

## Marketing simple

Una guía paso a paso para simplificar la storybrand de cualquier tipo de empresa

Autor: **Donald Miller**  
 Editorial: **Ediciones Urano**  
 Precio: **16 euros**  
 Páginas: **224**



Del mismo autor de “Cómo construir una Storybrand” llega una guía fácil y práctica para desarrollar una estrategia de marketing digital de forma simple y efectiva. Cada día las empresas gastan millones en publicidad improductiva o dejan de ganar otros tantos debido a que no saben llegar a su público potencial. En esta breve guía, Donald Miller, nos da la receta para vender a través de Internet y desarrollar una base de clientes confiable y efectiva.

## La era de la confianza

Autora: **Sandra Sotillo Fraile**  
 Editorial: **ESIC Editorial**  
 Precio: **22 euros**  
 Páginas: **248**



La confianza se ha convertido en el nuevo grial de las organizaciones. Todos quieren encontrarla, pero pocos saben dónde conseguirla. Es uno de los grandes retos a los que se enfrentan personas, empresas, instituciones y gobiernos. Este libro quiere ayudar a organizaciones y líderes a lograr la confianza de aquellos con los que se relacionan. Presenta tendencias que señalan la necesidad de pasar de una gestión transaccional a otra relacional y ofrece un modelo orientado a incorporar e integrar la lógica de la confianza en la gestión y obtener todas sus ventajas. En el futuro inmediato, líderes y empresas serán confiables o no serán. Este libro aporta las claves para transformarse y anticiparse en un contexto marcado por una nueva concepción de éxito empresarial, basada en el comportamiento ético y en la generación de valor compartido. También será útil para aquellos emprendedores que quieran contar con un «ADN TrustMaker» en su proyecto.

## Análisis de puestos de trabajo

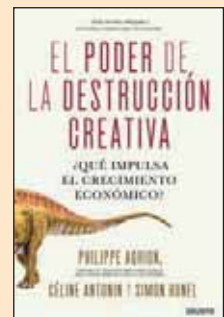
Autora: **María Teresa Palomo**  
 Editorial: **ESIC Editorial**  
 Precio: **12 euros**  
 Páginas: **102**



Los modelos de negocio sufren transformaciones con una gran rapidez, y además las organizaciones necesitan pasar de modelos de crecimiento basados en costes hacia modelos centrados en las personas. Necesitamos alinear los modelos de negocio con los modelos de gestión de personas para así favorecer el atraer, vincular, fidelizar y comprometer a las personas con talento, así como nuevos enfoques orientados hacia el alto desempeño de las personas y un elevado compromiso, enfoques que estén soportados en sistemas o herramientas que proporcionen información objetiva y aporten valor en relación con las personas y los puestos. Los modelos centrados en los puestos de trabajo han quedado claramente obsoletos.

## El poder de la destrucción creativa

Autores: **Phillipe Aghion, Céline Antonin y Simon Bunel**  
 Editorial: **Ediciones Deusto**  
 Precio: **24 euros**  
 Páginas: **496**



Un innovador análisis sobre las fuentes del crecimiento económico y una propuesta para lograr prosperidad en el capitalismo. Las crisis se suceden. La desigualdad aumenta, el crecimiento se estanca, el medioambiente se deteriora y la pandemia de la Covid-19 ha dejado al descubierto las debilidades del sistema. Cada vez se oyen más llamamientos a un cambio radical, incluso al fin del capitalismo. Pero la respuesta a estos problemas no es la revolución, sino crear un capitalismo mejor.