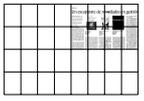
 Nacional Suplem. Semanal Semanal	Tirada: 175.809 Difusión: 113.171 (O.J.D) Audiencia: 396.098 (E.G.M) 07/05/2005	Sección: Economía Espacio (Cm_2): 443 Ocupación (%): 50% Valor (Ptas.): 846.083 Valor (Euros): 5.085,06 Página: 15	
			Imagen: Si

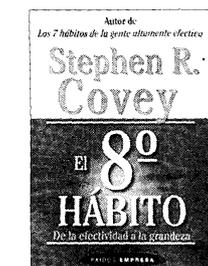
LIBRERÍA

Un escaparate de novedades en gestión

La librería de la feria es el escenario apropiado para conocer los últimos títulos en gestión empresarial que llegan de mano de los gurús del marketing o la estrategia.

ÁNGELA MÉNDEZ, Madrid
Una parada obligada en la visita a Expomanagement es la librería, cuyo distribuidor oficial es Marcial Pons. En esta ocasión reúne alrededor de dos mil trescientos títulos y cerca de diez mil ejemplares. Allí se pueden conocer las últimas obras que acaban de lanzarse al mercado o que en poco tiempo llegarán a España, y, por supuesto, tampoco faltan títulos que, por su repercusión, se han convertido en punto de referencia en el área de la gestión empresarial.

Entre los libros que acaban de estrenarse en el mercado español destaca *El 8º hábito*, de Stephen R. Covey, autor de uno de los mayores bestsellers en el campo del *management*: *Los 7 hábitos de la gente altamente efectiva* -más de quince millones de ejemplares vendidos-



El octavo hábito
Stephen R. Covey
Editorial Paidós
Páginas: 464
24 euros

Covey asegura que en los quince años que han transcurrido desde que publicó este libro el mundo ha cambiado y se ha vuelto más complejo. "Los retos a los que nos enfrentamos a nivel personal, familiar y profesional se han transformado radicalmente. Ser individuos y organizaciones efectivas ya no es una mera opción: la supervivencia en el mundo actual así lo requiere". Por eso, el autor defiende el desarrollo de un nuevo hábito, el octavo, que



Preguntas más frecuentes sobre marketing
Philip Kotler
Ediciones Granica
Páginas: 216
16 euros

permita acceder a niveles más elevados del talento y la motivación. Para conseguirlo invita a buscar en el interior de cada uno y ayudar a los demás a descubrirlo, sólo así se puede alcanzar el objetivo final que no es otro que la excelencia.

Otra de las novedades es la última obra del gurú Philip Kotler, *Preguntas más frecuentes sobre marketing*. En él recopila las dudas que a lo largo de su trayectoria profesional le han formulado más veces. De esta



Lovemarks. El futuro de las marcas
Kevin Roberts
Empresa Activa
Páginas: 221
26 euros

manera, elabora una exhaustiva guía sobre los aspectos más importantes del marketing, su relación con los mercados, las estrategias -segmentación, objetivo, posicionamiento y diferenciación-, las principales herramientas, las llamadas *cuatro P* -producto, precio, plaza y promoción-; la planificación y las áreas de aplicación. Para ilustrar la relevancia de estos conceptos incluye una lista con sus empresas favoritas y explica por qué la estrategia

que han seguido las ha hecho triunfar en el mercado.

Entre los títulos que estarán presentes en Expomanagement se encuentra *Lovemarks. El futuro más allá de las marcas*, de Kevin Roberts. Su formato destaca sobre los demás. Es más grande, cuadrado y su interior está salpicado de colores y de muchas y cuidadas fotografías. Roberts, presidente mundial de la firma de publicidad Saatchi & Saatchi, defiende que "para que las marcas sobrevivan deben crear en los clientes un vínculo de lealtad más allá de la razón. Es la única manera de diferenciarse de los millones de marcas insulsas que no transmiten nada". Para lograr establecer esa relación con el cliente afirma que hay que usar el misterio, la sensualidad y la intimidad. El autor está convencido que la entrega a estos tres conceptos es la que crea el amor a las marcas, que es el único camino que conduce al éxito en los negocios.

A lo largo de 221 páginas defiende esta filosofía empresarial que explica que los consumidores, los que Roberts llama "clientes inspiradores", no las compañías, son los dueños de las marcas y los que realmente pueden moldear el futuro del comercio.