

## Recomendamos



**Una queja es un regalo**  
J. Barlow, C. Moller  
Ed. Deusto/  
G2000  
196 páginas  
20,95 euros

### Contar con la inestimable ayuda del cliente

Si quiere que sus clientes sean fieles, tiene que considerar que sus quejas son regalos que le permiten mejorar. Entre los temas que desarrolla este libro, se aborda cómo tratar con clientes descontentos, cómo manejar las críticas, cómo responder a las quejas presentadas por escrito y cómo crear una organización receptiva a las quejas.



**A la caza del tesoro**  
M. Silverstein  
y John Butman  
Ed. Empresa  
Activa  
379 páginas  
14,50 euros

### Fije la estrategia para llegar hasta su cliente

Una guía para adaptarse a los cambios que se están dando entre los consumidores, mucho más polarizados. Cada vez más hay más gente que se decide por los extremos: las gamas más altas y las más bajas. Sepa cómo llegar a ellos presentando su empresa de un modo acorde a lo que los clientes potenciales estén buscando en cada momento.



**Retratos de familia**  
Inma Puig  
Ed. Empresa  
Activa  
154 páginas  
11 euros

### La gestión en función de los afectos familiares

La psicóloga Inma Puig analiza las empresas familiares desde un nuevo punto de vista: el de los afectos. Mientras que en cualquier empresa las decisiones se toman en función de criterios puramente mercantiles, en estas compañías —que representan dos tercios del total mundial— los sentimientos se convierten en un factor de gran peso.



**Leonardo da Vinci y su código para el liderazgo**  
J. C. Cubeiro  
Ed. Pearson  
248 páginas  
23,90 euros

### Revise a Leonardo y aplíquelo a su día a día

Si ha habido genios en la historia, uno de ellos, sin duda, ha sido Leonardo da Vinci. Basándose en una conversación imaginaria entre el italiano y el catedrático de historia virtual Leopoldo Bauluz, Cubeiro utiliza los “ocho entornos” señalados por el humanista para aplicarlos al entorno profesional del día a día de la empresa actual.



**El directivo perfecto**  
M. Thomas, P. Fisk y G. Miles  
Ed. Gestión  
2000  
258 páginas  
19,75 euros

### Sin recetas mágicas, pero sí muchas ideas

No es un libro convencional, por lo que los autores reconocen que no hay fórmulas mágicas para lograr el éxito empresarial. Lo que los ejecutivos necesitan para lograr un desempeño óptimo es reconocer la situación real en la que se encuentran, con sus debilidades y fortalezas, algo en lo que se centra en orientar el texto.