo ello hace necesario que cada industria, elabore un plan de control que garantice: que en el caso de contener ingredientes que puedan causar reacciones adversas, el producto está correctamente etiquetado, y que en el caso de no contener ingredientes declarados que puedan causar reacciones adversas, no existen trazas de estos por algún error en la declaración de ingredientes a lo largo de la transformación y obtención de las materias primas o por contaminación cruzada.

## **EL DISTRIBUIDOR DEBE GARANTIZAR EL MANTENIMIENTO DEL ETIQUETADO DE LOS PRODUCTOS**

productos destinados a una transformación ulterior por otra industria alimentaria deberán hacer constar en sus fichas técnicas la mención de estos ingredientes aunque sea

estos ingredientes o de sus trazas.

Esta misma garantía deberán ofrecerla las industrias que elaboren productos de venta directa



### Etapa de distribución

El sector de la distribución debe garantizar que todos los productos, destinados a la venta en sus establecimientos, mantienen el etiquetado en perfectas condiciones y son perfectamente legibles. En caso de detectar productos donde parte, o la totalidad, de la información contenida en

la etiqueta sea ilegible, deberían ser retirados del lineal.

Mención especial merece en este apartado la venta a granel. En este caso el distribuidor debe ser capaz de transmitir al cliente la información referente a los alérgenos que el fabricante ha declarado en la etiqueta.

Esta información puede ser

escrita a través de un cartel, indicando si contiene alguno de los alérgenos que aparecen en la lista especificada en este documento, o mediante el sistema que mejor le convenga.

El objetivo es dar toda la información al comprador para que pueda determinar si ese producto es apto o no para su dieta.

**Laura Martín**  
Con la colaboración de:  
**Emili Fadura,**  
**Laboratorio Diagnóstico General**  
[www.ldggrup.net](http://www.ldggrup.net)



## El nuevo liderazgo del siglo XXI...

**"...está basado en el equilibrio entre éxito personal y profesional". Esta es la idea que Emilio Duró, socio de Iter Consultores, ha expuesto en un seminario bajo el mismo título que ofreció recientemente en el marco de Euromadi y en donde nos acercaba algunas de las pautas para todos aquellos profesionales que tienen un equipo bajo su responsabilidad y quieren mejorar su liderazgo.**

### **Para situarnos: ¿Por qué es "nuevo"? ¿Qué ha cambiado?**

En los últimos años se ha podido constatar que el rendimiento de una persona en su vida profesional y personal no está condicionado únicamente por sus conocimientos técnicos, sino que su actitud y su forma de ver la vida representan entre el 80 y el 90 % de sus resultados.

Por ello la formación del personal y de sus directivos, en las principales empresas del mundo, se está centrando en el desarrollo de las actitudes correctas, buscando líderes que tengan una vida equilibrada, se cuiden intelectual y físicamente, sean proactivos, alegres, entusiastas,...ya que ello es sinónimo de éxito. Hemos de recordar que las personas optimistas rinden entre el 65 y el 100% más que las personas pesimistas.

Hoy sabemos que las

emociones se contagian y que aprendemos por los principios de imitación y búsqueda del placer. Por ello es indispensable que los directivos tengan una actitud positiva y vitalista ante la vida, ya que ello se contagia a sus equipos. Es decir, a directivos con actitudes excelentes, empleados con rendimientos excelentes.

### **¿Cómo debería ser un buen líder?**

El tema más estudiado en la actualidad es la "búsqueda de la felicidad de los individuos" que permita reducir el número de depresiones, ansiedades, lexitimias...., que suponen el mayor coste laboral para una Empresa. Entiendo que para que una persona ejerza un liderazgo efectivo en una empresa, éste debe abordarse desde un punto de vista integral. Es decir, que englobe la formación no sólo desde un punto de vista de Técnicas Profesionales, sino también,



**Emilio Duró,  
Socio de Iter Consultores**

desde un punto de vista Personal, ya que es muy difícil que una persona tenga un buen desempeño profesional, si ésta no posee un elevado nivel de automotivación y satisfacción personal, ni está aplicando a su vida técnicas que luego son aplicables al mundo laboral, tales como la fijación de objetivos, comunicación con los demás, creatividad, gestión de nuestro tiempo...

Las investigaciones más recientes apuntan que la calidad de un líder en su desempeño profesional, depende esencialmente de la calidad personal que aporta la persona, ya que no puede esperarse un comportamiento positivo, proactivo y eficiente de quien es incapaz de tenerlo

en sus propias decisiones personales e íntimas.

### **¿Liderazgo es sinónimo de éxito?**

Liderazgo y éxito son palabras que no van necesariamente ligadas. Porque lo primero que tendríamos que definir es que entendemos por éxito.

Me gusta más definir la palabra felicidad como "la lucha por unos objetivos o metas", que son los que al final nos dan el éxito. Pero hemos de tener en cuenta que cuando hablamos de felicidad, hasta la fecha la centrábamos en la búsqueda del placer y, hoy sabemos, que el placer sólo da felicidad a corto plazo. Mientras que la felicidad a largo plazo está en la lucha por unos ideales. Por eso la glándula

de la felicidad es el entusiasmo.

Los líderes tienen que ser, por lo tanto, personas felices y capaces de "soñar" y hacer vivir este sueño a sus equipos. Como dice Pablo Cöhelo, cuando tenemos un sueño y estamos dispuestos a perseguirlo, el universo conspira para que se logre.

En definitiva, que tendremos que fijar prioridades en la vida para saber que es éxito para nosotros, en qué aspectos somos líderes y en qué otros no nos importa tanto liderar nuestra vida. Y sobre todo, aprender "de los buenos".

### **¿Se puede aprender a tener liderazgo, entonces?**

Evidentemente todo se aprende y casi todos somos líderes en aquellos aspectos que nos entusiasman. Pero no podemos descartar un componente genético innegable y un tipo de personalidad que se aprende a edad muy temprana.

Muchos estudios indican que con 3 o 4 años tenemos ya definidas la mayoría de las actitudes con las que afrontar la vida y una gran parte de los conocimientos.

No comparto al 100 % esta visión, pero parece claro que las empresas tienen

que invertir más en los procesos de selección para poder elegir aquellas personas que serán los posibles líderes potenciales del futuro.

### **¿Influyen el sector y tipo de empresa?**

En todas las empresas, organizaciones, instituciones,...., hay líderes, pero estos son cambiantes en función de la materia que se trata, el tipo de situación, el momento de la empresa,.... Pero es innegable que existen ciertos líderes carismáticos que son capaces de visualizar futuros y movilizar al resto de las personas hacia sus

sueños. Es indispensable tener líderes visionarios y centrados en valores.

### **¿Consejos?**

Que busquemos en las organizaciones personas con un alto nivel de compromiso emocional y tremendamente equilibradas en todos los aspectos de su vida. Y sobre todo, no pierdan la capacidad de soñar y de liderar su vida. Es la única receta que tengo para afrontar una vida tan larga como la que nos espera.

**Laura Martín**  
[www.martinez-franch.com](http://www.martinez-franch.com)

## Preparando el relevo de Kioto

**En pleno debate sobre el tema, y mientras se preparaba este número de Euromadi noticias, ha dado comienzo en Bali la XIII Conferencia de Naciones Unidas sobre Cambio Climático (UNFCCC). A la conferencia han acudido más de 10.000 delegados, periodistas y personalidades de todo el mundo, numerosos ministros de Medioambiente y Finanzas y también Al Gore, Premio Nóbel de la Paz y Ban-Ki-Moon, secretario general de la Naciones Unidas. Representantes de 190 países estarán debatiendo, durante dos semanas, para intentar alcanzar un compromiso global que sustituya en su momento, al Protocolo de Kioto.**

El Protocolo de Kioto dejará de estar en vigor el próximo 2012, pero los países necesitan varios años para ratificar un nuevo texto, por lo que es esencial cerrar un acuerdo antes de esa fecha.

Se espera pues, que de este encuentro salga la Hoja de Ruta de Bali, que ha de fijar las bases de la negociación y determine la fecha límite para alcanzar en el 2009 un nuevo acuerdo para frenar y

afrontar el calentamiento global.

"La Hoja de Ruta de Bali establecerá el proceso para trabajar en los bloques fundacionales del futuro régimen de cambio climático, incluidos la adaptación, mitigación, cooperación tecnológica y financiación de la respuesta frente al cambio climático", explicaba recientemente Yvo de Boer, secretario ejecutivo de la

Conferencia. Además, en Bali "se necesitará definir la metodología y establecer un calendario de trabajo detallado para este proceso".

Esas expectativas de mejora, a la que se suman cada vez más países, están muy bien, pero ello no debe hacernos olvidar que los compromisos de Kioto están todavía en el candilero y que hasta el 2012 habrá que trabajar duro.

Hace escasamente unas semanas las proyecciones publicadas por la Comisión Europea indicaban que España es el país de la UE más alejado del compromiso de Kioto y que si no cambian las previsiones, en el 2010 emitirá 40 millones de toneladas de CO2 por encima del nivel que le asigna dicho Protocolo. Es imprescindible, por tanto, fomentar el ahorro energético a todos los

niveles, tanto doméstico como empresarial.

Euromadi, adherida desde 2002 al Pacto Mundial de NU a través de la fundación Rafael del Pino y fiel a su compromiso de apoyar y promover dentro de su ámbito de actuación los diez principios de dicho pacto relativos a los Derechos Humanos, las Normas Laborales y la Protección al Medio Ambiente, ha elaborado con el asesoramiento de Luís Maestre, ingeniero industrial y asesor energético de Euromadi, una serie de criterios que recogemos a modo de listado

### **Aire acondicionado y calefacción**

Tan sólo un grado de diferencia, tanto en el aire acondicionado como en la calefacción, supone un notorio aumento de consumo.

Si hablamos de aire acondicionado, cada grado de menos aumenta el





consumo un 10%. La recomendación para conseguir un adecuado ahorro energético sería múltiple: por un lado mantener una temperatura de 24° en verano, pero también poner el sistema en funcionamiento 20 minutos antes del inicio de jornada y apagar 20 minutos antes de finalizar la jornada, teniendo además la precaución de desconectarlo en las salas del edificio que no se utilizan. Es también muy útil colocar láminas reflectantes de infrarrojos en las ventanas, ya que con ello se evita en verano aportaciones de calor del exterior.

En la calefacción, cada grado de más aumenta el consumo un 8%. La recomendación para conseguir un adecuado ahorro energético sería también múltiple: mantener una temperatura de 19° o máximo 20ª, pero también poner el sistema en funcionamiento 20 minutos antes del inicio de jornada y apagar, en el caso de la calefacción, 20 minutos antes de finalizar la jornada, cerrando las puertas de seguridad de la escalera para evitar el efecto chimenea y manteniendo cerradas también las puertas del vestíbulo del lado del edificio que no se utilice.

#### **Alumbrado y aparatos eléctricos**

Además de las medidas que dependen del buen

hacer de las personas de la organización (apagar las luces de cada despacho y las generales de la sala al finalizar la jornada y apagar los ordenadores, las impresoras, las fotocopiadoras y todos aquellos aparatos que, conectados a la red eléctrica, no precisemos hasta la siguiente jornada o hasta dentro de un tiempo) conviene potenciar el ahorro con otras medidas específicas.

Algunas podrían ser: Preparar un nuevo routing de control para los vigilantes al finalizar la jornada, con la finalidad específica de que puedan comprobar si ha habido algún olvido en los puntos que se acaban de indicar; Instalar interruptores detectores de presencia en los servicios, WC's y las salas de utilización esporádica; y disponer de energía solar fotovoltaica, en la azotea.

#### **Instalación eléctrica**

Es necesario revisar la instalación eléctrica general del edificio. Hay que identificar los puntos calientes en la instalación mediante termografía, para lo que es imprescindible disponer del plano unifilar del cableado del edificio, que permitirá conocer las cargas más importantes.

Una vez se dispone de esta información, se debe secuenciar la puesta en marcha de las cargas, siendo éste un factor

importante de ahorro de coste de energía. También conviene Instalar condensadores para compensación de la energía reactiva.

#### **Agua**

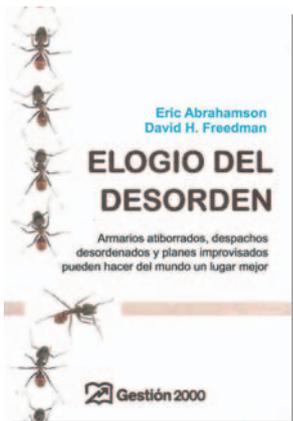
Instalar pulsadores de doble descarga con posibilidad además de interrumpir la descarga. En el caso de precisar de cantidades significativas de agua caliente (duchas o usos comerciales) instalar energía solar térmica

#### **Transporte**

La fricción entre los neumáticos y la calzada representa el 20% del consumo de un vehículo. Para reducir este consumo se deben adoptar dos medidas principales: Usar neumáticos eficaces (pueden reducir en un 5% el consumo); y controlar la presión de los neumáticos ya que, según estimaciones disponibles, entre un 45 y un 70 % de los vehículos circulan al menos con un neumático con la presión demasiado baja, lo que aparte del riesgo de accidente, produce un consumo excesivo del 4%.

Esta es solamente una lista general; luego hay que pormenorizarla y adaptarla a cada caso, pero tenerla a mano y comprobar cuántas cosas hacemos o podríamos hacer, puede ser el primer buen propósito medioambiental del 2008.

## Elogio del desorden



**Autores:**

Eric Abrahamson,  
David H. Freedman

**Editorial:**

Gestión 2000

**Páginas:** 256

La organización excesiva puede causar el efecto contrario deseado: una disminución de la efectividad. Esta es la tesis que defienden los autores del libro, quienes demuestran que en cada situación hay un tipo y nivel de desorden que evitan que los esfuerzos y los costes de ser organizado superen con creces las ventajas obtenidas.

El análisis abarca los ámbitos empresarial, político, personal, doméstico, económico y urbano.

## Nuevo Plan General de Contabilidad



**Autor:**

Varios autores

**Editorial:**

Gestión 2000

**Páginas:** 304

Con el 1 de enero de 2008 al acecho y con él la entrada en vigor del nuevo Plan General de Contabilidad para las empresas españolas, el Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas ya ha lanzado el primer borrador.

El libro incluye el marco conceptual de la contabilidad con los principios contables, definiciones y relaciones contables, cuentas anuales, cuadro de cuentas y normas de valoración. En la presentación se enumeran las principales novedades.

## Las estrategias empresariales de Ulises

Un paralelismo entre el héroe de La Odisea de Homero y el directivo de empresa, sirve al autor para proponer reflexiones acerca de la necesidad de adaptación al entorno, la capacidad de convencer y no de vencer y el gobierno de las personas para mantener una ilusión compartida.

**Autor:**

José M<sup>a</sup> Ortíz

**Editorial:**

Pearson Educación

**Páginas:** 123

## Patologías organizativas

Asociando las organizaciones al paradigma de la persona, el autor les aplica sus mismas enfermedades dependiendo de las edades. Así detecta primero las dolencias físicas, después las psicológicas, y por último, las psiquiátricas. Y cada una requiere una terapia distinta.

**Autor:**

Javier Fernández Aguado

**Editorial:**

Estudios MindValue

**Páginas:** 55

## Manual de prevención de riesgos laborales para no iniciados

Orientado a trabajadores y empresarios, el libro pretende formar acerca de los obligatorios Recursos Preventivos que, además de una formación básica en seguridad e higiene, precisan un buen conocimiento de la Ley de Prevención de Riesgos Laborales y de los sistemas de gestión.

**Autor:**

Ricardo Fernández García

**Editorial:**

Editorial Club Universitario

**Páginas:** 235

## Buenos propósitos: Creación de un observatorio del sector alimentario

Con el propósito de impulsar la innovación así como de favorecer la internacionalización de los productos agroalimentarios españoles. Así es como ha nacido entre un grupo de entidades y empresas del

sector la idea de crear un observatorio de la industria alimentaria en Barcelona.

La misión del proyecto está previsto que gire entorno dos ejes: la realización de análisis y estrategias para

mejorar la competitividad de la industria alimentaria y favorecer la innovación y el crecimiento en el mercado exterior.

Y para conseguirlo, uno de los grandes retos que

plantea el proyecto de este observatorio es la necesaria creación de una plataforma que aglutine a todo el sector alimentario español. Para garantizar su fiabilidad pero también su éxito.

