



INVIRTIENDO EN CALIDAD. CLAVES PARA INVERTIR A LARGO PLAZO EN LAS MEJORES EMPRESAS

Autor: Juan Huerta de Soto

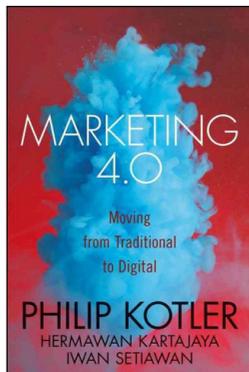
ISBN 9788423429141

Año: 2018

Aunque resulta difícil definir qué es la calidad, muchas veces la reconocemos de manera intuitiva. Sin embargo, cuando se trata de invertir, esto es más complicado. ¿Qué hace que una empresa sea de calidad? ¿Qué le permite ser especial y digna de nuestra inversión? Según este libro, los rasgos principales de estas empresas son tres: una gran liquidez, un rendimiento elevado y sostenible del capital, y unas oportunidades de crecimiento atractivas. Dicho de otra forma: las mejores inversiones son aquellas que combinan un fuerte crecimiento con unos buenos rendimientos del capital para reinvertir.

En Invirtiendo en calidad se explica con detalle cuáles son las cualidades que definen este tipo de inversiones, las características que permiten a estas empresas calificadas obtener buenos resultados financieros, los peligros a los que éstas se enfrentan y, finalmente, en qué consiste y cuáles son los retos de estas estrategias de inversión. En sus páginas encontrarás herramientas analíticas, casos prácticos de empresas de calidad y de otras fallidas, y la experiencia acumulada durante décadas en la inversión.

Invertir en calidad no es una receta, sino un proceso de aprendizaje que dura toda la vida. Este libro es la llave de entrada, y al mismo tiempo un manual de inversión y una oda a las grandes empresas que funcionan y generan riqueza.



MARKETING 4.0. Transforma tu estrategia para atraer al consumidor digital

Autores: Philip Kotler, Hermawan Kartajaya, Iwan Setiawan

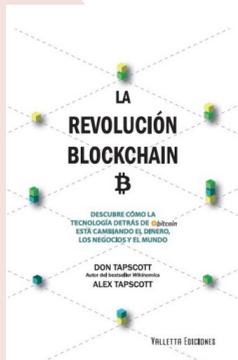
ISBN: 9788416894840

Año: 2018

Las nuevas tecnologías, las redes sociales y el marketing digital en general están revolucionando la forma de llegar a nuestros clientes. El cliente de hoy tiene unos hábitos diferentes al de hace unos años: está hiperinformado, hiperconectado, ama las empresas honestas y éticas, no compra sin antes comparar, confía en las experiencias de otros consumidores y es infiel a las marcas.

Por eso, ahora más que nunca, es necesario reorientar nuestras prácticas de marketing para ganar el apoyo y confianza del cliente. Si conseguimos superar sus expectativas no solo nos comprará, sino que nos recomendará. Para ello es necesario ofrecer experiencias transparentes y coherentes, y cubrir cada aspecto del producto que este demande: marcas más humanas, mayor compromiso, ofertas mejores y más personalizadas. Es el marketing 4.0.

Para lograr ese compromiso del cliente y su recomendación, los autores de Marketing 4.0 nos proponen combinar lo mejor de ambos mundos, el marketing tradicional y el marketing digital. Nos indican cómo poner en marcha estrategias 360° complementándolas con inteligencia artificial para mejorar la productividad del marketing, o el big data para adaptarnos mejor a las necesidades del cliente.



LA REVOLUCIÓN BLOCKCHAIN

Autor: Don y Alex Tapscott

ISBN: 9788423426553

Año: 2017

Participar en la economía global y beneficiarse de su liberalidad.

Las cadenas de bloques o blockchain aparecieron en 2009 y nos permiten enviar dinero de manera directa y segura de una persona a otra sin pasar por un banco, una tarjeta de crédito o PayPal manteniendo anónima la información del usuario. Esto significa que tu información personal es privada y segura mientras que toda actividad es transparente e incorruptible. Aunque el bitcoin es una de sus aplicaciones existentes y conocidas, esta tecnología abre un mundo de posibilidades ya que puede albergar cualquier tipo de documento legal, desde certificados de nacimiento hasta diplomas universitarios o historiales clínicos sin que ningún Estado, persona o empresa las controle o fiscalice.

Los autores del libro nos revelan cómo esta tecnología cambiara el futuro de la economía mundial y cómo miles de millones de personas excluidas podrán, por fin, participar en la economía global y beneficiarse de su liberalidad.