
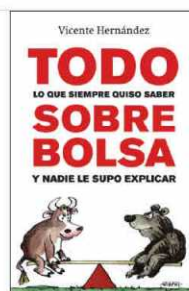




LIBROS

 **Cómo mejorar su poder adquisitivo y disfrutar invirtiendo en Bolsa**

La lectura de este libro no le convertirá en experto en Bolsa. Ni le hará inmensamente rico. Tampoco multiplicará sus ahorros hasta el infinito. ¿Entonces...? De lo que se trata es de, manteniendo su ritmo de vida normal, aprender a conseguir que sus ahorros e inversiones se revaloricen sin correr riesgos innecesarios que los hagan desaparecer. En definitiva, de que mejore su poder adquisitivo, viva de forma más holgada y disfrute invirtiendo en Bolsa. Parte de unos conceptos básicos que debe conocer el novel y recordar el iniciado. Desarrolla un modelo de actuación pasiva que garantiza una rentabilidad superior a la de otras inversiones alternativas y expone los elementos necesarios para iniciar e incrementar el grado de actuación, según sus posibilidades. El objetivo de esta guía es conseguir que el lector tenga criterios para elegir los medios de inversión a utilizar en cada caso; gestionar una reclamación; seleccionar el intermediario financiero; saber qué mandatos utilizar según la ocasión; conocer cómo se utilizan los distintos programas informáticos; y hacer buen uso del parón financiero.



Todo lo que siempre quiso saber sobre bolsa y nadie le supo explicar

Vicente Hernández.

Edita: Planeta

Marcas líderes y distribuidores

José María Vilas.

Edita: ESIC

Con un punto de partida como la situación actual del sector gran consumo, marcado por el estancamiento del consumo y el descenso de precios y rentabilidad, José María Vilas, ex presidente de Unilever y presidente de Panrico, expone a través de ejemplos reales cómo la colaboración entre distribuidores y proveedores es una apuesta eficiente para un crecimiento futuro. 731 páginas en las que su autor ha volcado su experiencia a lo largo de treinta años en la industria del gran consumo.

**Telemarketing. Reducir costes y vender más**

Vicente Cámara.

Edita: FC Editorial

Este manual se dirige a quien, con el menor costo posible, quiere localizar a todos los clientes potenciales de su

zona para, haciendo un seguimiento exhaustivo, realizar la venta continuada de sus productos. Consta de varias partes todas ellas encaminadas a conocer el potencial de los mercados. Básicamente, aspectos generales de telemarketing; telemarketing orientado a ventas y manual de negociación.

**Familia empresaria**

Josep Tàpies.

Edita: LID Editorial

Primer libro de la biblioteca Cátedra Empresa Familiar IESE, que se enmarca en la necesidad de avanzar en el conocimiento de la empresa familiar. Para ello la obra recopila la serie de artículos que la Cátedra de Empresa Familiar publicó, durante el curso 2007-2008, complementado con otros artículos redactados ex profeso para el libro y que han permitido una ordenación de conceptos.

