

¿Por qué parece que a las empresas start up les cuesta tan poco desarrollar productos y servicios capaces de introducir grandes cambios en el mercado, mientras que a menudo a las compañías ya establecidas esto les resulta imposible? ¿Se trata de la plantilla o es una cuestión de la estructura organizacional? ¿Cuáles son las fuerzas dentro de las empresas que les impiden desarrollar nuevos productos innovadores? *La paradoja de la innovación* responde a estas cuestiones y provee el marco adecuado para brindar las herramientas necesarias con el fin de romper la inercia que impide la innovación.

Para sus autores, **Tony Dávila** y **Marc J. Epstein**, la innovación se entiende equivocadamente como un concepto singular. O una compañía es innovadora o no lo es; o serlo forma parte de su cultura, o no es así. Sin embargo, es mejor entender la innovación como una gama de tipos e intensidades. En los extremos del espectro se encuentran dos fenómenos notablemente distintos; por un lado la innovación incremental y en el polo opuesto la innovación disruptiva. Ambas tienen como meta introducir la creatividad en el mercado, pero mientras que la incremental se centra en las mejoras, la disruptiva lo hace en los descubrimientos.

Casi todas las empresas y organizaciones que han crecido lo han hecho en base a haber innovado con un producto, servicio o modelo de negocio. Esto les ha permitido ocupar un espacio económico y crecer, pero una vez que se convierten en grandes organizaciones exitosas, se produce la paradoja de la innovación, que consiste en que ya no tienen la capacidad de crear como lo hacían antes. Los autores analizan por qué se produce esto y qué puede hacerse para evitarlo o al menos reducir su impacto. Para ello, utilizan el modelo llamado *Start up Corporation*, que combina la filosofía de los emprendedores con los recursos y estructuras de las empresas.

El libro habla de la paradoja que surge cuando las inversiones que supuestamente deben conseguir que una empresa sea más innovadora acaban impidiendo que tenga las ideas disruptivas que pretende conseguir. Además es el resultado de la atención y el interés constante que sus autores han prestado a la gestión de la innovación.

La paradoja de la innovación, un libro imprescindible para cualquiera que quiera que su empresa siga creciendo o manteniendo el buen nivel que la ha llevado a crecer.



Tony Dávila tiene un doctorado por la Harvard Business School y es Director del Centro de Innovación y del Departamento de Innovación de la Escuela de Negocios del IESE en Barcelona, además de ser profesor visitante de la Escuela de Negocios de Stanford y la de Harvard.



Marc J. Epstein ha sido profesor en la Escuela de graduados de Stanford y en la de negocios de Harvard, actualmente dirige la escuela de negocios de la Rice University. Ha escrito cerca de veinte libros con distintos coautores y es consultor de grandes empresas.

LA PARADOJA DE LA INNOVACIÓN

Tony Dávila
Marc J. Epstein

Sello: Empresa activa
Colección: Gestión del conocimiento

P.V.P.: 16€ • 288 páginas
Lanzamiento: febrero de 2015