

## LA EXPERIENCIA DE CLIENTE RENTABLE

Manual para directivos y profesionales

**DEC**  
**526 páginas**

La Experiencia de Cliente es el recuerdo que se genera en la mente del consumidor como consecuencia de su relación con la marca. A principios de la década pasada, algunas organizaciones comenzaron a vislumbrar que la decisión previa y posterior de la compra incorporaba componentes emotivos y relacionales, de forma que la relación con el cliente no tenía que apoyarse exclusivamente en el producto, sino en la percepción que se tenía del mismo. Ante este fenómeno, DEC ha desarrollado un marco metodológico válido para todos los sectores y mercados que define cuáles son las palancas que las organizaciones deben desarrollar para impactar en las decisiones de compra y recomendación.



**14001: 2015**  
para la pequeña  
empresa  
**AENOR**  
ediciones  
**210 páginas**

Descubre los beneficios de implantar un sistema de gestión ambiental y cómo hacerlo. Libro dirigido a empresas de cualquier tamaño, donde se explica cómo aplicar los requisitos de la ISO 14001:2015 y cómo identificar las áreas de mejora para beneficio de la propia organización, además del medioambiente. Publicación que anima, con una redacción sencilla, a la implantación en las empresas de un sistema de gestión ambiental (SGA) aceptado en todo el mundo: conceptos clave, modelo planificar-hacer-verificar-actuar, aspectos nuevos en la versión 2015 de la norma, instrumentos específicos para las pymes, etc. Una guía muy práctica enfocada hacia la mejora continua de las empresas a través de esta norma internacional, pilar del medioambiente.



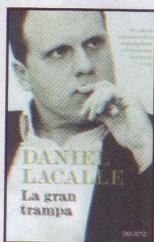
**EMPRESAS CON ALMA, EMPRESAS CON FUTURO**  
Una mirada sistémica a las organizaciones  
**Guillermo Echegaray Pirámide**  
**237 páginas**

El objetivo del libro es encontrar el alma de las empresas con una perspectiva sistémica que ayuda a ver el todo y no las partes, pero teniendo en cuenta a las personas que forman parte de ellas, creando contextos que les permitan potenciar sus virtudes individuales, sacar lo mejor de cada una de ellas y crear sinergias. Guía con múltiples ejemplos que ayudan a entender esa nueva mirada sistémica en la gestión de la empresa y ofrece el camino de ayuda para que encuentre su alma y su propósito.

## LA GRAN TRAMPA

**Daniel Lacalle Deusto**  
**315 páginas**

Libro crítico con bancos centrales, políticos y todos los que han dirigido una salida de la crisis y que nos pueden llevar a otra, porque si la última burbuja fue la de la vivienda, es posible que ahora estemos viviendo la burbuja de los bonos. Así lo cree Daniel Lacalle que, al mismo tiempo, ofrece soluciones proponiendo medidas para cimentar la credibilidad y evitar los enormes riesgos a los que se enfrentan nuestras economías.

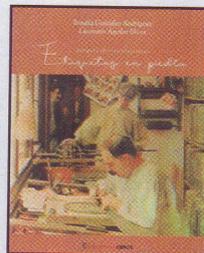


## ETIQUETAS EN PIEDRA

Antiguos talleres litográficos

**Rosalía González Rodríguez y Laureano Aguilar Moya**  
**Peripecias Libros**  
**60 páginas**

El ingreso en 2015 en el Museo Arqueológico Municipal de Jerez de la Frontera de un conjunto de piedras litográficas, utilizadas en algunos de los talleres del Marco de Jerez, ha permitido que nos acerquemos a lo que fue esa laboriosa técnica de impresión, auténtica prehistoria de las artes gráficas, a sus dibujantes litógrafos, verdaderos artistas que trabajaron la piedra a modo de orfebres, así como a muchas de sus obras. Todo ello dio lugar a la exposición 'Etiquetas en piedra', inaugurada en 2016 como homenaje a los talleres y trabajadores de las artes gráficas de Jerez y a este libro, estudio que recoge en su integridad la información que sirvió de apoyo a dicha exposición ampliada en algunos aspectos.



## MARCAS DEL DISTRIBUIDOR

**Manuel Sieira Valpuesta**  
**Esic**  
**238 páginas**

Basado en sus experiencias personales en el lanzamiento y consolidación de numerosas

marcas del distribuidor, el autor trata de enfocar de manera sencilla y amena, la complejidad de las MDD, sus peculiaridades y problemas, así como la manera en que están encarrando su futuro. Un libro dirigido a todos aquellos lectores interesados por el mundo comercial y,

en particular, por las aportaciones que los comerciantes han desarrollado en la configuración de su oferta global



## MARKETING TURÍSTICO APLICADO

**Francisco Javier de la Ballina Ballina**  
**ESIC**  
**287 páginas**

Ningún sector se encuentra tan a la vanguardia del cambio como el turismo. Nada es como era: el turista lo compara todo, comienza con el precio pero, a la vez, revisa opiniones y recomendaciones de los demás; está formado e informado, es más exigente y reclama mayor calidad; realiza cada vez más viajes y más organizados, dando relevancia a las experiencias y que se le vea en sus redes sociales. Este libro pretende atender el nuevo marketing turístico que el mercado demanda. Es una cuestión de disponer de herramientas modificadas o totalmente nuevas para gestionar, de forma más eficiente y valiente, el principal motor de la economía española.

