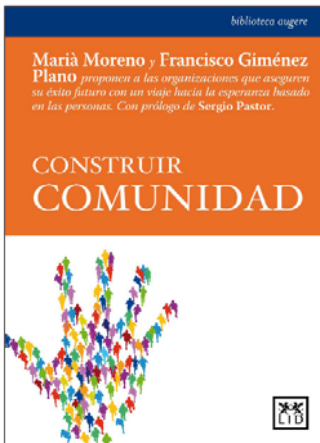


## NOVEDADES EDITORIALES

### **CONSTRUIR COMUNIDAD**

**Autores:** Marià Moreno y Francisco Jiménez Plano

**Editorial:** LID Editorial



Marià Moreno y Francisco Jiménez Plano nos presentan una atractiva obra que muestra a las empresas el camino para que las personas deseen trabajar en ellas y para que, desde ese deseo, aporten todo su talento e ilusión.

La historia comienza cuando al empresa Landscape recibe la propuesta de construir comunidad para hacer frente a la guerra de precios en la que se encuentran desarrollándose mediante un relato empresarial que cobra vida a través de siete personajes con el fin de mostrar el camino para superar los retos a los que se enfrentan las empresas hoy en día. Para ello, los autores ponen en práctica un novedoso modelo empresarial: el Programa de Construcción de Comunidad (PCC), basado en la creación de compromiso y confianza tanto a nivel interno como externo.

A lo largo de la obra los personajes de la compañía Landscape desarrollan el modelo expuesto poniendo al alcance del lector una valiosa herramienta que aporta soluciones concretas a situaciones reales a la vez que enriquece la vida profesional y personal de todos los agentes participantes en el proceso.

### **MARCAS LÍDERES Y DISTRIBUIDORES**

**Ser o no ser, esa es la cuestión**

**Autor:** José María Vilas

**Editorial:** ESIC Editorial

*Marcas líderes y distribuidores. Buenas prácticas de colaboración*, de José María Vilas, ex presidente de Unilever y presidente de Panrico, es un manual de 731 páginas a color en las que su autor ha volcado su experiencia acumulada a lo largo de treinta años en la industria del gran consumo. A ello hay que sumar la colaboración de más de cien profesionales del sector que nos muestran algunos de los casos de éxito de grandes marcas, en primera persona.

Cadenas de distribución como Mercadona, Carrefour, Alcampo, Eroski y Caprabo, junto a marcas líderes como Kellogg's, Panrico, Danone, Unilever, Campofrío y Nestlé exponen abiertamente sus proyectos de colaboración aportando cifras, datos, objetivos y conclusiones en cada ejemplo de esta obra.

En esta obra se reflexiona sobre innovación, nuevas tendencias y buenas prácticas para lograr eficiencia del lineal, integración de la cadena logística, optimizar la gestión de la categoría, en definitiva, conseguir añadir valor a la cadena satisfaciendo al consumidor y logrando un sistema sostenible a largo plazo así como diversas herramientas de gestión.

Los ingresos procedentes de los derechos de autor han sido donados íntegramente a Unicef, organización que también está presente en la obra a través de un caso de colaboración con el fabricante de pañales Dodot.

