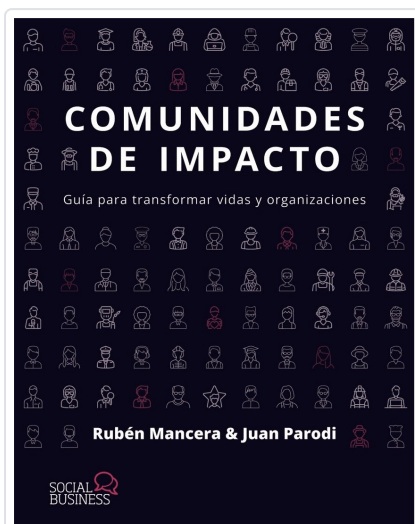


COMUNIDADES DE IMPACTO



Rubén Mancera

SINOPSIS



Editorial	ANAYA MULTIMEDIA [JBSD] COMUNIDADES
Materia	URBANAS / VIDA EN LA CIUDAD
EAN	9788441552838
Status	Disponible
Páginas	248
Tamaño	225x175x17 mm.
Peso	416
Precio (Imp. inc.)	24,95€
Idioma	Español
Fecha de lanzamiento	16/04/2026

¿Y si la revolución más poderosa del siglo XXI no fuera tecnológica sino profundamente humana? ¿Te has preguntado por qué algunas marcas inspiran devoción y otras apenas despiertan interés? ¿Por qué hay equipos que crean sin parar mientras otros se estancan en reuniones eternas?

La respuesta no está en más tecnología. En un mundo hiperconectado pero cada vez más solitario, algo esencial está despertando. Las marcas buscan propósito. Las personas, pertenencia. Y mientras todos miran hacia la inteligencia artificial, los líderes más visionarios han descubierto una ventaja imposible de replicar: comunidades que transforman.

Comunidades de impacto no es otro libro de management. Es una invitación a recordar lo esencial: que toda transformación real nace del vínculo humano. Con una narrativa tan inspiradora como práctica, revela cómo el diseño de comunidades dentro de las organizaciones está redefiniendo el futuro del liderazgo, la cultura, el marketing y la innovación.

A través de historias reales, frameworks prácticos y una mirada profundamente humana, Rubén Mancera y Juan Parodi te guían para: * Transformar la cultura empresarial en un ecosistema de bienestar. * Hacer que la innovación emerja de la participación genuina. * Crear fidelidad construyendo comunidades vivas y comprometidas. * Diseñar tu comunidad mínima viable y acompañar su evolución. * Usar storytelling como palanca de transformación. * Activar el engagement como motor colectivo de cambio.

Si sientes que tu organización necesita algo más que métricas, este libro te mostrará el camino.

Porque las empresas que dejan huella no solo venden productos. cultivan conexiones que inspiran, cuidan y perduran.

Tu comunidad te está esperando....