

## Marca país España, una marca líquida

Autor: **José Miguel Sánchez Guitián**  
 Editorial: **ESIC Editorial**  
 Precio: **16 euros**  
 Páginas: **155**



El objetivo de este libro es indagar en ese reflejo colectivo también conocido como Marca País. Como en un gran supermercado, los países compiten en el mundo por atraer turismo, vender más fuera y dentro, captar capital extranjero o talento intelectual y laboral con que engrasar la máquina de la prosperidad. Su éxito depende en gran medida de la visibilidad con que se exhiben en ese lineal metafórico del supermercado mundial, y del valor, tanto funcional como emocional, que transmite su Marca País para conquistar las preferencias de ciudadanos-turistas, gobiernos y empresas... y de ese otro cliente apátrida llamado capital. Es tarea de este libro ofrecer un enfoque estratégico para gestionar la Marca País, es decir, el valor intangible de la reputación de un territorio en el que participan el gobierno, las instituciones, las agencias de desarrollo económico y promoción de inversiones, el turismo, los medios de comunicación, las empresas y sus marcas. Y, por supuesto, la ciudadanía. Promover la Inteligencia de Marca País significa ser capaces de evocar señas de identidad diferenciadas en la imagen que se proyecta de nuestros activos y competencias, que abarcan desde la legislación al patrimonio cultural, de la fiscalidad a la educación, de los espacios naturales a los productos con sello local o la experiencia en determinadas áreas.

## El vendedor desafiante

Autor: **Brent Adamson**  
 Editorial: **Empresa Activa**  
 Precio: **18 euros**  
 Páginas: **352**



Este es un libro de ventas diferente. No se trata de resumir sólo un método de venta o mostrar las experiencias de un vendedor exitoso, sino que es el resultado de una profunda investigación acerca de los vendedores y sus características.

Las conclusiones de esa extensa investigación han sido sorprendentes y en algunos casos contradictorias con la sabiduría convencional. El mejor vendedor no es quien mejor relaciones públicas hace, sino aquél que logra un desafío con el comprador, que conoce el negocio como nadie y que es capaz de controlar el diálogo del proceso de venta.

Sepa cuáles son las características de sus vendedores y cómo convertirlos en vendedores desafiantes.

Brent Adamson es director del Corporate Executive Board's Sales Executive Council de Washington D.C., una red de investigación en temas de comercialización que representa y trabaja con el 85% de las 500 empresas más importantes de todo el mundo.

## Lobos Capitalistas

Autora: **Ramón Pueyo y Alberto Lafuente**  
 Editorial: **ESPASA-CALPE**  
 Precio: **19,90 euros**  
 Páginas: **300**

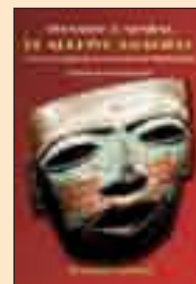


Jesse Livermore presumía de saber la clave para ganar dinero en Bolsa: compra con precios bajos y vende con precios altos. Ahora bien, tardaba 5 ó 10 años en explicar cuándo los precios están bajos y cuándo están altos. Ramón Pueyo y Alberto Lafuente desgranar con pluma ágil en Lobos Capitalistas algunos de los grandes despropósitos de la Economía de Mercado. Este libro habla de avaricia, de codicia y de estulticia. Las miserias del ser humano puestas al descubierto en clave económica. El capitalismo es un gran invento. Gracias a él el mundo progresa y tenemos sanidad, educación, infraestructuras y seguridad. Pero también es fuente de profundos desajustes. Gracias al capitalismo Bernard Madoff, Jérôme Kerviel o Nick Leeson, como en el cuento de Hans Christian Andersen, engañan aquellos que tienen más dinero que sentido común. Hasta que alguien ve al rey desnudo. No sorprende que la Torre Eiffel se haya vendido en dos ocasiones. Se han comprado terrenos en países que no existen y vendido rutas comerciales entre países que estaban en guerra. En España se han comprado portales de internet cuyo valor en Bolsa superaba a todo el sector eléctrico español junto.

## El archivo amarillo

La cara oculta de los Servicios de Inteligencia

Autor: **L Fernando J. Muniesa**  
 Editorial: **Multimedia Militar**  
 Precio: **20 euros**  
 Páginas: **362**



El gran acierto de este libro es la original forma de exponer el tema, comenzando por el examen de tres casos de repercusión internacional en que los Servicios de Inteligencia españoles desempeñaron un papel hartamente discutible. El asesinato del presidente del Gobierno, almirante Carrero Blanco, el golpe de Estado del 23-F y los atentados del 11-M. Meterse casi de entrada en los laberintos donde se pierden esos acontecimientos, y exponer su opinión sobre los mismos, es un recurso que Muniesa utiliza de forma magistral para captar la atención del lector y, de paso, alarmarle sobre lo que hubo o parece que hubo tras los hechos visibles, y la falta de eficacia en las que los Servicios Secretos se desarrollaron. Los subtítulos de las páginas son reveladores: al asesinato de Carrero le llama "un magnicidio anunciado que no se quiso prevenir, perseguir ni juzgar"; el golpe de Estado del 23-F es visto "con el CESID en la picota" y los atentados del 11-M son calificados como "una masacre de diseño, impune y de jaque mate político". A lo largo del núcleo de su obra, Fernando Muniesa hace una nada complaciente exposición de la trayectoria histórica de los Servicios en España, que ha desembocado en el actual Centro Nacional de Inteligencia, el CNI, y de lo que él considera que han sido sus fallos, algunos de los cuales solo pueden ser calificados de escandalosos.