



| | | | |
|----------------------|-----------------------------------|---------------------------------|-------------------|
| EL EMPRESARIO | Tirada: 9.477 | Sección: - | |
| | Difusión: 9.105 (O.J.D) | Espacio (Cm_2): 132 | |
| Nacional | Audiencia: 31.867 | Ocupación (%): 31% | |
| Economía | | Valor (€): 823,36 | |
| Mensual | 01/07/2008 | Valor Pág. (€): 2.600,00 | |
| | | Página: 44 | Imagen: No |

Rompefrenos

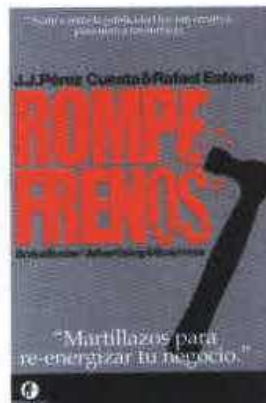
J.J. Pérez Cuesta

Rafael Esteve

Empresa Activa

187 págs.

EN este libro, un publicitario y un empresario abordan de manera conjunta la comunicación publicitaria y denuncian sus falsedades. Ambos han seleccionado y ordenado en un Método aquellas herramientas-conceptos que sí funcionan y se han probado en reiteradas ocasiones en diferentes mercados y con distintos sectores y siempre dan resultados y hacen crecer los negocios.



Entre los dos son responsables de más de cuatrocientos spots en más de veinticinco países y para más de treinta mercados. Para elaborar este libro, han rastreado miles de anuncios y sus resultados.

Ambos denuncian con ejemplos que nunca antes la publicidad había sido tan creativa, pero tampoco tan ineficaz. No son las únicas voces autorizadas que piensan esto, aunque hasta el momento pocos se han atrevido a decirlo. Sin embargo, según la teoría de los autores, los crecientes problemas de ventas y resultados que este fenómeno desencadena tanto en el pequeño negocio como en la gran multinacional, anuncian un aumento futuro de este clamor.