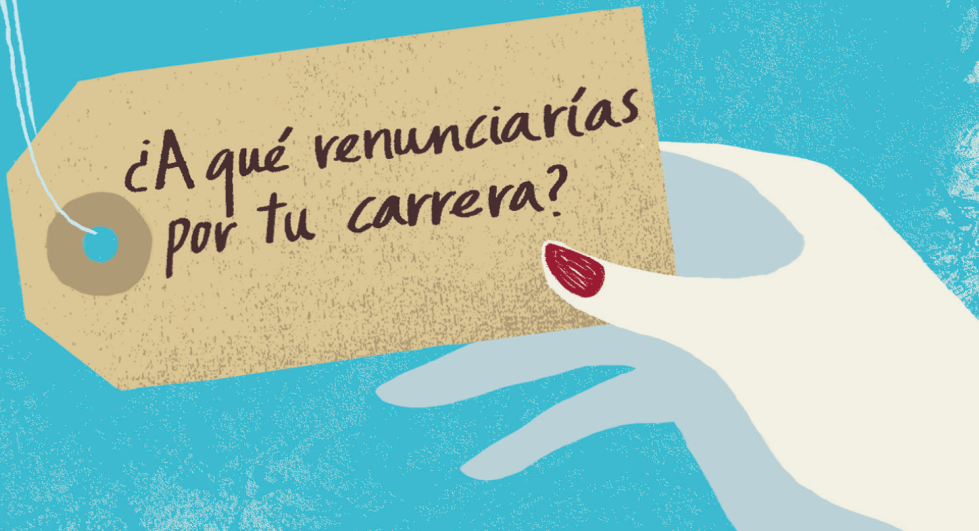


NOVELA

Neus Arqués

TODO TIENE UN PRECIO

A stylized illustration of a hand with a red-painted thumb holding a rectangular cardboard tag. A white string is tied around a hole on the left side of the tag. The background is a textured blue with faint, sketchy lines suggesting a cityscape or architectural elements.

¿A qué renunciarías
por tu carrera?

DATOS DE INTERÉS

Neus Arqués

Todo tiene un precio

Novela

Editorial

Alienta Editorial

Número de páginas

200

Precio de venta recomendado

16,95 €

Encuadernación

Rústica

ISBN

978-84-92414-24-6

Lanzamiento

06/04/2010

Comprar el libro on-line

<http://trnd.es/link/todo-tiene-un-precio>

Alienta Editorial

www.alientaeditorial.com

Blog de Neus Arqués

www.neusarques.com

Blog del proyecto de trnd

<http://todo-tiene-un-precio.trnd.es/>

CAPÍTULO I

Presentación del curso

El Marketing ha cambiado la idea de estabilidad.

Seth Godin

—Buenas tardes a todos. Bienvenidos al Postgrado de Marketing.

El profesor, cincuenta años, barba académica y traje oscuro, recorrió con la mirada el anfiteatro. Los participantes habían evitado escrupulosamente la primera fila y, dada la abundancia de espacio, habían dejado asientos libres entre ellos, creando una zona de seguridad que llenaban con el periódico o el maletín del portátil. Le estaban mirando con una mezcla de interés y escepticismo. Tocaba convencerles de que su empresa —o ellos mismos— habían hecho una buena inversión al desembolsar una matrícula considerable por un temario «de aplicación práctica» que les permitiría actualizarse profesionalmente. En Barcelona aumentaba sin cesar la oferta de cursos de especialización y la competencia reducía las matrículas. De los apenas quince inscritos, sólo tres carecían de experiencia: se trataba de recién licenciados que aplazaban el encuentro con el mercado laboral. El resto eran profesionales en activo. A éstos tenía que dirigirse, pensó el profesor, y ellos marcarían el ritmo del curso. De los quince, tres eran mujeres. Según el listado, claro, porque él sólo veía dos. Justo en aquel momento se abrió la puerta y se oyó un «perdón».

Sara corrió a sentarse en el primer asiento que encontró. Deseó no llamar demasiado la atención, maldiciendo a la vez su metro ochenta, el vestido rojo y la falta de comunicación interna. ¿Cómo era posible que la amonestaran por ir a clase cuando era su propia empresa la que pagaba? ¿No podían coordinarse mejor? El doble organigrama de IntraChemicals, la multinacional de matriz holandesa para la que trabajaba, le estaba complicando la vida. Ella rendía cuentas ante el responsable europeo de Marketing, pero formalmente dependía del director de la filial española. Hacía seis meses, Ámsterdam la había incluido en la lista de colaboradores de alto potencial y le había diseñado un plan de carrera, que incluía reforzar su formación teórica. IntraChemicals le restituía el importe de la matrícula del postgrado, asumía los costes de desplazamiento y le permitía ausentarse de la oficina los viernes por la tarde, mientras que las mañanas del sábado se consideraban su «compromiso personal con el plan» y no podían canjearse por horas de despacho. Sara había dado por hecho que desde la central se había comunicado la realización del curso a la filial. De ahí su sorpresa al leer el correo por el cual Jorge Cardona, director de la planta española, convocaba para esa misma tarde una reunión del Comité Local. En él participaban los responsables de las distintas áreas, incluida la suya. Cuando ella le respondió excusando la asistencia ya que justo ese día empezaban las clases, el director la llamó inmediatamente al despacho.

A Sara la reacción de Cardona le pareció desproporcionada.

—Es la primera noticia que tengo de este curso y, francamente, éstas no son formas.

Menudo, enjuto e impecable, su actitud corporal derrochaba hostilidad. Aquello no era una conversación: era un enfrenta-

miento. Sara se quedó helada. Nada la había preparado para un encuentro tan agresivo.

—Créeme que lo siento, Jorge, pero di por hecho que desde la central habían informado a Recursos Humanos y...

—No estarás insinuando que Lidia no ha hecho su trabajo, ¿verdad?

Sara enrojeció como si la hubiese pillado en falta. Lidia, la responsable de Recursos Humanos en la filial, era la persona más cercana a Cardona. Ni se le pasaba por la cabeza acusarla de negligencia, aunque estaba segura de que, por uno u otro canal, sabía del curso. Se ofreció a solicitar que desde Ámsterdam se enviara una nueva comunicación pero Cardona la interrumpió y dijo, en tono desdeñoso, que ya se preocuparían «ellos» de arreglarlo.

—Mal vamos si ya no puedes ni venir al Comité.

Lo dejaron en tablas, pero ella sintió que empezaba con mal pie: al director su plan de formación no le hacía la más mínima gracia. Salió de la fábrica con retraso, se metió de lleno en un atasco y estuvo media hora buscando un parking que no le quedara demasiado lejos de la escuela de negocios y por el que pagaría una fortuna. Y todo para llegar tarde y sofocada, víctima de la prisa y del calor persistente de septiembre.

El profesor dio un nuevo vistazo a la lista que el Departamento de Coordinación Académica le había hecho llegar hacía apenas una semana. Habían mantenido el período de matrícula abierto hasta el último momento, pero no llegaron a los veinte inscritos, número mágico que le hubiera situado en el tramo superior de precio/hora. Sin embargo, no se quejaba: aquél era un diploma muy rodado y, a poco que los participantes pusieran de su parte, no tendría que dejarse la piel en el aula o en el claustro. Mejor: más tiempo para la familia, ahora que su mujer preparaba la cátedra.

—Me llamo Manuel Sánchez-Pardo y soy el director del Programa de Postgrado de Marketing, que este año llega a su sexta edición. En nombre de la universidad y en el propio les doy la bienvenida a esta escuela. El objetivo del curso es acercarles a los fundamentos del Marketing, de forma que puedan aplicarlos —era importante recordar la aplicabilidad— a sus responsabilidades profesionales. Permítanme ahora algunas consideraciones prácticas.

El doctor Sánchez-Pardo miró a su alrededor. Los dos alumnos más jóvenes tomaban concienzuda nota de sus palabras. La mujer de rojo que había llegado con retraso se apresuraba a conectar su portátil. Parecía alterada. El resto de asistentes le escuchaba sin más y sólo un chico muy delgado y con gafas de pasta se dedicaba a teclear furiosamente en su PDA. Bien, él no estaba allí para imponer normas de urbanidad y por tanto no sería él quien le recordara que no se permitía el uso de dispositivos móviles en el aula.

—El programa comprende un total de veinte temas, que se complementan con tres seminarios de habilidades directivas. Como saben, las sesiones se desarrollan los viernes por la tarde y sábados por la mañana, de acuerdo con el calendario académico que se les ha entregado. La metodología se centra en el estudio de casos. Todos ustedes tienen acceso al campus virtual de la escuela. Allí encontraran a-n-t-e-s de cada sesión los documentos que en ella discutiremos y la bibliografía de apoyo. Los profesores asumirán que ustedes los han leído a-n-t-e-s de clase. Déjenme remarcar el concepto «a-n-t-e-s»: de este modo, se aprovecha la presencia del profesor en el aula para resolver dudas. Les recuerdo también que cada participante cuenta con un tutor individual.

El director se sabía de memoria la introducción y tenía que esforzarse para que la mirada no se le desviara demasiado hacia la ventana y la tarde soleada del viernes barcelonés.

—En cuanto a calificaciones, los parámetros que se tienen en cuenta son la asistencia a clase, la superación de las pruebas que se establezcan y la evaluación del trabajo en grupo. De hecho, la decisión más importante en el orden del día de hoy es la constitución de tres grupos, con cinco participantes cada uno.

Los asistentes se removieron en los asientos, mirando por lo bajo a diestro y siniestro. Cada año lo mismo, pensó Sánchez-Pardo. En una edición anterior aplazó el tema hasta que los estudiantes hubiesen tenido oportunidad de conocerse y la angustia fue aún mayor; desde entonces optaba por hacer caso omiso de esa demanda —que en cualquier momento alguno de los presentes plantearía en voz alta— y les obligaba a escoger a ciegas. Para evitar una rebelión, se adelantó:

—Si les parece, constituiremos los grupos después de la pausa para el café.

A su alrededor vio caras de alivio generalizado.

* * *

Elena fue la primera en levantarse del asiento. Estaba desesperada por encender el móvil. El chico de gafas no había parado en toda la clase, pero las normas eran las normas y ella no se las iba a saltar. Se cumplía una semana desde que envió el presupuesto. ¿Cuándo le dirían algo? El cliente parecía decidido a poner en marcha el proceso antes de Navidad y a ella ese encargo le vendría de perlas para asegurar ingresos durante, como mínimo, seis meses.

Necesitaba esa cuenta como fuera. T & G, su consultora de Recursos Humanos —hoy convenientemente rebautizada «de gestión de las personas»— había sufrido el pleno impacto de la crisis. Ha-

bían perdido los *retainers* y ya no contaban con clientes fijos: vivían de proyecto en proyecto, por importes cada vez menores. Tanto en números como en negocio estaban en la cuerda floja. Si el cliente nuevo no firmaba pronto, le quedaba poco margen. Elena no podía engañarse más: por mucho que insistieran en la retención del talento, en momentos de decrecimiento las empresas adelgazaban plantillas y reducían gastos sin contemplaciones.

Cuando decidió fundar T & G al nacer Pablo, «fidelizar» era la palabra de moda. Ocho años después, tenía en su haber una plantilla de cuatro técnicos, una administrativa y una crisis. Y en el debe, un marido. Juan se fue sin preaviso cuando el niño cumplió los cinco y Elena se dio de bruces con una nueva realidad: necesitaba asegurar un volumen de facturación que le permitiera cubrir nóminas y una disponibilidad de tiempo suficiente para ser madre en solitario, y ambos propósitos eran, fundamentalmente, incompatibles. De golpe, tuvo que compaginar las reuniones con las visitas a urgencias (Pablo había salido futbolero de hueso frágil). En los treinta y seis meses —todavía no los pasaba a años, como si de ese modo el tiempo fuera menor— desde que Juan se fue, Elena se iba ahogando cada vez más, hasta que en un momento de clarividencia transitoria, contrató los servicios de un *coach*. Su entrenador la animó a buscar alguna actividad que le proporcionara «un espacio propio». Bien, pero necesitaba justificar que las horas que robaría a la empresa y al hijo serían rentables para ambos: quedaban entonces descartados los cursos de danza del vientre. Y así fue como se decidió por el Marketing. Diez meses no era un período excesivo y el horario parecía asumible, pero allí estaba, en la primera pausa del curso, consultando ansiosa el correo.

«Presupuesto aprobado. Espero propuesta de contrato. 1ª reunión pre-agendada para el miércoles 18. Saludos.» A Elena se

le escapó una sonrisa grande. ¡Perfecto! Ese proyecto era lo que necesitaba: complejidad media y largo recorrido. Sabía que, en cuanto firmasen, el nuevo cliente se convertiría en «el monocliente» de T & G y esa dependencia no podía ser buena, pero eso ahora no le preocupaba. De momento, al día siguiente, después de clase, le tocaría redactar el contrato. O sea que tendría que localizar a alguna mamá que llevara a Pablo al entreno...

Elena rebuscó en el bolso de piel tachonada, a juego con las sandalias. Se había arreglado con mimo, con el maquillaje perfecto, el pantalón y la blusa bien planchados, su broche azul de la buena suerte. Necesitaba, como le recomendó su *coach*, «conectar con su nueva vida». Sacó del monedero calderilla para la máquina.

—Perdona, ¿me prestas un euro? Te lo devuelvo mañana —le preguntó una mujer joven, vestida con unos tejanos y una camiseta amplia de algodón.

Elena encontró monedas suficientes y le tendió una.

—Gracias. Me llamo Fina. Tú también estás en Marketing, ¿no? —y añadió rápidamente— ¿Ya tienes grupo? ¿Vamos juntas?

Aquel ofrecimiento se parecía sospechosamente al famoso «ir al lavabo» de las amigas, pero a Elena la pilló desprevenida y contenta. Las dos, botellín en mano, regresaron al aula. La tal Fina fue a su sitio, agarró una cartera y el bloc de notas y se trasladó junto a Elena. Si iban a trabajar juntas, mejor sentarse juntas.

* * *

Sara no registró aquella convergencia femenina. Su mente analítica estaba centrada en valorar cuál era el grupo que más le convenía. Había aprovechado la pausa para repasar la lista de participantes incluida en el dossier de bienvenida. Algunos de los

perfiles le interesaban en especial. El de Javier Toralba, por ejemplo, que también trabajaba en una multinacional. O mejor aún el tal Raúl Oliva, subdirector de un departamento de competencias ininteligibles en una gran entidad bancaria. Quería trabajar con personas de nivel igual o superior al suyo, nada de recién licenciados o funcionarias, como la tal Fina Senchís, por mucho que viniera del Ayuntamiento de Barcelona. Cuando, terminada la pausa, el director del postgrado les instó a proceder, Sara miró a Raúl Oliva y le dijo, moviendo los labios:

—¿Puedo?

Su grupo fue el primero en cerrarse. Ellos eran, como el mismo Oliva describió, los *full professionals*.

Fina y Elena recurrieron a los vecinos de asiento. Completaron el cupo con Andrés Londoño, un colombiano moreno y muy educado, Lucas, el chico de las gafas de pasta enganchado a la PDA, y Gregorio, un señor calvo y rechoncho camino de los cincuenta que se apresuró a cantarles las excelencias centenarias de la empresa de vinos y cavas en la que tenía el honor de trabajar. El tercer grupo se formó por defecto, bañado por ese aire de derrota particular que acompaña a los que se agregan por exclusión. Heredó incluso el nombre: «el Grupo III».

El doctor Sánchez-Pardo sonrió satisfecho. Habían ido de prisa. Con los grupos formados, podía declarar inaugurado el postgrado y cruzar los dedos porque aquella fuera una buena promoción y no hubiera excesivas sorpresas.

CAPÍTULO 2

Definición y objetivos del Marketing

El Marketing es un proceso social y administrativo mediante el cual grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean a través de generar, ofrecer e intercambiar productos de valor con sus semejantes.

Philip Kotler

«Pasajeros con destino a Ámsterdam, pasen a embarcar por la puerta veintiséis.»

Sara avanzó decidida hacia la azafata, casi con el pasaporte entre los dientes. Eran las seis y cuarto de la mañana. Subió la primera al avión y se desplomó en la fila tres. Esperaba que no se confirmase el rumor de que la empresa iba a obligar a todo el mundo a viajar en turista, porque ir y volver en el día era agotador. Se había levantado a las cinco y no llegaría a casa hasta la noche. Necesitaba otro café con urgencia, aunque fuera de avión.

Su marido apenas se movió cuando le dio un beso y le recordó que Sergio tenía piscina, que por favor no se olvidara la bolsa de deporte. Por alguna oscura razón, la bolsa (de lo que fuera: la mochila, de deporte, de la compra, de viaje) era *terra ignota* para Simón, quien daba por hecho que ella se ocupaba. Y ella se ocupaba.

En cuanto el comandante Ramírez y toda su tripulación le dieron la bienvenida a bordo, Sara sacó de la cartera el dossier para la

reunión de coordinación de los responsables de Marketing en las diferentes filiales europeas. De los resultados del *European Team* dependía no sólo su prima, sino el presupuesto para el próximo año. Pero realizar una buena contribución no era tan fácil. «¡Ojalá Van der Kalle estuviera en Barcelona!» —pensó. Dirk van der Kalle era el director de Marketing para Europa y a Sara le gustaba trabajar a sus órdenes. Sabía que aquel holandés más alto que ella, rubicundo y campechano, la apreciaba. Insistía en llamarla «SuperSerah» y en hablarle en castellano, idioma en el que se consideraba competente gracias a sus continuados veraneos en la Costa Brava.

—*Neseditamos una gente como usted en la organización, SuperSerah* —la había felicitado en privado después de la última reunión.

A Sara le constaba que gracias a Van der Kalle había entrado en el programa de empleados con alto potencial. Si jugaba bien sus cartas, ascendería. Pero ¿hacia dónde? Se decía que era inminente la creación de un grupo especial para Europa del Sur, con España, Portugal, Italia y Grecia. Ese sería el puesto lógico pero, ¿significaría eso que tendría que expatriarse? Aparcó la pregunta. Sabía que tenía capacidad y quería demostrarlo, y si para eso tenía que hacer un postgrado en Marketing, pues lo hacía, aunque le supusiera sacar horas de donde no las había y negociar constantemente con Simón. «¡Eso está fenomenal, *baby!*!», fue la reacción de su marido cuando le habló del curso, y esa misma semana la invitó a cenar, cosa que sucedía cada vez con menos frecuencia. Simón se alegraba por ella pero daba por hecho que la carga adicional de trabajo de su mujer no le iba a salpicar. Ni se ofreció. Eso sí, escuchaba con interés sus historias sobre el politiqueo en IntraChemicals, cada vez más truculentas.

Por desgracia, le expuso Sara, que ella lograra los objetivos también dependía de Jorge Cardona. El director para España era la antítesis de Van der Kalle. De gesto adusto, mantenía encarecidamente las distancias y parecía consumirse en una labor de gestión que le venía grande. Según contaban los antiguos del lugar, Cardona había ascendido demasiado pronto para su edad, gracias a la precipitada y nunca explicada marcha de su antecesor. Lo único que le importaba era su carrera y para ello necesitaba que la planta funcionara sin sustos. Si a Sara le aprobaban un nuevo proyecto, él tenía que asignarle recursos locales. La fábrica iba ya a tope y no estaban cumpliendo los objetivos de reducción de la siniestralidad, es decir, sus objetivos. Además, desde la llamada al orden por la supuesta falta de información sobre el curso, Sara tenía la sensación de que Cardona no le quitaba los ojos de encima.

«No se puede querer a dos hombres a la vez y no estar loco», le repetía con sorna Simón. Y su marido tenía razón. Puestos a elegir, Sara se sentía más cómoda en las reuniones de Ámsterdam. Allí todos hablaban el mismo lenguaje y trabajaban por el bien común: generar beneficios para la empresa. En la Zona Franca, sin embargo, iban a la greña. Si de ella dependiera, se quedaría en Holanda para siempre.

Cerró el dossier y sacó una libreta con cubiertas de piel que su hijo le había regalado por su cumpleaños. «Eso es para que a mamá no se le olvide nada», le explicó Simón al niño, con retintín. Sara la llevaba siempre encima, como un amuleto. Era la reina de las listas. Tachó la encabezada con «Viaje octubre» y empezó una nueva.

ICH	Revisar el calendario de promociones. Reunión del Comité Local: Presentar resultados del 3 ^{er} trimestre. ¿Comité de Acción Social?
Casa	Revisión pediatra. Reunión comunidad de vecinos. ¿Delegar Sra. Ruiz? Cena mamás del cole: excusar. Depilación.
Curso	Redactar apartado 2.3. del caso de estudio. Leer bibliografía de la próxima sesión.

El Postgrado le robaba tiempo, aunque el tema le estaba resultando más interesante de lo que esperaba. Ingeniera de formación y autodidacta en Marketing, Sara estaba descubriendo los razonamientos teóricos que sustentaban sus decisiones cotidianas. El Marketing no era opinable, sino medible, y todo lo que pudiera medirse le daba tranquilidad. Además su grupo se lo tomaba en serio. Raúl Oliva, el del banco, llevaba la voz de mando con firmeza. Avanzaban todos a una y ni se le pasó por la cabeza rezagarse. Calculó las horas que necesitaría para preparar la sesión, sumadas a las que le harían falta para acabar el informe de resultados del tercer trimestre. Era imperativo seleccionar aquellos datos que menos pudieran encender a Cardona, porque si el director se le ponía en contra, no conseguiría cerrar bien el año. Además, tenía que leerse las propuestas presentadas por los empleados al Comité de Acción Social, la niña de los ojos del director, quien lo utilizaba descaradamente para premiar a quienes le doraban la

píldora, siempre contando con el beneplácito del Comité Local. Y desde luego, Sara estaba dispuesta a darle el suyo. Concluyó su cálculo rápido y tachó «depilación».

* * *

El sobrecito amarillo apareció en la parte inferior derecha de la pantalla, pero Elena se contuvo. A base de repetirlo en sus recomendaciones para aumentar la productividad, había interiorizado el consejo y ahora sólo consultaba el correo entre los bloques de tareas que se fijaba, con el fin de mantener la concentración. Desde que había empezado el curso se había visto obligada a aplicar el sistema de forma estricta, porque entre conectarse al campus virtual y atender los múltiples emails de Fina aquello era un sinvivir.

Por fin terminó de revisar el cierre del mes. Por los pelos. Si no llega a entrar la auditoría, la cosa se hubiera puesto imposible. Pero entró. IntraChemicals, su nuevo cliente, había firmado el contrato con celeridad y Elena tenía a sus cuatro consultores trabajando a tope. Había puesto toda la carne en el asador y se planteó incluso contratar a un *free-lance* para reforzar el equipo, de modo que ella pudiera dedicarse a la acción comercial, pero vistos los números tendrían que apañarse solos. Se levantó a prepararse un café. Afuera, la luz del otoño armonizaba con el silencio de la oficina, roto apenas por el tecleo. Se notaba, claro, que Ángeles estaba de baja, ya que de otro modo el paisaje acústico sería bien distinto. La administrativa era la reina de la huerta de T & G, pero llevaba ya tres días ausente. Mucha ley de dependencia, pero a ver quién ayuda a una hija única a cuidar a una madre de ochenta años que ha pillado un virus respiratorio sin identificar. Elena le dijo que se tomara su tiempo hasta encontrar una solución definitiva y que ellos ya se

organizarían como pudieran. No era el mejor momento para bajas pero ¿qué otra cosa podía hacer? Se dio cuenta de que la echaba de menos. Su secretaria era positiva, entregada y capaz. Coronada por unos rizos enloquecidos de un peculiar tono berenjena, vestía de forma estrafalaria, con faldas largas y aretes étnicos, un atuendo sorprendente en una mujer que se acercaba a los cincuenta y que trabajaba como administrativa contable. Oyéndola hablar de bancos y créditos, uno pensaría que iba disfrazada y que, bajo ese disfraz de madura hippy, se escondía otra persona, otra Ángeles que no les estaba permitido conocer.

Café en mano, Elena abrió el email. Tal y como se temía, se lo mandaba Fina.

«¡Buenos días!

¿Has podido mirarte ya el caso de estudio? Yo empecé ayer y no sé si lo tendré listo. Quería haberlo hecho el fin de semana pero nos fuimos con las niñas a la torre ☺ y no me llevé el portátil. Intentaré avanzarlo a la hora de comer, aunque no sé si podré porque el concejal tiene reunión con el alcalde y vamos a mil. Nos vemos mañana. Llegaré un poco antes».

La tal Fina era incorregible, corrigió Elena, inclinándose en la silla. Llevaban dos semanas de curso y no había pegado sello. A ella le daba igual, siempre que no perjudicara al grupo de trabajo, pero el tal Gregorio había empezado a dejar caer alguna pulla. A Lucas, el jovencito, parecía no importarle y Andrés Londoño, el colombiano, era demasiado discreto para la crítica. Ella no estaba dispuesta a sacarle las castañas del fuego. Ya poco veía a Pablo como para encima robarle más tiempo, todo con el fin de que una funcionaria pudiera pasar el suyo con las niñas en la torre. Fina desde luego era bien diferente de la otra mujer

del postgrado, Sara. Y fíjate tú que, cuando por fin encontró el momento para estudiar la lista de participantes, resultó que la tal Sara trabajaba en IntraChemicals. Si se hubiera enterado a tiempo, las dos podrían haber estado juntas en el grupo de trabajo, se podría haber creado una complicidad: «¿Sabes que mi empresa trabaja para la tuya?». Pero ahora mismo y con el ahogo que tenía encima, Elena optó por guardarse esa información. «Mejor no confraternizar desde la debilidad», pensó.

Decidió no responder al correo y centrarse en el «monocliente», gracias al cual salvarían el año. Por un momento valoró la idea de recuperar todas las propuestas presentadas en los últimos dieciocho meses y retomar las que prometieran más. Necesitaban vender y eso le competía. Pero le faltaba empuje. Elena se repitió una vez más que lo suyo no era ser empresaria sino consultora y que ahora mismo donde hacía más falta era en la auditoría y, habiéndose convencido a sí misma, decidió dejar para mañana lo que podía y seguramente debía hacer hoy.



Neus Arqués

(Barcelona, 1963)

Escritora y empresaria de profesión, Neus Arqués es diplomada en Traducción e Interpretación, licenciada en Ciencias Políticas y master en Política Internacional por la Johns Hopkins University.

Trabaja como experta en Marketing, área en la que ha publicado los manuales *Aprender comunicación digital*, *Y tú, ¿qué marca eres?*, *Visibilidad. Cómo gestionar la reputación en Internet* (coautora) y *Marketing para escritores*.

En el año 2000 fundó Manfatta, incluida en la lista de las 500 agencias de Marketing más innovadoras del mundo. En el 2005 fue finalista al Premio a la Mujer Emprendedora que concede el Ayuntamiento de Barcelona. Colabora regularmente con diversas instituciones y escuelas de negocios como docente especialista en Marketing.

También es autora de las novelas *Un hombre de pago*, un triángulo amoroso alrededor de un gigoló, de *Una mujer como tú*, el viaje de cuatro amigas en busca de la satisfacción personal y del relato *Fem bessons*, sobre el secretismo que rodea los tratamientos in Vitro.

Con una voz fresca y unos diálogos realistas, Neus aborda cuestiones socialmente invisibles: ¿qué nos apostamos las mujeres hoy? ¿De verdad somos amigas las amigas? ¿Es necesario ser madre a toda costa?

Vive en Barcelona y en www.neusarqués.com

TÍTULOS DE LA AUTORA EN ALIENTA EDITORIAL



Todo tiene un precio

Tres mujeres de Barcelona –una jefa de división, una empresaria y una funcionaria– se matriculan en un postgrado de Marketing de una conocida escuela de negocios con ánimo de progresar en su carrera profesional. No obstante, a lo largo del curso descubrirán que ser una excelente profesional, una excelente estudiante y, además, una excelente madre, esposa o amante, todo al mismo tiempo, es difícilmente compatible. A resultas de ello, pronto

deberán enfrentarse a la pregunta a la que ninguna profesional quiere contestar: ¿A qué renunciarías por tu carrera?

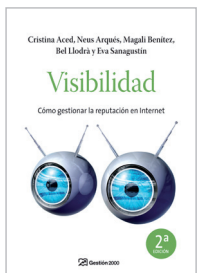


Y tú, ¿qué marca eres?

En un entorno laboral cada vez más competitivo, los profesionales deben diferenciarse a los ojos del mercado. La diferenciación requiere conocer la propia propuesta de valor, analizar el mercado, posicionarse y emplear las estrategias más adecuadas para adquirir visibilidad y alinear reputación y objetivos. Y tú, ¿qué marca eres? aplica las técnicas de Marketing al posicionamiento de las personas y acompaña a los lectores en su recorrido hasta la identificación de

la marca propia, proporcionándoles herramientas para definir, posicionar, comunicar y gestionar su marca personal y su reputación.

Dado el enfoque práctico del libro, los lectores pueden aplicar de forma inmediata los conocimientos adquiridos.



Visibilidad

Sin visibilidad no hay venta. Vivimos en un mundo hipercompetitivo. Consumidores y clientes estamos sometidos a más impactos publicitarios de los que podemos procesar. Nuestra capacidad de atención se ha fragmentado. En este entorno de saturación, resulta imprescindible ser visibles ante nuestro público potencial para que nos tenga en cuenta a la hora de tomar sus decisiones de compra. La buena noticia es

que Internet democratiza la visibilidad. Ya no es necesario ser una empresa cotizada en bolsa o presidir un gran banco para poder contar con una plataforma desde la que proyectar la propuesta de valor propia.

ÚNETE AL PROYECTO

¿Te ha gustado la historia? ¿Quieres saber cómo sigue?

Envíanos tu candidatura para participar en el proyecto.

Estamos buscando a 200 trndian@s de toda España
para para leer y dar a conocer juntos el libro

Todo tiene un precio.

Todos los participantes reciben un pack de inicio
gratuito que contiene:

- 1 ejemplar de ***Todo tiene un precio*** de **Neus Arqués**
- 10 avances con los 2 primeros capítulos de
Todo tiene un precio para pasar a tus amigos



¿Quieres dar a conocer ***Todo tiene un precio***
y reflexionar junto a otros trndian@s en el proyecto?

Entonces envíanos tu solicitud en:

<http://todo-tiene-un-precio.trnd.es/>