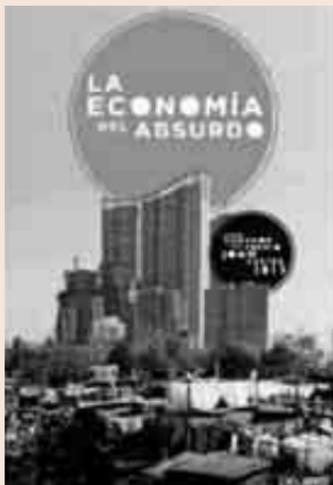


Qué hay detrás de la economía mundial

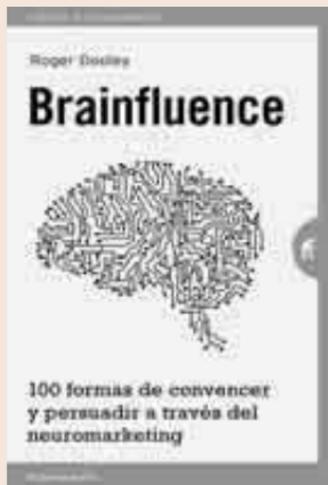
ENTENDER CÓMO PIENSA EL CONSUMIDOR PARA PODER VENDERLE MÁS Y MEJOR

Expansión. Barcelona

Partiendo de una sociedad capitalista, *La economía del absurdo*, de Josep Burgaya, critica y analiza con ejemplos reales –las fábricas de Zara en Oriente Medio o las de Apple en China–, la hipocresía de la gente que compra sin querer saber o ver el origen de los productos. Roger Dooley revela en *Braininfluence* cómo funciona el cerebro del consumidor para que las empresas mejoren sus campañas de márketing y sus productos. Con *Diferencia(te)*, la red Global Shapers quiere guiar a los jóvenes que aún no se han incorporado al mercado laboral.



Deusto.



Empresa Activa.



Edebé.