

Manual thinking

Autores: **Luki Huber y Gerrit Jan Veldman**
Editorial: **Empresa Activa**
Precio: **24,90 euros**
Páginas: **160**



Una herramienta para gestionar el trabajo creativo en equipo. Método creativo que utiliza Ferran Adrià en sus emprendimientos quien escribe el prólogo del libro. Vendrá acompañado de un toolkit para que el lector pueda practicar fácilmente. Mucho se habla de creatividad e innovación, pero lo cierto es que no existen muchas herramientas que nos permitan crear en equipo y hacerlo de forma tal que luego se pueda gestionar esa creatividad. Manual Thinking es una herramienta, un procedimiento diseñado para primero desarrollar todo el potencial de un equipo a través de pensar juntos con las manos. Esta es una herramienta que además permite gestionar con relativa sencillez la creatividad expresada en los talleres. El libro viene acompañado de un mapa y unas etiquetas que son las que permiten que el pensamiento manual se materialice con mayor facilidad.

Exportaciones españolas de servicios

Autor: **Juan R. Cuadrado Roura**
Editorial: **Instituto de Estudios Económicos**
Precio: **40 euros**
Páginas: **416**



Cuando en España se escribe o se habla de las exportaciones a otros países el tema se centra casi exclusivamente en los productos industriales y, dentro de los servicios, en los ingresos por turismo. Sin embargo, España exporta cada vez más servicios a otros países: transportes de todo tipo, servicios de consultoría económica y, sobre todo, técnica y relacionada con la construcción de grandes obras, finanzas y seguros, filmes y grabaciones de series para televisión, actividades relacionadas con la cultura y los deportes que desarrollan fuera de España nuestros artistas y deportistas, e incluso la prestación de servicios sanitarios y educativos. El objetivo del libro dirigido por el Prof. Cuadrado Roura ha sido, precisamente, poner de relieve la creciente importancia y variedad de servicios que las empresas españolas exportan a todo el mundo. De hecho, el turismo ha perdido peso en la estructura de las exportaciones ya que si bien sus ingresos y la llegada de turistas crecen, su peso relativo es del 46% del total de servicios y el resto corresponde a las distintas categorías ya citadas. El grupo de los 'servicios a las empresas' es el que más ha crecido en los últimos años, ya que ha pasado del 12% en 1995 al actual 23% del total.

Logística y Distribución

Autor: **Julio Juan Anaya Tejero**
Editorial: **ESIC Editorial**
Precio: **20 euros**
Páginas: **188**



No cabe duda que dentro de la logística de distribución, la gestión del transporte constituye hoy en día, uno de los aspectos más complejos y variopintos a tratar. Se puede afirmar en términos muy generales, que dentro de los costes de distribución comercial, el transporte físico de mercancías representa en torno a un 40%, lo que da una idea de su importancia económica y su repercusión en el margen comercial.

El tema del transporte por su naturaleza es uno de los conceptos más poliédricos dentro de la logística de distribución, ya que aglutina una serie de aspectos de carácter reglamentario o normativo, técnico, comercial, económico y logístico.

El autor pretende hacer asequible el contenido de los diferentes aspectos que conlleva la gestión del transporte a cualquier persona involucrada de una forma directa o indirecta en el referido mundo del transporte de mercancías, eludiendo en todo lo posible los tecnicismos y formulaciones propias de esta materia, dando así una visión práctica del problema con los ejemplos oportunos para su mejor comprensión.

La paradoja de la innovación

Autores: **Marc J. Epstein y Tony Davila**
Editorial: **Empresa Activa**
Precio: **16 euros**
Páginas: **288**



Libro original sobre innovación. Coautor español de gran prestigio mundial. Casi todas las empresas y organizaciones que han crecido lo han hecho en base a haber innovado con un producto, servicio o modelo de negocio. Esto les ha permitido ocupar un espacio económico y crecer, pero una vez que se convierten en grandes organizaciones exitosas, se produce la paradoja de la innovación, que consiste en que ya no tienen la capacidad de crear como lo hacían antes. Los autores analizan por qué se produce esto y qué puede hacerse para evitarlo o al menos reducir su impacto. Un libro imprescindible para cualquiera que quiera que su empresa siga creciendo o manteniendo el buen nivel que hasta ese momento.