



SUGERENCIAS

«Economía de urgencia»

Jorge Juan
Edita: Ariel (2013)
160 páginas; 14 euros

En la primavera de 2013, seis economistas agrupados bajo el seudónimo de Jorge Juan (Javier Andrés, Samuel Bentolilla, Antonio Cabrales, Marco Celentani, José Ignacio Conde-Ruiz y Juan Rubio-Ramírez) reunieron las preguntas realizadas sobre economía por alumnos de varios colegios españoles y escribieron este libro. La obra está estructurada contestando a esas preguntas, pero también está destinada al lector medio que tenga las mismas dudas. En el libro se explica, por ejemplo, qué es en realidad la economía, las causas y los remedios de la crisis, o por qué ganan mucho más Cristiano Ronaldo o Messi que la mayoría de los médicos, cuando estos últimos hacen algo que resulta mucho más útil para la sociedad que los primeros. Por ejemplo, los autores empiezan justificando la economía y rompiendo algunos conceptos preestablecidos que son erróneos: la economía no tiene como objetivo principal predecir el futuro, sino más bien entender lo que sucede en el mundo para tomar decisiones más apropiadas.



«Márketing de guerrilla para emprendedores valientes»

Carlos Bravo
Edita: La esfera de los libros (2013)
224 páginas; 17,90 euros.

Ni el márketing, ni los banners, ni las redes sociales están acabados. Sin embargo, Carlos Bravo considera que los tiempos cambian y los cambios exigen nuevas armas. Para vender más y mejor no se trata de desterrar todo aquello que hasta ahora ha dado resultados, sino de integrarlo y aplicarlo al entorno actual. El márketing de guerrilla 2.0 que se explica en este libro está pensado para emprendedores valientes, para quienes se atreven a probar cosas nuevas antes de darse cuenta de que todo ha cambiado. Su autor, bloguero en marketingguerrilla.es y cofundador de la empresa de cursos online Quondos, lo explica de manera amena, con muchos ejemplos y casos reales de empresas. Es un manual para emprendedores y pymes que enseña a través de entretenidos artículos a manejar con eficacia los recursos que ofrece Internet para crear una empresa, darla a conocer o captar clientes.



«El ocaso del empleo»

Jordi Serrano y Santiago García
Edita: Plataforma (2013)
128 páginas; 15 euros

El ocaso del empleo es un libro fácil de leer. En sus seis capítulos sus autores hablan de las formas de mantener o buscar trabajo y de labrarse el futuro. Para ambos expertos, lo que se exigirá en los próximos años para lograr un empleo son cualidades como la empatía o la inteligencia emocional. Las máquinas harán la mayoría de los trabajos y según Serrano y García esta situación hará que aparezca un tipo de persona que irá al trabajo «porque quiere», por motivación. Esto hará que sea más radical la diferencia entre los que viven para trabajar y los que trabajan para vivir. Las personas que estén motivados lograrán trabajo.

