

**Título:****Design thinking****Autores:** Manuel Serrano/ Pilar Blázquez**Edita:** ESIC

Las empresas se enfrentan a diario con retos y problemas en un mercado cada vez más competitivo. Para conseguir resultados óptimos es necesario equilibrar el pensamiento analítico con un pensamiento intuitivo, más creativo, visual, emocional. Este libro da una visión diferente de cómo enfocar la resolución de problemas y preparar a las empresas para descubrir de forma creativa y rápida ideas que nos sirvan de motor para innovar. Con este fin, se hace un recorrido por los primeros pensadores de

diseño y recoge conversaciones con empresas y emprendedores que están liderando la innovación con una visión a largo plazo y centrada en las personas. El propósito es propulsar un cambio en la cultura empresarial, hacer que la empresa tenga en su ADN el diseño centrado en las personas y que se trabaje de forma más creativa y colaborativa. Se exponen distintas metodologías sobre pensamiento de diseño que se aplican de forma práctica para conseguir abrir el foco de atención y generar una gran cantidad de ideas que nos lleven a nuevos productos, servicios, nuevas experiencias para el usuario y estrategias para las empresas. Por último se ofrecen algunas herramientas prácticas y se describe cómo las han utilizado empresas emprendedoras. ■

**Título:****Marketing de los servicios de la salud para no marketinianos****Autora:** María Ángeles Jiménez**Edita:** Pirámide

Hay miles de libros dedicados al marketing y a los múltiples aspectos que lo configuran, pero no hay tantos dedicados a desarrollar planteamientos sencillos y prácticos de marketing en el área sanitaria. Sin embargo, hoy en día la visión especializada del marketing aplicado a esta área tan específica es una auténtica necesidad. Esta obra busca aportar unos conocimientos mínimos de marketing y su integración en la empresa, organización o centro a profesionales sanitarios

que trabajan en el ámbito privado que no están familiarizados con el área o tienen curiosidad y expectativas de incorporar mejoras prácticas en sus planeamientos empresariales. Por ello, en este libro se establecen cuatro criterios básicos que son la explicación de conceptos generales de marketing para aplicarlos al sector sanitario, clarificar ideas para entender y planificar las herramientas de apoyo útiles en esta labor, trasladar los conocimientos a un lenguaje asequible para personas no familiarizadas con el marketing y adaptar los conocimientos y su desarrollo práctico al mercado sanitario. Con la ayuda de múltiples esquemas y ejemplos, se revisa también el papel del marketing de los centros sanitarios en la interrelación con pacientes y clientes. ■

**Título:****Negociación efectiva****Autor:** José Manuel Garaña Corces**Edita:** ESIC

La negociación de los objetivos entre las marcas de automóviles y su red oficial de concesionarios, se afronta normalmente desde la separación de funciones y la aceptación de los roles de cada uno. Durante muchos años, cada uno sabía quién mandaba y quién debía de obedecer hasta que finalmente la situación estalló y ese modelo de convivencia se hizo inasumible. Esta situación ha generado la irrupción de un nuevo modelo donde la marca y el concesionario trabajan juntos para buscar un objetivo que ahora es común.

Este libro ofrece una visión práctica y real de lo que fue el antes y el ahora en la relación de los protagonistas de una de las industrias más importantes. Las marcas comprobarán cómo un cambio de visión será más rentable desde el primer momento, mientras que los concesionarios verán cómo forman parte de un negocio más complementario, que debe vivir en una simbiosis permanente. El lector identificará situaciones reales, de problemas reales, de necesidades reales y comprobará que hay una manera más eficiente para solucionarlo. Mediante casos prácticos, situaciones profesionales, análisis de perfiles de los concesionarios y de los profesionales de las marcas, se presentan las virtudes y los beneficios de negociar los objetivos (en su amplio sentido) desde un prisma distinto. ■