
		Tirada: 352.495	Sección: -	
		Difusión: 264.548 (O.J.D)	Espacio (Cm_2): 318	
Nacional	General	Audiencia: 925.918 (E.G.M)	Ocupación (%): 39%	
Diaria		01/03/2009	Valor (€): 7.294,13 Valor Pág. (€): 18.280,00	
			Página: 111	Imagen: No

**SOY CONSULTOR (CON PERDÓN)**

Carlos Abadía Jordana

Empresa Activa
Barcelona, 2009

254 páginas

Precio: **13,50€**

El autor, que es consultor –e hijo del best seller ninja Leopoldo Abadía– recuerda que ser consultor no se improvisa, de modo que en este libro profundiza en lo que hay que hacer y, también, en lo que no. Dice que la consultoría es una suma de arte, técnica y mucho sentido común y que, además, hay que venderla. Y lo que se vende es, básicamente, confianza mutua, nacida a partir, señala, de conocer bien al cliente y sus necesidades y de no engañarle, de modo que se establezca un compromiso entre ambos.

50 HISTORIAS DE ÉXITO

VV.AA.

Granica
Barcelona, 2009

238 páginas

Precio: **22€**

La escuela de negocios EADA conmemora su medio siglo de existencia con un nuevo libro. tras publicar *50 lecciones de management* pasan a narrar *50 historias de éxito*. Historias de personas que han pasado por las aulas de la escuela y han dejado huella, consiguiendo posiciones relevantes pero sin olvidar su calidad humana. Desde el caso de Sebastià Casellas, que dejó la carrera de sacerdocio para ser director de recursos humanos, a la de María José Pujol, directora general de Icaria Iniciativas Sociales.

EL NACIMIENTO DE UN PRODUCTO

Mónica Perpiñá-Robert y Gloria Almirall

Planeta Empresa
Barcelona, 2009

170 páginas

Precio: **16,80€**

El proceso de lanzamiento de un producto al mercado es comparado en este libro con el de gestación y alumbramiento de una nueva vida. Las autoras, que reivindican la necesidad de las relaciones públicas para el nacimiento del producto –o será doloroso, dicen, como un parto sin epidural– recorren el proceso desde la concepción de la estrategia hasta el momento del propio lanzamiento, y recurren además de a las metáforas del embarazo a ejemplos significativos como los de iPod o la Viagra.