

El Superbanco

Autor: **Adam Lebor**
Editorial: **Indicios Editores**
Precio: **20 euros**
Páginas: **350**



El escritor y periodista Adam Lebor nos relata la historia del banco menos conocido del mundo, que ha estado dirigiendo buena parte del destino económico mundial desde hace 80 años.

En 1930 se creó un banco que no era responsable ante ningún gobierno o jurisdicción y que ha tenido un papel clave en algunos de los acontecimientos más importantes de nuestra historia, como la reconstrucción de Europa tras la Segunda Guerra Mundial o la creación del Euro. Su actual director fue el Gobernador del Banco Central de España entre 2000 y 2006, la época en la que se impulsó la burbuja inmobiliaria en España.

Interesante libro que nos habla de los poderes que gobiernan desde la sombra y los secretos del club de los gobernadores de bancos centrales.

Cómo crear y hacer funcionar una empresa

Autores: **María Angeles Gil Estallo** y **Fernando Giner de la Fuente**
Editorial: **ESIC Editorial**
Precio: **32 euros**
Páginas: **700**



Hoy la creación de empresas es un objetivo para muchas personas. Y, es fácil, podemos crearla tras varios clics, puede crecer y mantenerse tras otros tantos clics, y lo que habíamos aprendido con esfuerzo anteriores generaciones ahora parece devenir inútil e innecesario; pero el conocimiento es importante y lo es en tanto que nos ha de ayudar a iniciarnos en lo ya sabido, a mejorar nuestras organizaciones y a llevarlas al mayor de los éxitos.

Crear una empresa supone tener aptitudes, habilidades, capacidades y actitudes que vamos desarrollando a lo largo de nuestros días y que sorprendentemente nos llevan a ser nuestro propio jefe - jefa. La tarea es ardua pero con muchas recompensas. Necesitamos conocer cómo se gestiona una empresa –promover la creatividad, decidir, planificar, organizar, estudiar su viabilidad, trabajar la información, comunicar, dirigir y supervisar- y a todo ello dedicamos la primera parte de este libro. La segunda, a la puesta en marcha y funcionamiento de las decisiones estructurales, a solucionar preguntas acerca de nuestro nombre, forma jurídica, inversión, financiación, dimensión, crecimiento y localización-, y a las decisiones funcionales como aprovisionarnos, seleccionar a nuestro personal, decidir cómo producir y sus correspondientes costes, y cómo vender.

Ellas deciden

Autor: **Gemma Cernuda**
Editorial: **Empresa Activa**
Precio: **12,50 euros**
Páginas: **160**



Empresa Activa estrena el nuevo año con una publicación que dará que hablar. Gemma Cernuda, su autora, experta en branding y Management, firma un libro que todos deberíamos leer para saber cómo tener en cuenta a quien toma el 80% de las decisiones de consumo.

La autora hace un llamamiento a los publicistas y a los creativos y, sobre todo a los directores de comunicación de marcas, para que sepan cómo crear marcas y mensajes relevantes para la nueva consumidora contando con la mujer actual.

El Consumo es femenino pero la economía sigue siendo masculina. La obra pretende poner de relieve esta distorsión que existe entre consumo y economía. Las marcas las compran las mujeres, pero las “dirigen” los hombres, generalmente con estereotipos y tópicos masculinos y en muchos casos, poco actualizados.

Desde el punto de vista de la publicidad, y gracias a ejemplos que la misma autora ha vivido, sabremos mejor cómo las marcas se comunican con la sociedad, y cómo ésta percibe el mensaje, muy frecuentemente con códigos antiguos y alejada de la realidad.

El texto cuenta con reflexiones afirmaciones y frases muy acertadas y reveladoras de pensadores influyentes y profesionales reconocidos en el mundo del liderazgo ejecutivo.

El marketing del permiso

Autor: **Seth Godin**
Editorial: **Empresa Activa**
Precio: **16 euros**
Páginas: **188**



Empresa Activa recupera El marketing del permiso, una obra indispensable y de plena actualidad que había quedado descatalogada. Se trata del libro que hizo famoso a Seth Godin porque supone el cambio del paradigma del marketing. Es necesario pasar del marketing de interrupción al marketing del permiso, que es el que impera en Internet.

Hoy en día el secreto del éxito está en la capacidad de comunicación con los clientes, y esta comunicación depende de los permisos que ellos te hayan concedido. A lo largo de sus páginas el autor expone las principales reglas del marketing del permiso de una manera práctica, clara y efectiva facilitando a los lectores diversas herramientas y métodos que les permitirán: desarrollar diferentes acciones de marketing en las que imperen una relación de aprendizaje con los clientes, crear una base de datos de permisos, desarrollar una buena estrategia de marketing destinada a enseñar los productos a la gente y profundizar en los permisos de los clientes para crear una comunicación más eficiente y productiva con ellos.