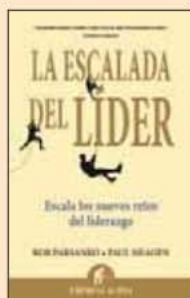


La escalada del líder

Autores: **Bob Parsanko y Paul Heagen**
Editorial: **Empresa Activa**
Precio: **15 euros**
Páginas: **128**



Una historia que muchos identificarán con sus propias vidas profesionales puesto que narra las vicisitudes de todo dirigente, y plantea una forma distinta de encarar la dirección de empresas.

La manera de liderar es hoy más compleja que años atrás. Según las cifras, hace una década el CEO típico permanecía en su puesto nueve años y medio. En la actualidad, tres y medio. Los autores B. Parsanko y P. Heagen toman este dato y bajo el supuesto de que no existe ningún manual para convertirse en líder, afirman que el auténtico liderazgo exige valor y resistencia para nadar a contra corriente o superar la escalada de cualquier montaña.

En La escalada del líder encontramos una versión moderna del clásico Viaje del héroe. En este nuevo relato, Adam, el protagonista, inicia su viaje a través de los obstáculos externos de la moderna vida empresarial, aunque ahora se trata de integrar un camino interior a un mejor liderazgo.

La contabilidad y los estados financieros

Autores: **Juan F. Pérez y Carballo Veiga**
Editorial: **ESIC Editorial**
Precio: **15**
Páginas: **168**



La contabilidad es consustancial con el comercio y la manufactura, como lo prueba el que se utilice desde hace milenios. Comenzando en el antiguo Egipto, pasando por los mercaderes del Renacimiento y continuando en la actualidad, la contabilidad consiste en llevar las cuentas de una actividad, desde la tienda más pequeña a la mayor de las corporaciones. Cualquier actividad mercantil, por sencilla o compleja que sea, precisa informar sobre el valor de sus recursos, de cómo los financia y de los resultados económicos de su gestión. Por ello, el objetivo de la contabilidad es ofrecer una imagen fiel de la situación económico-financiera de la empresa, que complementa otras perspectivas imprescindibles para entender su realidad unitaria. Es importante porque permite rendir cuentas de los bienes administrados y de los resultados obtenidos. Además, ayuda a los gestores a tomar decisiones con repercusiones económico-financieras, que son prácticamente todas las relevantes aunque, en ocasiones, tardan tiempo en manifestarse. Pero además, la contabilidad cubre las necesidades de información de otros grupos de interés de la empresa —sus participantes— como los propietarios, los empleados, la Administración, los clientes, los proveedores, las entidades financieras y los inversores.

Buzz Marketing El poder del boca a boca

Autor: **Andy Sernovitz**
Editorial: **ANAYA Multimedia**
Precio: **19,90 euros**
Páginas: **192**



Aunque existan muchas claves para que una marca funcione, es indudable que una de las más importantes es que sea conocida, que se hable mucho de ella. ¿Quiere ver crecer la influencia sobre sus clientes y dentro de su empresa? ¿Desea construir una comunidad sólida alrededor de su marca? ¿O quizá lo que busca es defender una causa o promover ideas? El llamado Buzz Marketing es tan reciente, elemental y evidente como la verdad.

La idea consiste en proporcionar a los otros una razón sencilla que contribuya a que se hable de su marca, con la significativa certeza de que tendrá el valor de lo espontáneo. Si desea comprender cómo controlar las comunicaciones interpersonales para dirigir su negocio, hágase con este libro. No precisa ser un genio de la comercialización; tampoco el titular de una agencia de publicidad. El marketing boca a boca trata sobre gente real; habla del impulso que los conduce a hablar de usted y de sus productos. Funciona para todo; incluso es eficaz con causas, ideas, organizaciones benéficas, empresas y cualquier cosa de la que usted pretenda que se hable. El impacto, sin duda alguna, superará sus expectativas.

Niños, adolescentes y redes sociales ¿Conectados o atrapados?

Autores: **Rodrigo Ron, Antón Álvarez y Patricia Núñez (Coord.)**
Editorial: **ESIC Editorial**
Precio: **18 euros**
Páginas: **159**



Aprovechando los debates y las conferencias que cada año realiza «El Chupete» -reconocido festival internacional de comunicación infantil y juvenil- este libro reúne a destacados profesionales que nos explican las claves para comprender el fenómeno de las redes sociales y su impacto entre niños y jóvenes. Directivos, consultores y analistas de grandes compañías y de marcas que han conseguido el éxito en las redes sociales -como Coca-Cola, Rive, Tuenti, Acciona, Habbo Hotel, Antena 3, Lacasitos...- nos ofrecen las claves de este nuevo canal de comunicación, de una manera directa y práctica, explicando sus conocimientos de primera mano.