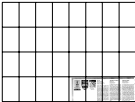
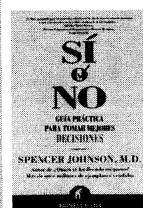
		Tirada: <b>276.258</b>	Sección: <b>Suplementos</b>	
		Difusión: <b>236.571</b> (O.J.D)	Espacio (Cm_2): <b>285</b>	
Nacional	General	Audiencia: <b>827.998</b> (E.G.M)	Ocupación (%): <b>25%</b>	
Diaria		<b>14/09/2003</b>	Valor (Ptas.): <b>571.915</b>	
			Valor (Euros): <b>3.437,28</b>	
			Página: <b>131</b>	Imagen: <b>Si</b>



**"Sí o no"**  
Spencer Johnson  
TRADUCCIÓN DE DAVID SEMPALU  
EMPRESA ACTIVA, BARCELONA, 2003  
186 PÁGINAS, 11 EUROS

El autor del exitoso "¿Quién se ha llevado mi queso?" regresa con un nuevo libro cuyo objetivo es esta vez ayudar al lector a mejorar la toma de decisiones de modo que encuentre la "mejor respuesta" a los retos que se le plantean. Para lograrlo, Johnson recurre de nuevo a una fábula, en este caso el viaje que emprende un joven junto a un prominente hombre de negocios y excursionista aficionado. El autor apuesta por centrarnos en las necesidades reales por encima de los deseos y reconocer así las elecciones menos adecuadas, a la vez que muestra la integridad, la intuición y la introspección como vías para lograr la respuesta idónea.

**"Liderando en el infierno"**  
Alberto Levy  
PAIDÓS, BARCELONA, 2003  
248 PÁGINAS, 13 EUROS

La palabra clave sigue siendo competitividad, se trate de empresas, clusters o grandes ciudades, pero este libro analiza esa competitividad partiendo de un supuesto básico: la competitividad de una empresa depende del cluster –asimilable a un gran ciudad o a una región geográfica– y la del cluster del conjunto de empresas que lo componen. La segunda premisa del libro es más simple: la innovación continua es la sangre de la competitividad. A partir de estas premisas, el autor de este libro ofrece las claves para el cambio de una organización hacia la competitividad, tanto las acciones requeridas para la transformación como el seguimiento de los resultados obtenidos.

**"Saber para vender"**  
Pablo Puszczalo  
GESTIÓN 2000, BARCELONA, 2003  
219 PÁGINAS, 19,85 EUROS

Un manual práctico para ser leído por vendedores. Es la ambición confesa de este libro, estructurado en 180 fichas que pretenden ofrecer soluciones concretas y claras a los problemas que se les presentan habitualmente a los vendedores. El autor recuerda que son profesionales y que, como tales, han de seguir una metodología para la consecución de sus objetivos. Por eso propone consejos para mejorar sus capacidades y, también, estrategias para mantener una relación honesta y sistemática con las personas que toman las decisiones en la empresa cliente, de modo que el vendedor se convierta en fuente permanente de nuevas ideas y soluciones, elemento clave del éxito en las ventas.