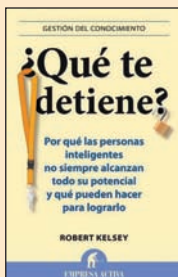


¿Qué te detiene?

Claves para desarrollar todo nuestro potencial

Autor: **Robert Kelsey**
Editorial: **Empresa Activa**
Precio: **15 euros**
Páginas: **288**



¿Por qué millones de personas en todo el mundo no consiguen desarrollar todo su potencial? Es posible que gran parte de la culpa la tenga un auto impuesto miedo al fracaso, un problema del que muchos ni siquiera somos conscientes, pero que por el contrario podemos aprender a gestionar.

¿Qué te detiene? ofrece ayuda a todas las personas que hasta ahora se han visto obstaculizadas por los contratiempos y que incluso en ocasiones han declinado participar en algo por miedo al fracaso. Analiza las razones racionales e irracionales de estos miedos, qué podemos hacer al respecto y cómo lograr convivir con ellos para alcanzar nuestros objetivos. Sin embargo, el gran valor de este libro estriba en que es al mismo tiempo teórico, en cuanto a la naturaleza del miedo y su efecto en el éxito, y evidentemente práctico. A lo largo de sus páginas el lector encontrará una serie de consejos para enfrentarse a los temores que nos asaltan en una serie de etapas abordando diferentes situaciones, como la fijación de metas, el trato con los compañeros de trabajo, montar un negocio, descubrir nuestras verdaderas motivaciones, etc.

Sigue tu pasión

Autor: **Derek Sivers**
Editorial: **Empresa Activa**
Precio: **8 euros**
Páginas: **96**



Sigue tu pasión es la historia de Derek Sivers, un músico que decidió montar una empresa de venta de música independiente online como única manera de introducir su trabajo en una tienda virtual sin contar con la mediación de un gran distribuidor o una compañía discográfica. Lo que comenzó como una pequeña afición, con el paso del tiempo fue ampliándose y creciendo por casualidad, con el único objetivo de ayudar a sus amigos a promocionarse, y de esta manera CDBaby se convirtió en la gran plataforma de promoción y venta de música independiente. Al cabo de 10 años y tras una trayectoria de éxitos, errores y fracasos el autor vendió su empresa por 22 millones de dólares.

A través del relato de su propia experiencia, Sivers va dando una serie de consejos imprescindibles para cualquier emprendedor, pero desde un punto de vista completamente nuevo y práctico, alejado de las clásicas enseñanzas impartidas en las escuelas de negocios. A su juicio: El negocio no tiene que ver con el dinero; Crear una empresa es una gran manera de mejorarnos a nosotros mismos; Nunca hay que hacer las cosas sólo por dinero; El éxito viene de inventar y mejorar sin cesar, no de promover insistentemente lo que no funciona; El plan de negocios es discutible; El mejor modo de hacer crecer una empresa es centrarse por completo en sus actuales clientes.

¿Cómo se gestiona una marca país?

Con un Centro de Inteligencia

Autores: **José Miguel Sánchez Guitián, Hugo Zunzarren y Bértol Gorospe**
Editorial: **ESIC Editorial**
Precio: **16 euros**
Páginas: **216**



¿Podemos controlar y gestionar la Marca País? ¿Qué factores engloban la Marca País? ¿Cómo afecta la percepción del público de estos factores? ¿Cómo se pueden coordinar todos los esfuerzos y los agentes que intervienen? ¿Cómo lo hacen otros países?

La gestión integral de una Marca País se torna en un principal activo para la gestión estratégica de los intereses nacionales, dentro y fuera de nuestras fronteras. Además del puro enfoque de marketing del asunto, otros enfoques (competitivo, tecnológico, social, jurídico,...) son de vital importancia para la supervivencia de un país en un entorno cada vez más globalizado.

Desde los principales mandatarios políticos, pasando por la realeza, nuestros deportistas, cocineros, patrimonio artístico y cultural, la gastronomía, principales marcas españolas, obras literarias, nuestras playas, la gestión del agua y energética, nuestras infraestructuras, el turismo, los sanfermines, nuestro marco legal y fiscal,... muchos factores componen el ancho de Marca País y todos ellos contribuyen en conformar la percepción y opinión sobre nuestro país y grado de desarrollo.

La magia del planner

Cómo la planificación estratégica puede potenciar la comunicación persuasiva

Autor: **Antón Álvarez Ruiz**
Editorial: **ESIC Editorial**
Precio: **18 euros**
Páginas: **235**



Este libro explica, de forma completa y aena, cuál ha sido el desarrollo del planning y cómo aplicar sus técnicas, que permiten traducir los datos del mercado a ideas estratégicas, dotando a la comunicación de un nivel de profundidad antes desconocido y cultivando una relación emocional con el consumidor

El autor aprovecha su dilatada experiencia en el mundo de la publicidad, su temprana relación con las técnicas del planning y su trabajo como profesor de esta disciplina en diferentes universidades, para ofrecer una obra accesible pero que recoge los matices y complejidades del planning estratégico y del planner, el profesional especializado en su aplicación. Todos los capítulos van acompañados de ejemplos que analizan diversos casos prácticos. Y la obra incluye un capítulo específico sobre el uso de los insights y una metodología estructurada para trabajar con ellos. Enormemente útil para publicitarios, especialistas en comunicación persuasiva y profesionales del marketing y la estrategia.