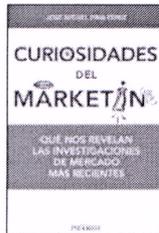


**LA EMPATÍA ENTENDERLA PARA ENTENDER A LOS DEMÁS**  
Luis Moya Albiol  
Plataforma actual  
143 páginas

La empatía es una capacidad fundamental para desenvolvemos de forma adecuada en sociedad. Nos permite entender mejor a los otros y nos ayuda a alcanzar tanto el éxito personal en las relaciones con la familia y los amigos, como el profesional, favoreciendo que seamos más sensibles a las necesidades y deseos de aquellos con los que trabajamos. Las personas más empáticas son con mayor probabilidad más felices.

**CURIOSIDADES DEL MARKETING QUE NOS REVELAN LAS INVESTIGACIONES DE MERCADO MÁS RECIENTES**  
J.Miguel Pina Pérez - Pirámide  
164 páginas



¿Le interesa el marketing? ¿Quiere conocer los estudios que pueden cambiar y sugerir nuevas vías para el éxito comercial? Si ha respondido afirmativamente a las dos preguntas anteriores este libro puede ser de su interés. Con un lenguaje ameno, Curiosidades del marketing muestra los resultados de prestigiosas investigaciones en marketing que se han publicado en los últimos años.



**ELLAS DECIDEN ESTRATEGIAS PARA CONVENCER A QUIEN REALMENTE DECIDE EN LAS COMPRAS; LA MUJER**  
Gemma Cernuda  
Empresa activa  
158 páginas

Primer libro sobre marketing y comunicación en femenino. Este ágil y entretenido libro busca concienciar a todo aquel que tenga algo para vender, que aprenda a comunicar en femenino, es decir a ofrecer las cosas con un lenguaje que apele a las emociones y la forma de ser de las mujeres.

**EL ARCHIVO DE INDIAS GESTIÓN INNOVADORA EN UN MUNDO ATLÁNTICO**  
Manuel Romero Tallafigo  
C+t=an - 224 páginas



En un mundo globalizado como el actual, son habituales las multinacionales perfectamente coordinadas y gestionadas desde la distancia gracias a las nuevas tecnologías. Sin embargo, si retrocedemos a los siglos XV, XVI y XVII, costaría pensar en una gran empresa internacional controlada a miles de kilómetros de distancia sin que sus principales directivos visitaran jamás los territorios de expansión. Esa empresa existió y fue el Imperio Español.



**EL DIAGNÓSTICO LOGÍSTICO UNA METODOLOGÍA PARA PROMOVER MEJORAS COMPETITIVAS**  
Julio Juan Anaya Tejero  
ESIC - 222 páginas

Un libro que permite conocer una metodología práctica a seguir para el análisis y diagnóstico de los procesos logísticos que deben ser objeto de mejora para conseguir ventajas competitivas en la empresa y/o reducción de costes. El libro pretende ser algo más que un manual de consulta, por lo cual está dotado de una serie de ejemplos y formularios para petición de datos.

**MANUAL PRÁCTICO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA GESTIÓN, DIAGNÓSTICO E IMPACTO EN LA EMPRESA.**  
Julio García del Junco, Beatriz Palacios Florencio, Francisco Espasandín Bustelo  
Pirámide - 267 páginas



En esta obra se resalta la importancia de los valores personales en la vida de la empresa y se combina la teoría y la práctica de la gestión y del diagnóstico e impacto de la responsabilidad social en la empresa, prestando especial atención a las pymes.

**EL PRIMER CAFÉ DE LA MAÑANA**  
Diego Galdino  
Espasa  
299 páginas



Massimo tiene poco más de treinta años y es el dueño de una pequeña cafetería en el Trastevere, en el corazón de Roma. Cada día, al salir el sol, cruza las calles todavía dormidas de la ciudad y abre su bar. Sus clientes, las nuevas recetas de café que siempre anda probando; esta es su vida y no necesita más, se dice a sí mismo. Sin embargo, el día en que una turista con aire de andar perdida, ojos verdes y pecas en las mejillas entra en su bar, la vida de Massimo se altera para siempre.

**POSTFUTBOLISTA DE FUTBOLISTA DE SEGUNDA DIVISIÓN... A EJECUTIVO DE PRIMERA. RECICLARSE PARA NO CADUCAR PROFESIONALMENTE.**  
Albert Serrano Pons  
Empresa activa  
222 páginas



Esta es la historia de un futbolista de segunda división que actualmente, como ejecutivo, juega en primera.

## RECOMENDADOS



**SÉ MÁS PERSUASIVO AUMENTA TU CAPACIDAD DE INFLUIR EN LOS DEMÁS**  
Carlos Luna Calvo  
ESIC - 232 páginas

Por primera vez un creativo publicitario nos desvela los trucos de la persuasión publicitaria y cómo usarlos en nuestras vidas. ¿Ha tenido la sensación alguna vez de que otros se venden -y venden- mejor que usted? ¿Tuvo alguna vez la impresión de que podía haber negociado mejor algún aspecto de su vida? ¿Cree que podrían despertar más interés sus charlas, reuniones, emails, etc.? ¿Le gustaría tener tanta influencia en sus relaciones como la que consigue un comercial vendiendo cuchillos? ¿Averigüe cómo convertir un simple clip en un objeto de deseo para una ama de casa, un notario, o un ejecutivo!