



## Vender en serie

**Autor:** Miguel Iribertegui Iriguiel  
**Editorial:** ESIC

Este libro presenta un método de argumentación y cierre de la venta que permite construir una relación duradera con el cliente. Es el método utilizado con éxito por su autor en los últimos años: el método PELMA (sin serlo).

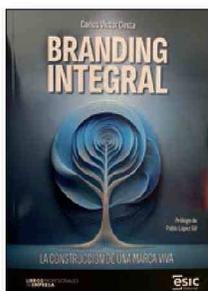
El autor describe a ritmo de sus series favoritas el método de profundidad, enriqueciendo con ejemplos visuales para que el lector no tenga ninguna duda a la hora de aplicarlo en las relaciones con sus clientes y no clientes. Este método permite aplicar una argumentación de venta sin que el cliente detecte conscientemente que se está aplicando.

## Branding integral

**Autor:** Carlos Víctor Cuesta  
**Editorial:** ESIC

En un mundo hipercompetitivo y en constante transformación, las marcas son activos estratégicos clave: general diferenciación, confianza y valor a largo plazo y crean barreras de entrada y potencian las ventas y la rentabilidad en el corto plazo.

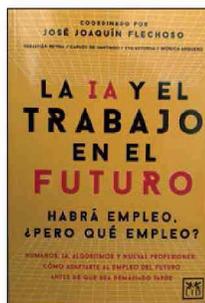
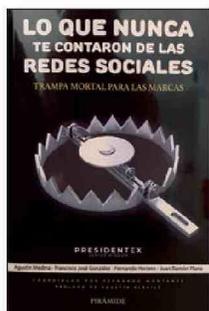
El autor analiza en esta obra todas las dimensiones del branding, desde la identidad y la comunicación hasta la innovación y la experiencia del cliente, para construir marcas relevantes, resilientes y sostenibles. El libro se ilustra con el estudio de seis casos de éxito en gestión de la marca de empresas españolas y entrevistas con expertos de distintos países.



## Lo que nunca te contaron de las redes sociales

**Autores:** Varios  
**Editorial:** Pirámide

El marketing y la publicidad han cambiado en los últimos años mucho más que en toda su historia anterior. Hoy día las marcas son lo más importante en el mundo empresarial: la gente ya no compra productos, sino marcas, que son imprescindibles para que cualquier empresa, producto o servicio logre el éxito en el mercado. Pero actualmente crear, hacer crecer y mantener una marca reconocida, valorada y preferida por los consumidores es más difícil que nunca al multiplicarse los factores que deben utilizarse y tener en cuenta. En este confuso panorama, las redes sociales se han convertido en una de las mayores trampas para los anunciantes.



## La IA y el trabajo en el futuro

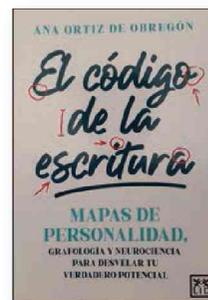
**Autores:** Varios  
**Editorial:** LID

El grupo de estudio creado en el *think tank* Cibercotizante analiza la transformación del trabajo en la era de la Inteligencia Artificial. Se explican los efectos de herramientas como ChatGPT en el entorno profesional y cuál es su papel en la automatización de tareas, la redefinición de competencias y la evolución de los roles laborales. Una de sus claves es el concepto de *preguntas mejoradas*: enunciados diseñados para optimizar la interacción con la IA y obtener información más relevante. Dirigido a profesionales del ámbito tecnológico y de los recursos humanos, así como a las personas interesadas en comprender la integración de la IA en el mundo laboral.

## El código de la escritura

**Autora:** Ana Ortiz de Obregón  
**Editorial:** LID

En un entorno que no empuja a consolidar mecanismos para entender el mundo y a nosotros mismos, se nos presenta la grafología como un reflejo de nuestras construcciones mentales, de las cualidades que nos hacen únicos y de lo que somos. Cada letra, cada firma es particular, forma el código de nuestra escritura que sometido a objeto de estudio puede ayudarnos a analizar nuestras fortalezas, debilidades, riesgos y oportunidades convirtiéndose en una herramienta fundamental para el desarrollo personal y profesional. La autora pone en nuestras manos una obra que combina grafología y neurociencia.



## El buen gobierno de la familia empresaria

**Autor:** José Antonio Moreno  
**Editorial:** LID

Las empresas familiares representan la base del tejido empresarial de muchos países, pero también enfrentan retos para los que deben estar preparados. Para asegurar la continuidad, es fundamental equilibrar las necesidades y expectativas de la familia con las demandas y oportunidades de negocio. Para hacer frente a los desafíos comunes a los que se enfrentan, desde la sucesión y la gobernanza familiar hasta la gestión de conflictos y la planificación estratégica, el autor pone en nuestras manos esta obra que aborda el buen gobierno familiar entendido como la clave para alinear intereses, ordenar la toma de decisiones y construir relaciones duraderas, entre otras cosas.

