
El Dilema De Los Innovadores

Los innovadores
Estrategia Bonsái
Próximo management, El
Dilema De Los Innovadores (Nueva Edición)
Wege statt Irrwege
Elon Musk (edición en español)
Personas innovadoras, organizaciones vivas
Con premio incluido!
Qué haremos cuando las máquinas lo hagan todo
El RESUMEN--Dilema De Los Innovadores
La economía WTF
El arte de la guerra entre empresas
Trespuntos
El arte de la guerra para la pequeña y mediana empresa
Inteligencia creativa
Tecnología e innovación en la empresa
El libro rojo de la innovación (con introducción de Ferran Adrià)
La Solución de los innovadores
El canvas de la innovación
Reflotando Empresas
¿Cuarta revolución industrial? Contribuciones tecnosociales para la transformación social
RESUMEN - Dilema De Los Innovadores, El: Cuando Las Nuevas Tecnologías Pueden Hacer Fracasar A Las Grandes Empresas por Clayton M. Christensen
Besser als der Zufall
Clientes.com
Guía del innovador para crecer
La próxima guerra mundial
Der Blaue Ozean als Strategie
La Economía de la Experiencia
The Innovator's Dilemma
Usos estratégicos de las TIC
The Art of the Start
El Dilema Del Directivo
Remuneraciones Estratégicas
El arte de la buena vida
Innovación, innovadores y empresa innovadora
El dilema de los innovadores: cuando las nuevas tecnologías pueden hacer fracasar a las grandes empresa
Solución De Los Innovadores, La
La dirección de empresas ante los retos del siglo XXI

HAILIE MATA

Los innovadores Editorial Almuzara

The Art of the Start Dieser äußerst praktische Ratgeber behandelt alle wichtigen Punkte, die man bei der Gründung einer Organisation, ob Unternehmen oder Non-Profit-Initiative, bedenken muss. Guy Kawasaki weiß dabei aus eigenen Erfahrungen, dass die Gründung weniger eine Wissenschaft als vielmehr eine Kunst ist. In elf Kapiteln stellt er dar, wie man die Kunst der Gründung erlernt mit dem Ziel, die Dinge von vornherein „richtig anzupacken“. Guy Kawasaki schreibt leichtgängig und humorvoll. FAQs, zahlreiche Übungen und Checklisten werden effektiv eingesetzt und geben Orientierung bei der Umsetzung. Gängige Überzeugungen widerlegt er mit persönlichen Erfahrungen und verdichtet sie zu ganz konkreten Empfehlungen. Jedes Kapitel beginnt mit einer Quintessenz. Hilfreiche „Minikapitel“ gehen auf viele „nebensächliche“ Dinge ein wie „Die Kunst, gute PowerPoint-Präsentation zu erstellen“, „Die Kunst des Netzwerkers“ oder „Die Kunst, ein guter Redner zu sein“.

Estrategia Bonsái Editorial Norma

Este libro está escrito principalmente para los directivos que afrontan grandes cambios en su entorno. Este libro proporciona a los directivos una oportunidad para salir de la actividad del día a día, valorar si su organización está atrapada en compromisos del pasado y desarrollar un plan de acción concreto para sacarla del bache. Cada capítulo contiene ejemplos de la vida real extraídos de la exhaustiva investigación que ha realizado el autor tanto de pequeñas empresas como de grandes firmas, empresas públicas y privadas, de alta o baja tecnología, y de entre una gran variedad de industrias y países. A lo largo del libro, el autor ha incluido ejercicios, pruebas de diagnóstico, herramientas, listas de errores comunes, preguntas útiles y pequeños consejos: todos obtenidos de la investigación, respaldados por lo leona y, lo más importante, comprobados en el mundo real con directivos reales.

Próximo management, El Grupo Planeta (GBS)

Si la innovación es transformar ideas y conocimientos en productos, procesos o servicios mejorados para el mercado, satisfaciendo de esta forma las necesidades y expectativas de personas, empresas y sociedad en general, resulta evidente que son precisamente las personas el centro de todo el proceso. Esto es así tanto desde el punto de vista de la salida del proceso como en el de entrada, ya que implica al conocimiento que desarrollan las personas. Personas y conocimiento son el tándem que hace posible la innovación. Con esta premisa y con la persona en el centro, podemos analizar cómo influye en el proceso de innovación y cómo es influida por el mismo. Se hace un repaso a las características de las personas innovadoras, las competencias básicas que conviene reunir, así como la forma de desarrollar dichas competencias. Dado que el proceso de innovación es básicamente en equipo, también habrá que definir las características de dichos equipos y el tipo de liderazgo más adecuado para los equipos de innovación. Todo ello desde una premisa inicial, cual es la propia cultura innovadora de la organización, y que servirá de base para todo lo anterior. Un tema que suele pasar desapercibido es el referente a la recompensa de las personas y equipos de innovación.

También este apartado hay que incluirlo, ya que nos referimos a la innovación enfocada a las personas.

Dilema De Los Innovadores (Nueva Edición) Ediciones Granica

Una guía fundamental para los directivos y empresarios que quieren impulsar la innovación de su organización. En tiempos de incertidumbre como los que estamos viviendo, directivos y empresarios se enfrentan al reto de innovar y transformar sus organizaciones, y para ello es necesario explorar nuevos caminos y contar con herramientas realmente eficaces. El restaurante elBulli y Ferran Adrià son un referente mundial en creatividad, y Marcel Planellas ha estudiado sus procesos de innovación hasta convertirlos en una metodología útil y práctica de aplicación en cualquier proyecto profesional o empresarial. El libro rojo de la innovación no es un libro blanco de análisis, ni un libro azul de propuesta, es un libro rojo para pasar a la acción, para ayudarles a impulsar la innovación de sus empresas y prepararlas para los retos del futuro. «Este libro rojo es una invitación para pasar a la acción, para lanzarte a realizar la Auditoría de la Innovación de tu empresa. ¡Al ataque!». Ferran Adrià, elBullifoundation Reseñas: «Siempre he admirado la capacidad de Ferran Adrià para innovar e inspirar. En este libro Marcel Planellas hace un análisis 360º del caso de elBulli y nos muestra cómo aplicar la Auditoría de la Innovación, una herramienta para que todos podamos innovar en nuestras organizaciones». José Andrés, Chef y fundador de la ONG World Central Kitchen. «El profesor Marcel Planellas y Ferran Adrià han elaborado un brillante manifiesto de la innovación. Aquí está todo: métodos, modelos, cultura, creatividad y pasión, deliciosamente ilustrado y claramente explicado». Henry Chesbrough, Profesor de la Universidad de Berkeley «Cualquier empresa, grande o pequeña, que utilice la Auditoría de la Innovación puede mejorar la eficiencia, la eficacia y los resultados». Michelle Greenwald, ex vicepresidenta senior de Disney y consultora. «Este es un libro diferente de los tradicionales manuales de gestión. Marcel Planellas entrelaza tres libros en uno, con una muy útil sorpresa final». Koldo Echebarria, Director General de ESADE

Wege statt Irrwege Ediciones Granica

La tercera edición de la colección "Así habla el Externado" examina el impacto que las tecnologías disruptivas y la transformación digital están teniendo sobre el conjunto de la sociedad, bajo una lente humanista e interdisciplinar; propia de nuestra institución. La Cuarta Revolución Industrial (4RI), que ha permeado todos los campos de la actividad humana y la sociedad, ofrece la inmensa oportunidad de reducir las brechas de conocimiento e ingreso económico y generar progreso social y democrático, pero puede también tener el efecto contrario. El lector y la lectora encontrarán en estos cuatro tomos reflexiones valiosas, en sus 74 escritos, para comprender en todo su alcance estas innovaciones y poder contribuir así a la construcción de realidades cada vez más incluyentes y participativas. Los avances tecnocientíficos de los últimos años han desencadenado una serie de fenómenos que constituyen lo que muchos han identificado y denominado como la "Cuarta Revolución Industrial" (4RI). Pese a la importancia de estos fenómenos y de sus efectos en las múltiples dimensiones de la sociedad, el debate sobre los mismos se ha concentrado principalmente en torno a la esfera económica, discutiendo temas de productividad y competitividad. En ese marco, este tomo ofrece una lectura alternativa y complementaria de la incidencia de los cambios

tecnocientíficos que pueden ubicarse bajo la sombrilla de la 4RI. Con este propósito el presente volumen aborda, mediante un conjunto de diecinueve trabajos organizados en seis secciones, temas como la participación política, la infancia, la educación, la biotecnología, las migraciones o el género, entre otros. Los estudios que acá se presentan ofrecen profundas reflexiones en las materias que cada uno trata, y señalan la necesidad de seguir avanzando en la comprensión de la 4RI.

Elon Musk (edición en español) Grupo Nelson

Al leer este resumen, descubrirá las razones por las que las empresas tienen dificultades con ciertas innovaciones y las estrategias que pueden ayudar a superarlas. También descubrirá que : las innovaciones disruptivas cambian fundamentalmente las reglas de un mercado los principales principios de la gestión empresarial no pueden aplicarse a todos los contextos una serie de retos se interponen en el camino del desarrollo de la tecnología disruptiva por parte de las empresas establecidas; para superarlos, es necesario adaptarse mediante una nueva estructura. Se trata de una observación sorprendente: las empresas sólidas y de éxito, que han demostrado su capacidad de innovación en el pasado, suelen encontrarse con un fracaso brutal cuando se enfrentan a tecnologías que revolucionan su mercado. Esto no se debe a una falta de habilidades por su parte. Al contrario, es su escrupuloso respeto de las normas de gestión lo que les impide adaptarse a tiempo. Esta paradoja requiere un nuevo enfoque que tenga en cuenta las especificidades de ciertas innovaciones.

Personas innovadoras, organizaciones vivas Ediciones Granica

El dilema de los innovadores presenta una serie de principios para lograr capitalizar el fenómeno de la innovación disruptiva. Estos principios ayudarán a los managers a determinar en qué ocasiones resulta más adecuado no escuchar a sus clientes y cuándo invertir en el desarrollo de productos de escaso rendimiento que proporcionen inicialmente márgenes reducidos. Es imposible no apreciar la huella de Christensen en el éxito de empresas como Uber o Netflix, y representa a su vez una suerte de biblia para muchos de los ejecutivos y emprendedores de Silicon Valley. Era el único libro sobre negocios que Steve Jobs tenía en su biblioteca y recomendaba leer. Reed Hastings, fundador de Netflix, utilizó los preceptos del libro de Christensen con su equipo. Jeff Bezos, fundador de Amazon, insta siempre a sus ejecutivos a leer El dilema de los innovadores y su secuela, La solución del innovador, también publicada por Granica. El fundador de Intel, Andy Grove, dijo en 1997 que este libro era el más importante que había leído en diez años. La revista The Economist lo señaló como uno de los seis mejores libros de management jamás escritos.

Con premio incluido! Ediciones Granica S.A.

La Revolución Digital está generando cambios en todos los ámbitos de nuestra vida, en particular en los relacionados al trabajo: nuevos empleos y gestión de equipos más ágiles y colaborativos, nuevas habilidades y competencias requeridas. En forma concomitante, las expectativas de las personas también están cambiando. Bernardo Hidalgo e Ignacio Ros afrontan estos desafíos, ofreciendo una visión clara y abarcadora de todas las dimensiones que un programa de Recompensa Total debe incluir, incluyendo su flexibilidad e integralidad.

Qué haremos cuando las máquinas lo hagan todo DEBATE

Andar a oscuras es peligroso, no saber adónde uno se dirige también, así como creer que las trayectorias de vida son lineales y determinadas es un grave error. La felicidad y la frustración,

tanto para las personas como para las empresas, dependen de establecer objetivos anhelados, planificar las acciones atinadas para alcanzar los deseos y ejecutarlas con precisión y constancia. En esto no hay distinción de tamaños, todas las firmas deben pensar, soñar, planificar y actuar. La mayor parte deberá conservar celosamente los espacios alcanzados, generalmente pequeños y especializados; a ellos les corresponderá trazar Estrategias Bonsái.

El RESUMEN--Dilema De Los Innovadores Ediciones Díaz de Santos

Dilema De Los Innovadores (Nueva Edición)Ediciones Granica

La economía WTF Plassen Verlag

Retorno de la Inversion al lector -Descubra las formulas del exito de las companias lideres del mercado. -Conozca los factores criticos para abordar un emprendimiento de e-commerce. -Incorpore las tecnicas para fomentar la lealtad del cliente. Todo comienza con los clientes. O al menos, ese es el lema que siguieron varias empresas pioneras en comercio electronico. Y esta filosofia, en todo caso, les dio sus resultados: hoy companias como Amazon, Cisco Systems y Dell Computer, entre otras, son lideres del mercado simplificando la vida a sus clientes. La obra de Patricia Seybold - una de las personas con mas trayectoria en la consultoria de e-commerce en aspectos de management, marketing, ventas y soporte al cliente - muestra como las grandes empresas de la Fortune 500 y tambien las empresas mas pequenas han creado iniciativas de comercio electronico que las colocan a la vanguardia de sus competidores. A traves de esta obra, Seybold se situa detras de escena y estudia las practicas que aplicaron muchas firmas pioneras para disenar estrategias de comercio electronico que acentuara la lealtad de sus clientes. Cual es la formula del exito? "Que sea facil hacer negocios con su empresa," sentencia la especialista.

El arte de la guerra entre empresas Dilema De Los Innovadores (Nueva Edición)

Zum Inhalt Christensens wegweisendes Werk „The Innovator’s Dilemma“ erschien 1997 und zählt heute zu den wichtigsten Managementbüchern überhaupt. Der New York Times Bestseller wurde in über zehn Sprachen übersetzt und erhielt zahlreiche Auszeichnungen. Unternehmen scheitern aus vielen Gründen. Dass führende Unternehmen aber scheitern, weil sie im Grunde alles richtig machen, klingt paradox. Und doch erweisen sich die klassischen Erfolgsfaktoren wie Kunden-, Ertrags- und Wachstumsorientierung bei disruptiven Innovationen als geradezu gefährlich und existenzbedrohend. Anhand von Erfolgen und Fehlschlägen führender Unternehmen präsentiert „The Innovator’s Dilemma“ Regeln für einen gelungenen Umgang mit dem Phänomen bahnbrechender Innovationen. Diese Regeln werden Managern helfen zu entscheiden, wann es sinnvoll ist, sich nicht nach den Kundenwünschen zu richten, in weniger leistungsfähige Produkte mit geringeren Margen zu investieren oder in noch kleine, aber wachstumsstarke Marktsegmente zu stoßen. Das Buch zeigt die „Unlogik“ von disruptiven Innovationen auf und will zugleich Orientierung stiften, um Unternehmen – den etablierten wie den jungen – den Weg zum wirklich Neuen zu ebnet. „Die Beschäftigung mit Christensens Ideen ist für Praktiker wie Wissenschaftler gleichermaßen gewinnbringend.“ FAZ vom 27.12.2011

Trespuntos Editorial AMAT

La inteligencia artificial ha dejado de ser ciencia ficción y ha pasado a ser parte de tu día a día. Está en tu edificio, en tu casa, en tu oficina, en tu móvil: Siri, Waze, Netflix, Cortana... Además de ofrecerte entretenimiento basado en tus gustos, los sistemas que funcionan con esta tecnología ya

pueden conducir tu coche, diagnosticar pacientes médicos o administrar tus finanzas de manera más efectiva que los humanos. Qué haremos cuando las máquinas lo hagan todo responde muchas de las preguntas que te planteas sobre el futuro del trabajo y hacia dónde vamos tanto los individuos como las compañías. Es una guía de referencia para entender, sin tener conocimientos tecnológicos, qué es la inteligencia artificial (IA), qué usos y aplicaciones tiene, qué impacto tendrá en nuestros negocios y, sobre todo, cómo podemos aprovecharla para crear una ventaja comercial sostenible y seguir siendo competitivos. El impulso de la IA es la gran historia de nuestro tiempo. Aquellos que tengan éxito en la próxima fase de la economía digital no serán los que creen nuevas máquinas sino los que aprendan a saber qué hacer con ellas y a aprovechar todo su potencial para ponerlo al servicio de los humanos. Qué haremos cuando las máquinas lo hagan todo te abrirá las puertas para ese futuro que cada día es más presente.

El arte de la guerra para la pequeña y mediana empresa CONECTA

Desde la Antigüedad, la gente se ha preguntado qué significa vivir una buena vida. ¿Cómo debo vivir? ¿Qué rol juega el destino? ¿O el dinero? ¿Es la felicidad un estado mental, o se trata más bien de alcanzar ciertas metas? ¿Es mejor buscar la felicidad o solo evitar la infelicidad? Las respuestas son siempre decepcionantes. ¿Por qué? Porque el camino único hacia la felicidad no existe. El mundo es demasiado complicado; necesitamos modelos mentales para entenderlo. En *El arte de la buena vida* encontrarás 52 atajos intelectuales para pensar sabiamente y tomar mejores decisiones en tu vida personal y laboral. Tal vez no te garanticen una buena vida, pero sí te darán una mejor oportunidad de alcanzarla.

Inteligencia creativa Bubok

"Las tecnologías de la información y de las comunicaciones ya no son sólo una herramienta de automatización de los procesos y de mejora de la productividad de las empresas y de las personas, sino que están transformando negocios y sectores industriales, incorporando valor a los productos, creando bienes y servicios nuevos... Este libro, elaborado a partir de las entradas del autor en el blog de los estudios de Informática, Multimedia y Telecomunicación de la UOC, contiene, con un estilo ameno, a veces irónico y siempre útil, un conjunto de reflexiones, ejemplos y recomendaciones valiosas para informáticos y no informáticos, para directivos y trabajadores del conocimiento, para estudiantes y profesionales."

Tecnología e innovación en la empresa Ediciones Granica S.A.

Existe innovación sin innovadores? ¿Puede ser innovadora una empresa sin innovadores? ¿Se puede implantar en una empresa una dinámica innovadora donde no existía? ¿La innovación hace al innovador o viceversa? ¿Qué papel juega en todo esto el empresario? ¿Y el emprendedor? A estas o similares preguntas se enfrentan los profesionales relacionados con el proceso de la innovación. A estas preguntas se enfrenta este libro. Este trabajo trata de dar respuesta a una de las máximas que parece estar presente en cualquier discusión actual, más aún en plena explosión de la crisis (2010), ¿es la innovación la que ayudará fundamentalmente a la superación de la misma? Por otra parte, se enfoca a la particular situación española y, todavía más, a la de las pymes y micropymes, pues son el 95 por ciento del tejido empresarial español. Esta es la realidad tozuda en la que nos encontramos y no la de las empresas con gran capacidad innovadora (Telefónica es el 25 por ciento del gasto en I+D del total gasto civil español). No nos podemos sustraer a esta particularidad y

hacer el discurso genérico de la I+D+i, de la necesidad de invertir en I+D+i, etc. No vale el discurso indiferenciado ya que la realidad española es diferente. Es necesario buscar soluciones que se puedan aplicar en el corto plazo y a cada una de las realidades presentes.

El libro rojo de la innovación (con introducción de Ferran Adrià) Ediciones Granica S.A.

Lo vemos a diario, el mundo se está transformando a una velocidad fascinante, las nuevas tecnologías están cambiando el modo de trabajar, los negocios y la economía. Todo el mundo busca nuevos modelos de negocios, ninguna empresa es inmune a la disrupción. ¿Qué ocurrirá en el futuro cuando el trabajo sea realizado por máquinas inteligentes en vez de por personas? ¿Cuáles son los retos laborales a los que nos enfrentamos con la nueva economía bajo demanda? Uber y Airbnb no son más que algunos ejemplos de la creciente búsqueda por parte de los clientes de servicios a la carta. ¿Cómo se transformará la naturaleza del trabajo una vez sea dirigido por algoritmos, big data y robots? Todo lo que pueda ser digitalizado o automatizado, lo será. ¿Cómo afectará todo esto a nuestro modelo educativo? Las nuevas exigencias implicarán mayor atención a la tecnología y a la ciencia, pero también a la creatividad. Estas son algunas de las cuestiones que plantea O'Reilly en su interesante y novedoso libro. Hemos de prepararnos para este desafío, hemos de adaptarnos a los cambios fundamentales en nuestra manera de organizarnos y hemos de desarrollar nuevas modalidades de trabajo. Y ahora es el momento, porque las grandes transformaciones están todavía por llegar.

La Solución de los innovadores Grupo Planeta (GBS)

Annotation Incompetence, lack of motivation, toxic employees and lack of authority are some of the dilemmas that directly impact the development and performance of activity that middle manager face every day in the management of employees.

El canvas de la innovación DEBATE

Das Buch ist ein globales Phänomen. Es wurde 3,5 Millionen Mal verkauft, in rekordverdächtigen 43 Sprachen publiziert und ist auf 5 Kontinenten zum Bestseller geworden. Nun ist es in einer aktualisierten und erweiterten Auflage neu erschienen. - Der internationale Bestseller: Jetzt mit neuem Vorwort, neuen Kapiteln und aktualisierten Fallstudien - Ein Bestseller auf 5 Kontinenten - Weltweit mehr als 3,5 Millionen Bücher verkauft - In 43 Sprachen übersetzt - Ein Wall-Street-Journal-, Businessweek- und Fast-Company-Bestseller Der von Organisationen und Branchen auf der ganzen Welt hochgeschätzte Bestseller stellt alles in Frage, was wir bisher über die Voraussetzungen strategischen Erfolgs zu wissen glaubten. Der Blaue Ozean als Strategie, vertritt die Ansicht, dass ein brutaler Konkurrenzkampf nur dazu führt, dass sich die Konkurrenten in einem blutrot gefärbten Ozean um rapide schwindende Gewinnmöglichkeiten streiten. Basierend auf der Untersuchung von mehr als 150 strategischen Schachzügen (im Lauf von mehr als 100 Jahren und in mehr als 50 Branchen) vertreten die Autoren die Ansicht, dass nachhaltiger Erfolg nicht auf verschärftem Konkurrenzkampf, sondern auf der Eroberung »Blauer Ozeane« beruht: der Erschließung neuer Märkte mit großem Wachstumspotenzial. Der Blaue Ozean als Strategie präsentiert einen systematischen Ansatz, wie man Konkurrenz irrelevant macht, und legt Prinzipien und Methoden vor, mit der jede Organisation ihre eigenen Blauen Ozeane erobern kann. Diese erweiterte Auflage enthält: - Ein neues Vorwort der Autoren: Hilfe! Mein Ozean färbt sich rot. - Aktualisierungen der in dem Buch behandelten Fälle und Beispiele, indem ihre Geschichte bis in die Gegenwart

weitervorgeht wird. - Zwei neue Kapitel und ein erweitertes drittes Kapitel: Ausrichtung, Erneuerung und Red Ocean Traps. Sie behandeln die wichtigsten Fragen, die die Leser in den vergangenen zehn Jahren gestellt haben. Der bahnbrechende Bestseller stellt das bisherige strategische Denken auf den Kopf und entwirft einen kühnen neuen Weg in die Zukunft. Hier können Sie lernen, wie man neue Märkte erschließt, auf denen Konkurrenz noch keine Rolle spielt. "Das ist ein extrem wertvolles Buch." Nicolas G. Hayek, Verwaltungsratspräsident, Swatch Group "Ein Muss für Manager und Wirtschaftsstudenten." Carlos Ghosn, Präsident und CEO, Nissan Motor Co., Ltd. "Die Strategien von Kim und Mauborgne sind nicht nur neu, sondern auch praxisnah. Wir haben sie in unserem Unternehmen mit großem Erfolg umgesetzt." Patrick Snowball, Chief Executive, Norwich Union Insurance Wenn Sie mehr über die innovative Kraft des Buches wissen wollen, besuchen Sie blueoceanstrategy.com. Dort finden Sie alle Mittel, die Sie brauchen: praktische Ideen und Fallbeispiele aus staatlichen Unternehmen und der Privatindustrie, Lehrmaterial, Mobile Apps, aktuelle Updates sowie Tipps und Tools, mit denen Sie Ihre Reise auf dem Blauen Ozean erfolgreich gestalten können.

Related with El Dilema De Los Innovadores:

© [El Dilema De Los Innovadores Unilever Planet And Society Commitment](#)

© [El Dilema De Los Innovadores Unit 10 Circles Inscribed Angles Answer Key](#)

© [El Dilema De Los Innovadores Uniqlo Self Checkout Technology](#)

[Reflotando Empresas](#) Universitat de València

El ADN del innovador, de Jeff H. Dyer, Hal B. Gregersen y Clayton M. Christensen, incide sobre la innovación disruptiva para mostrar cómo se pueden desarrollar las habilidades necesarias que permitan consolidar con éxito cualquier proyecto, desde la concepción de una idea hasta su culminación. Mediante la identificación de las características propias de algunos de los mejores innovadores del mundo -como los fundadores de Amazon, Apple, Google, Skype y el grupo Virgin-, los autores destacan cinco habilidades que distinguen a los empresarios y directivos innovadores del ejecutivo corriente: Asociación· Cuestionamiento· Observación· Networking· Experimentación Una vez dominadas estas competencias, los autores explican cómo puede concebir nuevas ideas, colaborar con colegas para implementarlas y crear habilidades de innovación que potencien la competitividad de su organización. Esta ventaja innovadora puede traducirse en un significativo incremento del valor de las acciones de su compañía -una prima de innovación- que sólo puede generarse mediante la inserción del valor de la innovación en las personas, procesos y directrices que conforman su organización. Práctico y provocador, El ADN del innovador es un referente esencial para las personas y los equipos que quieren fortalecer sus habilidades innovadoras.