



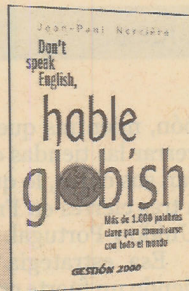
### La magia

Lyn Heward, John U. Bacon  
Empresa activa  
ISBN 84-95789-99-7

El Circo del Sol es, para los autores de este libro, un ejemplo de que la creatividad y la imaginación son esenciales para el éxito en la empresa y en la vida. Este libro invita al lector a entrar en el mundo y la filosofía de quienes están detrás de este afamado espectáculo.

La obra cuenta la historia de Frank Castle, un hombre que ha perdido la motivación en la vida profesional, hasta que se sumerge entre las bambalinas del Circo del Sol. Castle entra así en contacto con una nueva filosofía de trabajo en equipo donde todos, desde los técnicos hasta las maquilladoras, contribuyen al resultado final con total libertad creativa.

A través del relato, el protagonista descubre que la pasión debe convertirse en la clave de su trabajo, que es necesario superar el miedo al éxito, y que para que la creatividad salga a la luz es imprescindible una gran dosis de disciplina, integrada siempre en el esfuerzo colectivo.



### Don't speak english, hable globish. Más de 1.000 palabras clave para comunicarse en todo el mundo

Jean-Paul Nerrière  
Gestión 2000  
ISBN 84-96426-23-8

Según este libro, para comunicarse en el mundo es mejor conocer una sola lengua simple, pero al mismo tiempo eficaz: el *globish*. Se trata de una forma reducida del inglés americano, limitada a 1.000 palabras, aproximadamente, y de una sintaxis rudimentaria.

Esta forma de comunicación se utiliza ya desde hace tiempo y es la que nos permite hablar con los anglófonos no nativos a lo largo del planeta, según su autor. El objetivo de la obra es, como él mismo explica, desarrollar el *globish* hasta dejar a las lenguas de raíz latina la función de ser lenguas de cultura de referencia del mundo. Según él, al idioma *angloricano* le espera un tenebroso futuro.

El libro incluye unos test de autoevaluación, para que el lector pueda examinar su nivel de *globish*, y un léxico básico.



### + Ventas

Luis María García Bobadilla  
ISBN 84-7356-444-8

Ésta es una guía práctica de ventas, aunque también contiene fundamentos teóricos. Es fruto de la experiencia de ventas en el mercado español, y trata sobre todo de ventas de productos de gran consumo, aunque sus ideas y métodos son aplicables, según asegura, a productos y servicios de otros sectores.

Su contenido va desde las técnicas de ventas hasta la dirección, pasando por la explicación de la función de las ventas, la negociación con los grupos de compra o las plantillas comerciales, las etapas de la entrevista de ventas, las herramientas y manuales o la negociación. También trata otros temas, como las objeciones sobre el precio, la forma de conocer al cliente, la gestión de grandes cuentas, la ingeniería de ventas, y el control, la selección, la evaluación y la retribución de este concepto. El autor ha incluido también unos capítulos dedicados a las nuevas tecnologías y a conceptos como el *marketing* relacional, el ERP o el CRM.