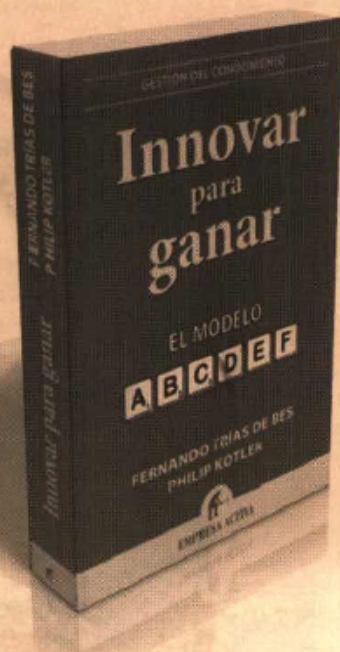


## 'INNOVAR PARA GANAR'



## Un nuevo modelo de gestión de la innovación

A través de un nuevo modelo de gestión de la innovación, válido para cualquier tipo de organización, bautizado como el modelo A-F, los autores ponen sobre el papel años de experiencia en creatividad, marketing y gestión.

Este es un libro llamado a modificar la forma de pensar la innovación en las empresas y organizaciones. Práctico y directo, se trata de un libro imprescindible para gestionar el cambio, la mejora o la innovación en cualquier área funcional.

Hoy más que nunca la innovación es necesaria no solo para ganar, sino para sobrevivir. Innovar es la primera prioridad que tenemos ahora mismo en nuestras empresas.

Innovamos o estamos llamados a desaparecer, es así de cruda la realidad. Cada día son más frágiles las barreras de entrada; la diferenciación en productos o servicios es efímera, el enfoque al cliente está muy presente ya en todas las organizaciones.

Fernando Trias de Bes es profesor asociado en el departamento de Marketing Management en la ESADE Business School en Barcelona. Es fundador de Greenlemon, una consultora especializada



Fernando Trias de Bes. / ALERTA

en innovación y de Salvetti & Llobart, una consultora especializada en Estudios de Mercado.

Es coautor del bestseller mundial *La buena suerte* y autor de otros grandes éxitos como *'El vendedor'* de tiempo y *'El libro negro del emprendedor'*. Escribe tanto ensayos como relatos y novelas. Colabora asiduamente con el suplemento económico de *'La Vanguardia'* y con *Onda Cero*.

Philip Kotler es profesor de la Kellogg School of Management (Northwestern University), y fue el primer ganador del Distinguished Marketing Educator Award (1985) otorgado por la American Marketing Association's (AMA). En 1995, Sales and Marketing Executives International (SMEI) lo nombró Marketer of the Year.

En 2002, recibió el premio Marketing Educator of the Year concedido por la Academy of Marketing Science.

Es la personalidad más reconocida en temas de marketing a nivel mundial con decenas de publicaciones en su haber. Su libro *'Marketing Management'* ha sido el libro más vendido en la historia del marketing, manual de referencia en casi todas las universidades del mundo.