

# Índice

<b>Introducción</b> .....	<b>IX</b>
<b>1. Tipos de innovación</b> .....	<b>1</b>
<i>Varios tipos en diversos frentes</i>	
Innovación incremental y radical .....	2
Factores que favorecen la innovación incremental .....	6
Innovaciones de procesos .....	8
Innovaciones en los servicios .....	11
Resumiendo .....	13
<b>2. La curva S</b> .....	<b>15</b>
<i>El concepto y sus conclusiones</i>	
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
<b>3. Generación de ideas</b> .....	<b>31</b>
<i>Dejar que el genio salga de la lámpara</i>	
Nuevos conocimientos .....	32
Recoger las ideas de los consumidores .....	33
Aprender de los usuarios más importantes .....	35
Diseño empático .....	36
Fábricas de invención 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

<b>4. Reconocer las oportunidades</b> .....	<b>57</b>
<i>No dejar escapar las buenas oportunidades</i>	
Un método para reconocer las oportunidades .....	60
Evaluación aproximada de la oportunidad de negocio. . . .	62
Resumiendo .....	64
<b>5. Llevar la innovación hasta el mercado</b> .....	<b>67</b>
<i>¿Funcionará?</i>	
El embudo de las ideas .....	68
Sistemas <i>stage-gate</i> .....	71
Una advertencia con respecto a los sistemas de canalización y <i>stage-gate</i> .....	74
Cuestiones financieras. ....	75
Extender la innovación por medio de plataformas. ....	82
Resumiendo .....	84
<b>6. Creatividad y grupos creativos</b> .....	<b>87</b>
<i>Dos claves para la innovación</i>	
Mitos sobre la 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
<b>7. Realzar la creatividad</b> .....	<b>109</b>
<i>Enriquecer la organización y el lugar de trabajo</i>	
Enriquecer la organización .....	110
Enriquecer el espacio físico de trabajo. ....	121
Resumiendo .....	123
<b>8. El papel de los líderes</b> .....	<b>127</b>
<i>Hacer algo diferente</i>	
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
<b>Apéndice A: El valor tiempo del dinero . . . . .</b>	<b>143</b>
<b>Apéndice B: Herramientas útiles de implementación . . . . .</b>	<b>159</b>
<b>Notas . . . . .</b>	<b>167</b>
<b>Glosario . . . . .</b>	<b>171</b>
<b>Lecturas adicionales . . . . .</b>	<b>175</b>
<b>Acerca del asesor del libro . . . . .</b>	<b>179</b>
<b>Acerca del autor . . . . .</b>	<b>180</b>