

LIBROS

¿La creatividad cómo éxito económico en la sociedad?

Richard Florida analiza los cambios de las empresas

El autor norteamericano describe en su obra *La clase creativa* la aparición de una nueva clase social, aquella que usa la creatividad como elemento esencial en su día a día y muestra a las personas como fundamentales para lograr el éxito.

Es un relato revelador de los valores y de los estilos de vida que impulsarán la economía, la tecnología y las estructuras sociales del siglo XXI. De este modo, la obra es un texto esencial para entender a qué nuevos retos se enfrenta la economía mundial y la sociedad en general.

En un contexto de crisis económica, Richard Florida habla sobre la necesidad de generar nuevas ideas y mejorar el estilo de hacer las cosas para aumentar la productividad y el nivel de vida.

Contenido

En esta obra se muestra las causas por las que ciudades crecen, y otras no: la tecnología y la búsqueda de otro lugar con mayor proporción de personas con talento. Por tanto, el autor se centra en que son las empresas las que se desplazan a los lugares con personas capaces.

El libro está dividido en cinco capítulos: se estudian las relaciones entre desarrollo creativo y económico, los nuevos puestos de trabajo y el mercado laboral horizontal, las claves del tiempo libre y la comunidad o el poder de la ubicación para lograr el éxito.

Richard Florida fue designado embajador en 2009 de la Creatividad y la Innovación. Sus teorías han servido de inspiración para remodelar gobiernos regionales, municipales y estatales en todo el mundo.



JAVIER OLIVARES

do. Sin ir más lejos, sus libros también fueron leídos atentamente por el actual presidente del Gobierno, José Luis Rodríguez Zapatero. Según el autor, "Zapatero está llevando a cabo la política social más creativa del mundo".

Ya en 2005, un estudio de la Comisión Europea sobre la relevancia de la economía de la creatividad afirmaba que en la Unión Europea había seis millones de profesionales creativos que movían más del 2,6 por ciento del PIB. Hoy estas cifras han aumentado. En el caso de Estados Unidos, ciudad natal del autor, dice que esta cifra alcanza el 30 por ciento de los trabajadores en activo.



La clase creativa
Richard Florida
Ediciones Paidós
529 Páginas

Autor

Richard Florida es un experto estadounidense en geografía y crecimiento económico. Actualmente, es director del *Martin Prosperity Institute* y profesor de Negocios y Creatividad en la George Mason.

EVENTOS

El sector congresos caerá un 5% durante 2010

elEconomista

MADRID. Eventos más sencillos, orientados al contacto directo y menos a la puesta en escena o al lujo son algunas de las novedades que los organizadores de congresos prevén para este año.

El estudio de mercado que anualmente realiza el grupo eventoplus también ha desvelado que 2010 no será mejor que

2009, ya que se prevé que los ingresos del sector caigan un 5 por ciento. De hecho, la mitad de los encuestados opinan que los eventos que se cancelaron al año pasado tampoco se realizarán éste. Sin embargo, agencias y proveedores son más optimistas, ya que sólo dos de cada diez prevé un bajón en un mercado que mueve unos 6.000 millones de euros anuales.

SUDOKU

Por Agustín Fonseca

3	8	2	5	4	6	1	7	9
7	6	9	3	1	2	4	5	8
1	4	5	7	8	9	6	3	2
8	7	3	6	2	5	9	4	1
4	2	6	1	9	7	5	8	3
5	9	1	8	3	4	2	6	7
2	3	8	4	6	1	7	9	5
9	5	4	2	7	8	3	1	6
6	1	7	9	5	3	8	2	4

Cómo jugar

El Sudoku se desarrolla en un tablero dividido en nueve regiones y 81 casillas. Rellene las celdas vacías con los números del 1 al 9 de forma que ninguno se repita en cada fila, columna y cuadrado.

◀ Solución de ayer

■ Juegue en Internet en www.eleconomista.es/servicios/sudoku

	6			5				
8				4				
1	5		3		8	2		
		8		7				6
				8				
9			4			5		
	1	2		4		3		7
				6				8
				9				4

RECOMENDAMOS



La crisis de la macroeconomía
Noberto E. García Marcial Pons
192 páginas
19 euros

¿Modelo 'keynesiano' para evitar la crisis?

El autor explica que la macroeconomía predominante en 2007 no fue capaz de predecir la reciente crisis global, prevenir su impacto, desarrollar políticas para enfrentarla y generar cambios para evitar su repetición. Por tanto, la obra se centra en la situación económica y en la incapacidad de la teoría actual para entenderla y explicarla, así como el pensamiento *keynesiano*, con el que se podía haber sido evitada.



Cómo afrontar tiempos difíciles
Antonio Valls
Profit Editorial
128 páginas
11,95 euros

Claves para superar los fuertes cambios

El autor, Antonio Valls, nos presenta una obra para afrontar las crisis personales o profesionales. Una guía necesaria para aquellos que necesitan afrontar la adversidad y las contrariedades que enjaulan la vida. Por ello, explica que hay dos caminos para superar las dificultades: convertirla en crónica, o acortar la fase dolorosa inicial, para inmediatamente explorar las oportunidades que ofrecen los malos tiempos.



Marketing internacional
Varios autores
ESIC Editorial
296 páginas
20 euros

Destacar en un mercado competitivo

Marketing internacional para la expansión de la empresa analiza que las claves del éxito de hoy en los negocios reside precisamente en la adaptación y flexibilidad en un ámbito de transformaciones continuas, de progreso tecnológico y la adaptación en sector altamente competitivo. De este modo, el autor narra la importancia de conocer las ventajas competitivas y la estructura de los mercados.