

A lógica da logística

Autor: José Crespo de Carvalho
Edição: Sílabo
Portugal

Um sistema logístico é, essencialmente, um sistema de serviço. Servir bem é sempre um objectivo empresarial. Servir bem a baixo custo é, quase sempre, um sonho. A logística, neste contexto, mostra como as organizações se podem aproximar desse sonho. Sem entrar no domínio da panaceia (ou seja, sem repetir exaustivamente o chavão «serviço a baixo custo» mas procurando encontrar soluções para efectivar esse «serviço a baixo custo»), esta obra explora como se serve (mote de mercado) a baixo custo (mote do accionista) e se consegue, ainda, a satisfação da organização interna (mote dos recursos humanos e da produção).

Ao ser uma obra de síntese entre o pensamento de mercado, o pensamento financeiro e o pensamento organizacional, o autor apresenta a logística como a melhor ponte, ou raciocínio de fronteira, entre estas três lógicas diferenciadas. Este novo trabalho de José Crespo de Carvalho, docente do ISCTE e director do INDEG/ISCTE – que explica de forma clara e amadurecida como se desenvolve o raciocínio e que tipo de pensamento está subjacente ao desenvolvimento desta área empresarial –, interessa a estudantes e profissionais das áreas de gestão, economia, engenharia e outras afins, constituindo um compêndio fundamental a todos quantos pretendam estudar ou desenvolver a sua actividade profissional na área da logística ou em relacionamento directo com ela.



Estratégias logísticas
Como servir o cliente a baixo custo

Autores: José Crespo de Carvalho e Eurico Brilhante Dias
Edição: Sílabo
Portugal

Esta obra aborda um conjunto de temas de grande actualidade e interesse para a gestão empresarial:

- explora o conceito de logística e o acréscimo de valor por gestão da fronteira;
- interrelaciona logística e estratégia e constrói os pilares do raciocínio logístico estratégico;
- aborda o cliente/consumidor na perspectiva de serviço;
- apresenta o quadro conceptual dos movimentos colaborativos mais expressivos na área logística; e
- ruma ao contexto da *e-logistics* e sintetiza os impactos das decisões logísticas sobre a performance financeira, bem como a necessidade de estender o raciocínio logístico à componente negocial do *procurement*, em sentido lato.

Pela sua novidade e arquitectura recentes, este manual contribui para alimentar a criação e recriação de mais conhecimento e mais maturidade na área da logística, disponibilizando aos profissionais, docentes e alunos do ensino superior e politécnico das áreas de economia, gestão e engenharias, conceitos e técnicas que permitirão ter melhores organizações com mais e melhor logística e mais e melhor estratégia.

Sítio recomendado para encomendas de livros portugueses na Web:
www.byblos.pt



Sucesso «made in Brasil»

Autor: Martin Escobari
Edição: Campus
Brasil

Com tradução para inglês ainda este ano, o livro deste empreendedor pioneiro na Web brasileira (co-fundador da Submarino.com e presidente da Officenet do Brasil) e doutorado em Economia por Harvard, aborda 10 casos de sucesso num ambiente turbulento tipicamente latino-americano: o Brasil. Segundo Martin Escobari, as manobras estratégicas aplicadas no Brasil são válidas para ambientes similares em economias emergentes e contém muitos ensinamentos para períodos de crise. "A gestão em ambiente de turbulência não tem nada a ver com o que vem descrito nos livros", sublinha Martin.

Os 10 casos estudados foram a AmBev (cervejeira, que co-lidera um grupo mundial), Natura (cosméticos), Embraer (aviões, controla 40% do mercado global de jactos regionais), Banco Itaú (grupo familiar, o banco mais lucrativo do Brasil), Aracruz (papel e celulose), Pão de Açúcar (distribuição, grupo familiar), Sabó Retentores (componentes de automóvel, grupo familiar), ALL (transporte ferroviário, empresa nascida das privatizações), Votorantim (conglomerado familiar com actuação nos cimentos) e Promon (empresa de engenharia).

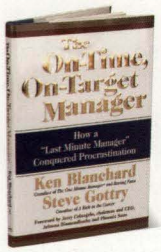
O livro define 7 regras *made in Brasil*: espera activa; oportunidades de ouro e ameaças de morte súbita; execução em tempo competitivo; pesca submarina; hierarquia flexível; organização conectada; e liderança na turbulência (uma trilogia a cultivar: paciência, reconhecer o que não se sabe; e capacidade de man-

ter cabeça fria quando os outros entram em pânico).

Na Web em: *www.sucessomadeinbrasil.com.br*

FGV

FGV Editora
Sector de Vendas
Tel. (0021) 2559-5542
0800-21-7777 / Fax: (0021) 2259-5532
E-mail: editora@fgv.br
www.editora.fgv.br

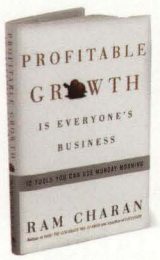


The on-time, on-target manager

How a «last-minute» manager conquered procrastination

Autor: Ken Blanchard
Edição: HarperCollins Publishers
EUA

Esta nova obra de Ken Blanchard assenta que nem uma luva à cultura de gestão portuguesa, muito marcada pela atitude do «deixa-andar» e de soluções «em cima do joelho». A obra *The On-Time, On-Target Manager* é a história de Bob, um típico gestor de nível médio que deixa tudo para fazer para a última da hora. Em resultado, falha sempre os prazos por causa da sua falta de focalização nas tarefas importantes. Como muitos profissionais da sua área, Bob tenta racionalizar e justificar a sua conduta. Acaba por ser enviado para o "Chief Effectiveness Officer" da empresa para o ajudar a melhorar o seu comportamento, atacando três efeitos negativos: a falta de pontualidade, a pobre qualidade de trabalho e causar stresse a si próprio e aos outros. Com esta parábola, Blanchard descreve estratégias práticas que qualquer profissional pode aplicar para a melhoria do seu desempenho.

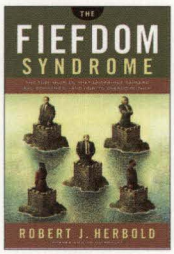


Profitable growth is everyone's business

10 tools you can use monday morning

Autor: Ram Charam
Edição: Crown Publishing Group
EUA

O crescimento da empresa, para Ram Charan, consultor de algumas das 500 maiores empresas da *Fortune*, é matéria que diz respeito a todos os colaboradores e não apenas às forças de vendas ou à gestão de topo. Se todos participam na redução de custos, também participam na agenda de crescimento da empresa. Nesta perspectiva, Ram Charan explica nesta obra algumas das ideias e técnicas postas em prática em várias empresas ao redor do globo, com o intuito de obter um retorno de investimento lucrativo. São uma série de pequenos melhoramentos quotidianos que lançam os alicerces para um crescimento sustentado.



The fiefdom syndrome

Autor: Robert J. Herbold
Edição: Doubleday & Company
EUA

Um dos obstáculos ao crescimento saudável de uma organização são os «feudos» que se criam dentro das estruturas organizacionais. Este livro escrito por Robert J. Herbold descreve a sua experiência de líder dos processos de mudança organizacional que operou na Microsoft, na IBM e na Procter & Gamble. O autor descreve como surgem os «feudos» e as sete técnicas a aplicar para os eliminar. Todas as estratégias são ilustradas com casos práticos, que aconteceram na realidade, como por exemplo, nos bastidores de Bill Gates e da Microsoft.

Sítio recomendado para encomendas de livros internacionais na Web:
www.janelanaweb.com

