

3ª EDICIÓN

Edgar Guillermo Solano

INNOVACIÓN



SIN FRONTERAS
GRUPO EDITORIAL

Edgar Guillermo Solano

INNOVACIÓN PARA CABEZAS CUADRADAS



SIN FRONTERAS
GRUPO EDITORIAL

Contenido

Antes de empezar	10
Sobre este libro	11
Aclaración muy necesaria	12
Aclaración a la aclaración del autor	16
Asombrosa introducción	17
La capacidad para asombrarse	17
Capítulo I	19
Los vasos pintados o la "inutilidad" de las innovaciones	19
¿Qué anda haciendo el lechero? O de los que se quedaron sin trabajo por culpa de la innovación	21
El amigo asesor o de la selección de ideas	22
El servicio a domicilio o de la resistencia al cambio	26
Congelados y descongelados	31
¿Aprender lo nuevo? O ¿Desaprender lo viejo?	33
Capítulo II	37
Las guerras de los clones o de la copia en la innovación	37
Los primeros y los segundos, o de las estrategias de la innovación	40
El espía en la feria o de la vigilancia en la innovación	45
Incómodos en la "comoditización"	50

Capítulo III..... 53

Los nuevos millonarios o de la escasez de tiempo para idear..... 53

La caja de churros o de la motivación para innovar..... 57

¿Grandes innovaciones grandes? O ¿Grandes innovaciones pequeñas?..... 61

La innovación emocional o del Commodore 64..... 64

Los innovadores sutiles o de la Microinnovación..... 68

El churrero gruñón o de las reglas irrompibles..... 74

Capítulo IV..... 79

Martín el recogebasura o de la eficiencia como obstáculo para innovar..... 79

El problema de la puerta o de los retos imposibles que ayudan a innovar..... 82

La ducha innovadora o la innovación por decreto..... 87

La enredadera innovadora o la innovación por contagio..... 91

La inundación de ideas..... 95

Capítulo V..... 101

Palmaditas y monedas, o de la retribución por las ideas..... 101

El libro de los inventos o de cómo los más famosos inventores le inspiran a ¡Copiar!..... 107

Un accidente en la cocina o de la suerte del inventor..... 114

Buscando los accidentes..... 118

Las manzanas les caen a los Newton..... 122

CHU o de la animosidad entre el conocimiento y la creatividad..... 125

Capítulo VI.....131

El extraño cerebro del cliente..... 131

El documentalista de la National Geographic
o innovando por observación..... 133

¿Quién tomó esta foto? O de la observación indirecta
para innovar..... 138

Los insights o la verdad revelada..... 141

El cliente que no miente, o de los fMRI y otros aparatos
que leen el cerebro..... 146

Necesito un famoso que use mi producto,
o de los usuarios temerosos..... 152

Capítulo VII.....155

La escalera eléctrica o del tiempo de adopción
en la innovación..... 155

Las innovaciones fáciles de usar, o de los clientes
sin imaginación..... 161

Haga que el momento de adquisición
sea fácil..... 165

Lo genial de una idea no es el "Qué",
es el "Cómo"..... 170

Los hermanos Wright y la playa de
las pruebas..... 171

Del portafolio de la innovación..... 175

Un asombroso final..... 179

Agradecimientos..... 181