

Índice

Introducción	IX
1. Tipos de innovación	1
<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
2. La curva S	15
<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
3. Generación de ideas	31
<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

4. Reconocer las oportunidades	57
<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
5. Llevar la innovación hasta el mercado	67
<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
6. Creatividad y grupos creativos	87
<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
7. Realzar la creatividad	109
<i>Enriquecer la organización y el lugar de trabajo</i>	
Enriquecer la organización	110
Enriquecer el espacio físico de trabajo.	121
Resumiendo	123
8. El papel de los líderes	127
<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
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