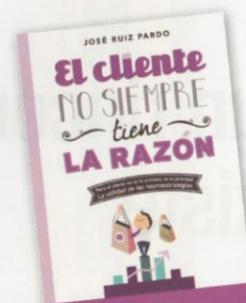
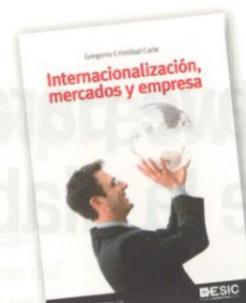


# libros



## Guía fiscal 2014

Gabinete jurídico del CEF  
Centro de Estudios Financieros (CEF)

568 págs.  
19,24 €

La obra tiene el objetivo de recopilar, resumir y explicar la estructura y funcionamiento de nuestro sistema tributario y sus principales figuras impositivas. También incorpora las últimas novedades y modificaciones a tener en cuenta para 2014.

Dividida en diez capítulos, analiza con detalle el desarrollo de su actividad. Este libro ofrece un compendio sobre la gestión del comercio internacional moderno, su visión actual, dinámica y perspectivas. Es, por tanto, una herramienta útil y un soporte teórico interesante para facilitar al empresario la comprensión del escenario global complejo y cambiante y la práctica operativa de los intercambios comerciales realizados fuera de las fronteras propias.

Una visión completa del mercado internacional moderno.

## Internacionalización, mercados y empresa

Gregorio Cristóbal Carle

ESIC  
226 págs.  
17 €

La salida de las empresas a los mercados internacionales se ha convertido en una necesidad imperiosa, además de constituir la garantía de su subsistencia a largo plazo y un instrumento estratégico fundamental para lograr el éxito en el desarrollo de su actividad. Este libro ofrece un compendio sobre la gestión del comercio internacional moderno, su visión actual, dinámica y perspectivas. Es, por tanto, una herramienta útil y un soporte teórico interesante para facilitar al empresario la comprensión del escenario global complejo y cambiante y la práctica operativa de los intercambios comerciales realizados fuera de las fronteras propias.

## Crisis económica y cambios en el sistema financiero

Julio Rodríguez López

Catarata  
125 págs.  
16 €

El autor analiza los desencadenantes de la situación crítica que ha atravesado el sistema financiero español y propone los cambios que se deben hacer para que termine este período convulso de la economía española. Pese a las medidas políticas y económicas adoptadas por los distintos gobiernos no se puede afirmar que el proceso haya concluido a la vista de la gran restricción de crédito que padecen las empresas y las familias españolas, la elevada morosidad que afecta a las carteras de crédito de las entidades financieras y sus pobres cuentas de resultados, así como por la posibilidad de una concentración mayor que puede producirse cuando el sector público liquide su participación en un segmento significativo del sistema financiero.

## Ayúdalos a crecer o míralos irse

Julie Winkle Giulioni

Empresa Activa  
160 págs.  
13 €

Incluso en momentos de dificultad económica, trabajadores convencidos de que sus carreras profesionales no reciben la atención que merecen deciden cambiar de trabajo. Otras veces permanecen en la empresa, pero no demuestran el mismo interés hacia ella. Las autoras ofrecen una serie de consejos para que los líderes puedan conocer los deseos de los empleados a su cargo a través de conversaciones cotidianas y apoyar su potencial sin necesidad de grandes inversiones de tiempo o dinero.

## Los presidentes españoles

José Luis Álvarez

LID  
224 págs.  
19,90 €

El autor, especialista en liderazgo ejecutivo y equipos de alta dirección, reflexiona sobre el liderazgo que ejercen los políticos. Lo hace en un momento difícil económica y socialmente y ante la escasez de trabajos sobre el liderazgo de los seis presidentes de Gobierno españoles desde el regreso de la democracia. Dividido en cuatro capítulos, en el primero aplica la distinción clásica entre liderazgo transnacional y liderazgo transformacional. A continuación estudia las competencias que se exigen a los presidentes de Gobierno en su papel de jefes máximos de la administración del Estado. En el capítulo siguiente realiza cuatro análisis psicológicos de los presidentes españoles y en el último analiza en detalle el posicionamiento de los presidentes españoles, a favor o en contra, ante sus circunstancias o ciclos políticos.

## El cliente no siempre tiene la razón

José Ruíz Pardo

Pirámide  
251 págs.  
15 €

El neuromarketing responde a qué pasa en nuestro cerebro cuando compramos y qué nos influye en la decisión de compra. Este conocimiento se obtiene usando herramientas que miden la actividad cerebral. El objetivo de este libro es enseñar a aplicar estas estrategias al negocio. Los avances en materia de neuromarketing proporcionan un conocimiento mayor del cliente y descubren fórmulas nuevas para conquistarlo de modo que se le ofrece no sólo el producto, sino también ayuda para entender sus carencias y cómo dicho producto se acomoda a ellas. Con la ayuda del neuromarketing, la marca no se debe posicionar sólo en la tienda física, sino también en la mente del comprador.

## Educación digital y cultura de la innovación

Varios Autores

COTEC  
87 págs.

Un libro de carácter muy práctico cuyo objetivo es sensibilizar a responsables públicos, docentes y padres sobre el potencial de las herramientas digitales 2.0 y de las redes sociales para mejorar la educación y transmitir a los alumnos los valores del emprendimiento y la innovación. Recoge experiencias reales que se desarrollan con éxito en distintos centros educativos en España para hacer ver a los estudiantes el valor de los conocimientos que adquieren a través de estas herramientas nuevas y cómo aprovecharlos para generar riqueza, es decir, para innovar.

El liderazgo exige una negociación continua.

## Más allá del sí

Erica Ariel Fox

384 págs.  
18,90 €

Para liderar es preciso negociar continuamente, pero no siempre con los demás. La autora, profesora de negociación en la Facultad de Derecho en Harvard, sostiene que las negociaciones que más impacto tienen en nuestra capacidad para liderar son las que mantenemos con nosotros mismos. En su opinión, podemos cambiar lo que sucede dentro de nosotros, pero debemos saber cómo. "En ese momento empezaremos a tomar decisiones nuevas y obtener resultados mejores", asegura. El libro ofrece una hoja de ruta para negociar con nosotros mismos, echar mano de la sabiduría innata que reside en nuestro interior y aclarar nuestras ideas. Un camino útil tanto en la relación con un cliente complicado como en las relaciones personales para llegar a acuerdos fructíferos.