

INDICE

Introducción	IX
1. Tipos de Innovación.	1
Varios tipos en diversos frentes	
Innovación incremental y radical	2
Factores que favorecen la innovación incremental	6
Innovaciones de procesos	8
Innovaciones en los servicios	11
Resumiendo	13
2. La Curva S	15
El concepto y sus Conclusiones	
La explicación de la curva S	16
Tres conclusiones	20
¿Cuál es la posición de su empresa en la curva S?	27
Limitaciones de estas conclusiones	28
Resumiendo	28
3. Generación de Ideas.	31
Dejar que el Genio Salga de la Lámpara	
Nuevos conocimientos	32
Recoger las ideas de los consumidores	33
Aprender de los usuarios más importantes	35
Diseño empático	36
Fábricas de inversión y laboratorios de experimentación	39
Innovación en el mercado abierto	42
El papel de la preparación mental	44
¿Qué puede hacer la dirección para fomentar la generación de ideas?	46
Dos técnicas para generar ideas	50
Resumiendo	54
4. Reconocer las Oportunidades.	57
No dejar escapar las buenas oportunidades	
Un método para reconocer las oportunidades	60
Evaluación aproximada de la oportunidad de negocio	62
Resumiendo	64
5. Llevar la Innovación hasta el Mercado.	67
¿Funcionará?	
El embudo de las ideas	68
Sistemas stage – gate	71
Una advertencia con respecto a los sistemas de canalización y stage – gate	74
Cuestiones financieras	75
Extender la innovación por medio de plataformas	82
Resumiendo	84
6. Creatividad y Grupos Creativos	87
Dos claves para la innovación	
Mitos sobre las creatividad	88
Tres componentes de la creatividad individual	90
Características de los grupos creativos	93
Cómo abordar los conflictos en grupos	100

La presión del tiempo y la creatividad	103
Seis pasos para aumentar su propia creatividad	105
Resumiendo	106
7. Realzar la Creatividad.	109
Enriquecer la Organización y el Lugar de Trabajo	
Enriquecer la organización	110
Enriquecer el espacio físico de trabajo	121
Resumiendo	123
8. El Papel de los Líderes.	127
Hacer algo diferente	
Desarrollar una cultura que favorezca la innovación	128
Definir la dirección estratégica	132
Involucrarse en la innovación	133
Mostrarse abierto, pero escéptico	135
Mejorar el proceso de comercialización de la idea generada	136
Aplicar la cartera de pensamiento	137
Asignar la responsabilidad a las personas adecuadas	140
Crear una organización ambidestra	141
Resumiendo	142
Apéndice A. El valor tiempo del dinero	143
Apéndice B. Herramientas útiles de implementación	159
Notas	167
Glosario	171
Lecturas adicionales	175
Acerca del asesor del libro	179
Acerca del autor	180