

EL MÈTODE

Et trobes al moment
adequat, al lloc adequat
i amb els recursos adequats,
tot i que encara no ho saps.

CREA

DE LES OPORTUNITATS



Oriol Brutau

Pròleg d'Argelia García

Epíleg de Xavier Ferràs

Libros de Cabecera Desarrollo personal

EL MÈTODE CREA DE LES OPORTUNITATS

Oriol Brutau

Ets dels que pensen que el destí és inescrutable o que no disposes dels recursos i de les capacitats per modelar-lo a favor teu? Aquest llibre et plantejarà una fórmula de gran importància, aportant-te una nova perspectiva, innovadora i aplicable des del primer minut, i d'alt impacte per a la teva vida i la dels que t'envolten.

Oriol Brutau ens ofereix un apassionant viatge de descobriment i reflexió a través de la seva pròpia experiència i observació, la seva biografia i el mesatge d'alts executius, empresaris i professionals referents a les seves disciplines, com ara **Rafael Juan**, CEO de Dulcesol, **Rodrigo Miranda**, CEO de l'escola de negocis ISDI, **Cristian Rovira**, CEO del Grup SIFU, **Andrea Lisbona**, CEO de Touchland, **Mónica Mendoza**, Top 100 Speakers Spain, **José Azulay**, CEO d'UNOde50, **José Moro**, CEO de Cellers Emilio Moro entre altres grans noms del panorama actual de l'empresa, la innovació i el *coaching* com **Albert Bosch**, **Andrés Martín Asuero**, **Ángel Bonet**, **Javi Creus**, **Ivan Bo farull** i **Silvia Álava**.

Cada pàgina de *El mètode CREA de les oportunitats* és or pur, amb desenes de cites i referències a grans filòsofs, pensadors, científics i empresaris.

Aquest llibre és una autèntica fórmula per a la vida. Un tema de gran abast i complex, que Oriol aborda amb senzillesa i amb una eficàcia sorprenent.
Pilar Muntan, coach i especialista en PNL

Poques vegades ens donem ocasions per aturar-nos i explorar el nostre entorn, que no fa més que emetre senyals. La lectura d'aquest llibre és una increïble oportunitat.
Gemma Soler Respall, life coaching i escriptora

Libros de Cabecera
Desarrollo personal

www.librosdecabecera.com

Més informació
aquí:



THEMA: KJMB
ISBN: 978-84-125042-0-0



El mètode CREA de les oportunitats

Una metodologia de
management personal
innovadora i d'alt impacte

J. Oriol Brutau i Vallet

Pròleg d'Argelia García
Epíleg de Xavier Ferràs

Libros de Cabecera

Desarrollo personal

www.librosdecabecera.com
Barcelona – Madrid

1a edició: abril 2022

© 2022 J. Oriol Brutau i Vallet

© 2022 Libros de Cabecera, SL

Rambla de Catalunya, 53, 7è G

08007 Barcelona (Espanya)

www.librosdecabecera.com

J. Oriol Brutau Vallet ISNI: 0000 0005 0534 8791

Tots els drets reservats. Queda rigorosament prohibida, sense l'autorització escrita dels titulars del copyright, sota les sancions establertes a les lleis, la reproducció parcial o total d'aquesta obra per qualsevol mitjà o procediment, incloent-hi la reprografia i el tractament informàtic, així com la distribució d'exemplars mitjançant lloguer o préstec públics.

Qualsevol forma de reproducció, distribució, comunicació pública o transformació d'aquesta obra només es pot fer amb l'autorització dels seus titulars, llevat d'excepció prevista per la llei. Adreceu-vos a CEDRO (Centre Espanyol de Drets Reprogràfics, www.cedro.org) si necessiteu fotocopiar o escanejar algun fragment d'aquesta obra.

Editora: Virtuts Angulo

Disseny de la col·lecció: Nèlia Creixell

Disseny de la portada: Oriol Brutau

Maquetació: Nèlia Creixell

ISBN: 978-84-125042-0-0

eISBN: 978-84-125042-1-7

THEMA: KJMB

Dipòsit Legal: B 4024-2022

Imprès per DC PLUS, Serveis editorials, scp

Imprès a Espanya – *Printed in Spain*



Aquest llibre ha estat imprès en paper Torraspapel Coral
Book natural de noranta grams, procedent de boscos i
plantacions correctament gestionats, certificat per FSC.

Per a Martí, Bernat i Genís

Índex

Pròleg d'Argelia García	9
Introducció	17
Concedir	37
1. Autoconeixement	39
2. Creences i valors	51
3. Motivació	63
Reconèixer	73
4. Missió i visió	75
5. La brúixola	85
6. Empoderament	95
Enrolar	103
7. Recursos	105
8. Imaginació	117
9. Innovació	129
Actuar	141
10. Execució	143
11. Aptituds	157
12. Generositat	165
Conclusions	175
Epíleg de Xavier Ferràs	181
Agraïments	187

El boom de Zoom

L'abril del 2020, abans de la seva *mega* expansió mundial, l'aplicació de videotrucades Zoom ja tenia la gens menyspreable xifra de 10 milions d'usuaris, però el seu servei de videoconferències encara no era conegut pel gran públic. Aquell mes, a causa del confinament domiciliari per contenir la covid-19 a la majoria dels països del món, va passar a tenir 300 milions d'usuaris! Mentre molts negocis es veien obligats a tancar les portes per falta de clients, Zoom creixia d'una manera exponencial, parlant literalment. I no només en usuaris, sinó en valor econòmic: la seva cotització en borsa va passar dels 70 dòlars aP (abans de la Pandèmia) als 433 un any després —a l'hora d'escriure això—, i va arribar puntualment gairebé als 600. En menys d'un any, el seu propietari, Eric Yuan, es va convertir en una de les persones més riques del món, amb una fortuna estimada, segons la seva biografia a la Viquipèdia, de 5500 milions de dòlars.

Més enllà d'aquesta història d'èxit empresarial, el que em sembla interessant és analitzar-ne les causes, i més en concret saber si aquestes obeeixen purament a factors atzarosos o a altres tipus de consideracions. Dit d'una altra forma, Zoom va saber «aprofitar» la crisi de la covid-19 per convertir-la en la seva oportunitat, fent realitat aquest adagi empresarial que hem sentit tant des de fa uns anys «les crisis són oportunitats», o d'alguna forma *va crear la* seva pròpia oportunitat, i les circumstàncies senzillament van accelerar el procés.

Una dada important per intentar respondre a aquesta pregunta és que l'empresa desenvolupadora de Zoom, anomenada *Zoom Video Communications* i amb seu a San José, Califòrnia, no va ser creada a l'inici de la pandèmia, ni tan sols un any o dos abans. Aquesta empresa la va fundar Eric Yuan molt abans, el 2011, amb l'ajuda de 40 enginyers que es van encarregar de desenvolupar el programari. Yuan no era en aquell temps un emprenedor novell i sense experiència amb una idea genial, com estableix l'estereotip d'emprenedor de les *startups*, sinó que estava en la seva quarantena d'anys i era el vicepresident de Cisco Webex, una empresa de videoconferències

que forma part de Cisco Systems, empresa mundial líder en xarxes i tecnologies de la informació. És a dir, que feia temps que treballava en el mateix sector i enfocat en un tipus de servei/producte. Zoom va llançar una versió preliminar al 2012 i cap el maig del 2013 l'aplicació va aconseguir el seu primer milió d'usuaris. Els anys següents, Yuan i els seus, van seguir millorant el producte, però no va ser fins al 2019 quan l'empresa va sortir a borsa.

Per tant, sembla força clar que l'enorme creixement de Zoom el 2020 no va ser producte únicament de les circumstàncies (la pandèmia), sinó d'un treball de gairebé una dècada amb una visió clara i un equip de desenvolupadors experts enfocats a crear un gran producte. No es van limitar a pujar al carro i aprofitar una oportunitat, sinó que d'alguna forma i en alguna mesura van contribuir a crear la seva oportunitat. Dit en termes *surfers*: no és que veiessin arribar l'onada gegant i es van llençar al mar amb una taula nova de trinca, sinó que van estar anys construint la seva pròpia taula i quan va arribar *the big wave* —la gran onada—, els va agafar ja *surfejant* les ones.

Hi ha la creença generalitzada que les oportunitats, en forma d'onada o de finestra (es parla molt de *finestra d'oportunitat*, un concepte ja conegut per tots) ens vénen donades des de fora i nosaltres les aprofitem o les deixem passar, segons l'atenció o segons les decisions que prenguem en cada moment. És realment així? Estem sotmesos als designis de l'atzar o del destí o, per contra, podem generar les nostres pròpies onades o fabricar les nostres finestres? I, en cas que puguem, com es fa? Hi ha algun mètode o alguna fórmula per fer-ho?

Aquestes són precisament les preguntes que em proposo respondre en aquest llibre.

De què parlem quan parlem d'oportunitat

La paraula oportunitat és molt present a les nostres vides, especialment en l'àmbit professional o empresarial: oportunitat de treball, oportunitat de negoci, segona oportunitat, oportunitat inesperada, igualtat d'oportunitats, malbaratar una oportunitat, cost d'oportunitat, etc. De fet, sovint es diu que l'èxit d'un negoci o d'un projecte

Introducció

depèn de saber detectar i aprofitar al màxim les oportunitats que ofereix el mercat. En altres paraules, depèn de l'*oportunisme* dels qui les posen en marxa i les gestionen.

Ara bé, tots entenem el mateix quan parlem d'oportunitat o d'oportunitats? Ja sabem que les paraules, sobretot quan es refereixen a conceptes abstractes, com és el cas, poden adquirir diferents significats a la ment de les persones. Per intentar unificar criteris recorrentem a un referent comú: el diccionari.

El Diccionari de la llengua catalana de l'Institut d'Estudis Catalans (DIEC2) defineix *oportunitat* en termes molt breus: «Qualitat d'oportú. Circumstància oportuna. Obrar segons les oportunitats». Si busquem *oportú* tampoc no s'esplaia gaire: «Que ve a propòsit. En temps oportú, o quan convé». Però, a propòsit de què? Quan convé a qui?

En anglès obtenim algun matís més. En concret, el diccionari Cambridge defineix *opportunity* de la manera següent: «Ocasió o situació que fa possible fer alguna cosa que vols o has de fer». És una mica més clara que la definició de la DIEC2, però tampoc no aclareix si les oportunitats neixen o es fan, si truquen a la nostra porta o hem de sortir a buscar-les com el que busca o caça bolets a la tardor.

Potser l'etimologia ens pot donar més pistes. Segons la web *significados.com*, la paraula oportunitat prové del llatí *opportunitas*, formada per *op*, que significa abans, i *portus*, que expressa port. La traducció literal seria abans del port o davant del port i s'hauria utilitzat originalment per referir-se a les diverses possibilitats que té un mariner o un navegant de fer coses quan arriba a un port segur. Aquí trobem una connotació interessant: el mariner ha de fer ús d'aquestes *opportunitas* mentre les té al davant, perquè quan es torni a embarcar cap a un altre port ja no estaran al seu abast. És més, pot trigar setmanes o mesos a tornar-les a tenir.

Això ens introdueix en una de les característiques que normalment associem al concepte d'oportunitat: la durada limitada en el temps, el caràcter efímer. De fet, en màrqueting l'expressió *finestra d'oportunitat* es podria definir com un període de temps en què es pot dur a terme una acció amb un resultat previsible; per exemple, llençar

al mercat un producte o una campanya de publicitat. Aquesta finestra roman oberta per un temps limitat, fins que canvien les necessitats dels consumidors o apareixen al mercat nous competidors.

La pregunta que ens farem més endavant és si aquesta finestra d'oportunitat és una cosa que apareix i desapareix de manera totalment aliena a la nostra voluntat o si és quelcom que d'alguna forma podem predir, controlar o modular. És a dir, obrir-la nosaltres o fins i tot fabricar-la. Però de moment seguim veient què entenem per oportunitat.

La web esmentada anteriorment, *significados.com*, va una mica més enllà i aventura que l'oportunitat «és una conspiració entre temps i acció per aconseguir una millora o un benefici gràcies a l'aprofitament de certes circumstàncies en un moment específic. D'aquesta manera, es parla que hi ha persones que saben aprofitar les oportunitats per referir-se a aquells que aconsegueixen treure profit d'aquestes circumstàncies que se'ls presenten en un temps determinat».

Aquesta definició aporta, al meu parer, un element interessant: la combinació de temps i acció. Perquè una oportunitat es transformi en una millora per a algú cal que es donin aquests dos factors: un moment oportú (temps) i un comportament adequat (acció). Aquest comportament estaria orientat a treure profit d'aquestes circumstàncies.

Efectivament, aquesta és la idea que majoritàriament tots tenim del que significa i representa una oportunitat en qualsevol dels àmbits de la nostra vida: els estudis, els negocis, les relacions, etc. Parlem d'aprofitar les oportunitats o de deixar-les passar, com la metàfora del tren que només passa una vegada a la vida: nosaltres estem asseguts a l'estació, esperant, i el tren arriba, s'atura durant un temps determinat i després se'n va. Si executem una acció i hi pugem, perfecte, si no, el tren marxa i mai torna enrere. Potser en vindrà un altre, però aquest ja no passarà mai més.

Estàs d'acord amb aquesta definició —comunament acceptada en totes les llengües i cultures que conec—, que ens situa com a individus passius a costa que Déu, el destí, l'univers o qui sigui, posi trens a la nostra vida? T'avanço que jo no.

Introducció

En la història intel·lectual de la humanitat s'han succeït nombroses discussions i debats sobre les oportunitats. L'ésser humà s'ha vist en la dualitat del que és conegut i del que és místic, característica cognitiva que, per cert, l'ha fet humà. Des de les primeres pintures rupestres, on els primers símbols humans relaten escenaris somiats de caçadors o guerrers aconseguint el seu objectiu, fins a Sòcrates o Plató, amb la seva herència de pensament filosòfic, i passant per Beethoven als seus relats simfònics, Shakespeare amb la seva literatura o Freud amb els seus assajos i reflexions psicològiques, tots ells a la seva manera han reflexionat sobre les oportunitats, d'una forma o una altra. De vegades les oportunitats prenen forma de destí, d'altres de sort, de lliure arbitri, de Déu o d'esperit.

Em proposo en aquest llibre parlar de les oportunitats des d'una perspectiva constructiva i apporto eines poderoses perquè les posis al teu servei —però no sense filosofar, reflexionar i contrastar—, per intentar incrementar la teva comprensió del medi pel qual tu mateix o mateixa podràs crear les teves pròpies oportunitats.

L'O del DAFO

Perquè canviï el món, primer hem de canviar nosaltres

Heràclit (Efes, 544-484 aC), filòsof

T'has adonat que hem acceptat i crescut amb la creença que les oportunitats són essencialment un factor extern a nosaltres? Fins i tot en les expressions de la saviesa popular, les oportunitats sempre són una cosa que passa al nostre voltant, lligada al destí i no al camí. L'oportunitat ens és concedida o no, responent als nostres anhels o ignorant-los des d'una instància divina o purament atzarosa. Quedem així relegats al paper d'encertar en l'oportunitat, com en un joc d'atzar. Apostar o no apostar, aquesta seria la qüestió.

Com a molt, aquesta visió concedeix que hi ha persones amb el do de l'oportunitat, és a dir, amb la capacitat d'aprofitar les oportunitats que se li presenten a la vida. Les que no en tenen, com si fos una maledicció, s'han de resignar a la seva sort, a la seva medio-

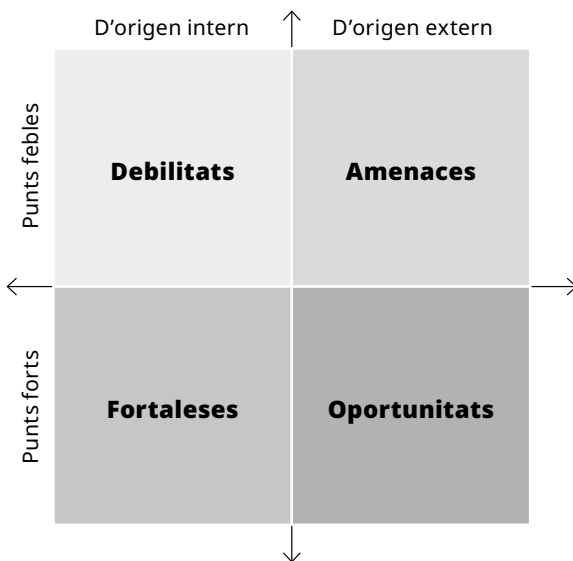
critat, ja que en el sorteig de la vida no han estat agraciades amb aquest fantàstic do.

Aquesta concepció ha calat a tots els nivells, també a l'empresa i al *management*: l'emprenedor és algú capaç de detectar oportunitats de negoci i actuar per aprofitar-les. I les empreses que triomfen són aquelles capaces d'aprofitar les oportunitats que ofereix el mercat.

De fet, una de les eines d'estratègia empresarial més comunes és el famós DAFO, acrònim de Debilitats, Amenaces, Fortaleses i... Oportunitats¹.

Aquesta matriu clàssica es divideix clarament entre:

- **Elements interns:** les debilitats i les fortaleses, sobre les quals podem actuar; i
- **Elements externs:** les amenaces i les oportunitats, sobre les quals no podem actuar, sinó tan sols conèixer i analitzar.

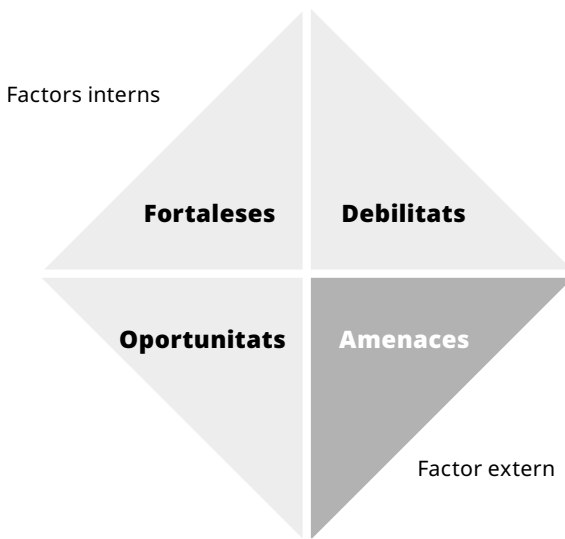


1. A Llatinoamèrica és més comunament conegut com FODA: Fortaleses, Oportunitats, Debilitats i Amenaces.

Introducció

L'estratègia resultant del DAFO es concreta en un pla d'acció destinat a enfortir-se per fer front a les amenaces i aprofitar les oportunitats. Lògicament, actuem sobre allò que creiem que podem actuar, deixant de banda allò que creiem que escapa al nostre àmbit d'acció. Ara bé, **i si consideréssim les oportunitats com un factor intern, com una cosa sobre la que podem actuar?** I si ens centréssim en allò que podem fer i poguéssim, així, minimitzar la importància i la incidència d'allò que escapa al nostre control?

En aquest cas, la representació del DAFO potser adoptaria una forma molt diferent, una cosa semblant a això:



No només la O del DAFO ha quallat al món de l'empresa, sinó també expressions com *oportunitat laboral*, per referir-se a llocs de treball als quals podem accedir en un moment determinat; *oportunitat de negoci*, per designar aquestes circumstàncies que són favorables a la inversió en una activitat que presumiblement donarà beneficis; o la ja esmentada *finestra d'oportunitat*.

En tots aquests casos, l'oportunitat es presenta o apareix per obra i gràcia d'una entitat externa:

- les empreses o les institucions, que engeguen processos de selecció o de promoció interna,
- els governs, que promouen canvis legislatius en determinats sectors d'activitat,
- els mercats, que afloren noves necessitats o problemes a resoldre,
- la societat en general, que reclama solucions noves a problemes nous,
- etc.

Com a individus no podem controlar el que fan les empreses o els governs, i encara menys els mercats o la societat en conjunt. Com a molt, si formem part d'un col·lectiu nombrós i amb veu pròpia, podem influir en alguna mesura en aquestes entitats i en les seves decisions. Però i si en lloc de resignar-nos a no fer res i esperar a que les oportunitats apareguin o desapareguin o esperem a que el tren passi, ens posem a treballar per construir el nostre propi tren i fins i tot, posar les vies per on aquest circularà?

Aquest llibre va dirigit justament als qui creuen que és possible construir oportunitats en lloc d'esperar que arribin, sorgeixin o apareguin. Als que creuen, com defensa *La bona sort*, el conegut *best seller* d'Àlex Rovira i Fernando Trias de Bes, que la sort no apareix o desapareix a les nostres vides per obra d'algun capritxós demiürg, sinó que la podem crear amb els nostres actes.

Es tracta d'un llibre d'empresa i de vida, ja que les dues coses són per a mi inseparables. Al llarg dels meus 30 anys de trajectòria professional i 50 de trajectòria vital he pogut comprovar que la vida, malgrat alguns moments difícils, és una empresa apassionant i l'empresa és vida en totes les seves manifestacions, fins i tot les més prosaiques.

Aquesta obra, en definitiva, serveix tant per a la vida com per als negocis, encara que entenc que se sentiran més interpel·lats

Introducció

aquells que tenen un esperit emprenedor i faedor, ja siguin empresaris, directius, executius, intra-emprenedors, promotors, etc. En definitiva, aquells que es prenen la feina com una oportunitat per viure plenament i per aportar valor a la seva pròpia vida i a la dels altres.

No es tracta simplement d'un llibre d'autoajuda o de màrqueting, sinó d'un llibre de vida i de vides, ja que inclou el testimoni d'una dotzena llarga de professionals i empresaris d'èxit que han acceptat compartir amb nosaltres les seves idees sobre l'oportunitat en les seves empreses i les seves vides, així com les seves experiències amb les oportunitats aprofitades, perdudes o construïdes. I també perquè t'apella, a tu i a la teva vida, a les teves pròpies oportunitats, al teu passat, al teu present i, sobretot, al teu futur. Perquè si estàs llegint això, sens dubte encara ets a temps de canviar o repensar-te i donar un nou impuls a la teva vida, una vida millor per a tu i per al teu entorn.

El mètode CREA

El destí és allò que succeeix a l'individu..., però la personalitat, els valors i l'ofici de cadascú és amb el què es creix en autoconeixement i capacitats

Max Scheler (Munic 1874-Frankfurt 1928),
filòsof

La hipòtesi que planteja aquest llibre és que les oportunitats no apareixen, sinó que es creen. O, per ser més exactes, que mitjançant la nostra intervenció, seguint una sèrie de pautes, podem no només afavorir l'aparició d'oportunitats, sinó fins i tot crear-les. Això no vol dir que puguem controlar al cent per cent les nostres vides i el que passa en elles, però sí en un percentatge molt elevat. D'aquesta manera, les oportunitats sortirien del terreny del determinisme, on les hem ubicat fins ara, per situar-les al de la lliure voluntat. O sigui, enderrocariem un paradigma molt arrelat però que suposa un fre a les nostres aspiracions, com a persones i com a societat.

La meva proposta, a més, és que deixem d'anomenar oportunitat a situacions que en realitat són meres opcions. Que distingim entre les oportunitats, que es creen, i les opcions que es presenten.

Entenc que és molt difícil introduir un canvi d'aquest tipus al coneixement popular, acostumat a certs usos i aplicacions del llenguatge, però tot canvi comença amb un primer pas.

Segurament t'estaràs preguntant: com puc crear les meves oportunitats? Aquest llibre proposa un camí a seguir, una cosa semblant a una recepta o sistema, unes pautes que he pogut comprovar que funcionen a partir de l'anàlisi de diferents fonts. Ho he anomenat *El mètode CREA de les oportunitats*, i de seguida veuràs per què. No és una proposta llançada a la lleugera, sinó el resultat de destil·lar aigua de tres brolladors, alguns de molt profunds i cabalosos:

- 1. La meva experiència professional de 30 anys**, en què he tractat amb empreses de tot tipus. En aquest temps he pogut constatar que els grans èxits de les persones no es deuen normalment a l'atzar o a les circumstàncies, sinó a una combinació de valors, esforç, determinació i intel·ligència.
- 2. Estudis i investigacions.** Donaré suport a les meves argumentacions amb diversos estudis i teories de recent publicació, especialment en camps com la filosofia, l'economia i les neurociències. Això ens ajudarà no només a corroborar la tesi del llibre, sinó a configurar una metodologia per a la creació d'oportunitats.
- 3. Evidències empíriques.** El problema amb les oportunitats és que no pots agafar-les i posar-les sota un microscopi per analitzar-les i veure com han sorgit i de quina matèria estan fetes, així que he recorregut a persones que han aconseguit importants fites a la seva vida perquè ens expliquin com ho han aconseguit i quin és el seu punt de vista sobre les oportunitats. Es tracta principalment de professionals i empresaris de referència als que he tingut la sort de conèixer a la meua vida i que han acceptat amable i generosament compartir amb nosaltres les seves experiències i els seus punts de vista i que trobaràs al llarg del llibre.



L'autor

Oriol Brutau (Granollers, 1971) és consultor expert en comunicació comercial i de màrqueting per empreses industrials en entorns B2B; amb una àmplia experiència en l'àmbit de la comunicació gràfica, la publicitat i la direcció de màrqueting, sobre la qual ha fundat diverses empreses en l'àmbit de la consultoria, del desenvolupament de productes de consum i de les tecnologies de la comunicació.

Va començar la seva carrera professional com a dissenyador i projectista industrial. Posteriorment va transitar pel disseny gràfic, la publicitat i la gestió d'esdeveniments empresarials. Actualment exerceix la consultoria de màrqueting per a pimes industrials i de serveis, i és assessor en consells de família i comitès de direcció.

Articulista, col·laborador habitual en mitjans de comunicació. Bloguer i assidu a les xarxes socials.

És membre actiu de Rotary Internacional i de diverses entitats de suport a empresaris i emprenedors. És president de l'associació Nous Empresaris i Emprenedors de Catalunya, NEEC.

www.oriolbrutau.com

LinkedIn: [oriol-brutau-marketing](#)

Instagram: [obrutau_marketing](#)



Libros de Cabecera
www.librosdecabecera.com

Libros de Cabecera pretén fer arribar empresaris, directius, consultors, emprenedors, estudiants i en general, qualsevol persona interessada en el món de l'empresa i en l'economia continguts que **inspirin a l'acció** en el món dels negocis i la gestió empresarial.

La filosofia per la qual ens regim és la de la **divulgació rigorosa**, unint la precisió en el tractament dels temes amb una redacció fàcil de seguir, que ajudi els lectors a la posada en pràctica de les conclusions i suggeriments dels autors. Defensem que els textos divulgatius i amens poden ser seriosos i rigorosos.

Tot i que molts dels nostres autors són novells com a escriptors, tots són experts en les matèries que exposen. El nostre equip d'edició, compost de professionals que combinen les competències editorials amb un ampli coneixement del món empresarial, hi treballa conjuntament perquè cada llibre que publiquem compleixi els paràmetres d'**excel·lència, simplicitat i orientació a l'acció**.

Les nostres col·leccions consten de manuals pràctics, llibres temàtics, exemples de millors pràctiques, assaigs actuals i textos acadèmics amb to divulgatiu.

En definitiva, ambicionem que tots els nostres llibres es llegeixin i que siguin la referència sobre el tema que tractin. Aspiram que es converteixin en autèntics *llibres de capçalera* per als nostres lectors.

Confiem, estimat lector, que a tu també t'acudeixi amb aquest llibre.

Estem a la teva disposició a: editorial@librosdecabecera.com
També a Twitter: [@libroscabecera](https://twitter.com/libroscabecera)

**Fins aquí la versió gratuïta
d'aquest llibre.**

**Si vols continuar llegint, pots
comprar el llibre sencer a:
www.librosdecabecera.com**

Gràcies.

Libros de Cabecera

Libros de empresa y economía

Libros de Cabecera es un proyecto editorial que pretende hacer llegar a empresarios, directivos y profesionales de la gestión de empresas, contenidos prácticos e innovadores, que les sean de utilidad en el desarrollo de su negocio y de sus tareas profesionales.