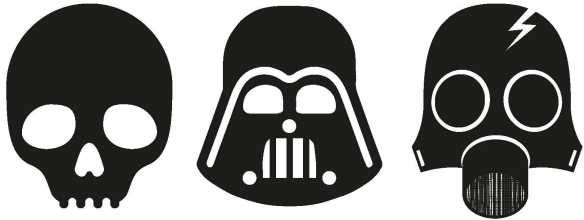


El lado oscuro de la **INNOVACIÓN**

*Cómo protegernos de los daños
colaterales y de los brujos
del sortilegio de moda*



Un manual alejado de los tópicos para conocer, comprender y desarrollar —a través de casos prácticos de empresas de referencia— los procesos de Innovación en las organizaciones.

Antonio M. Fumero • César Ullastres

Manuales de Economía y Empresa

» Antonio Miguel Fumero Reverón & César Ullastres García

ECONOMÍA • Economía y Empresa • Editorial Almuzara

ANTONIO FUMERO. Ingeniero de Telecomunicación, MBA y Doctor por la Universidad Politécnica de Madrid (UPM). Se ha especializado en la Gestión de la Tecnología e Innovación. Ha trabajado durante más de quince años como contratista independiente, centrando su actividad fundamentalmente en las áreas de desarrollo de negocio, consultoría y formación, asesorando a una amplia variedad de iniciativas empresariales de base tecnológica. Antonio ha combinado su actividad en el ámbito empresarial con su carrera como investigador, coordinador y facilitador de acciones formativas, habiendo colaborado, además, como analista experto en numerosos estudios sectoriales y de tendencias en el ámbito de las Tecnologías de la Información; y como autor en una extensa variedad de publicaciones de carácter socioeconómico. CÉSAR ULLASTRES. Economista, realizó un MBA en el Instituto de Empresa y completó su formación en las escuelas de negocio IESE, INSEAD y London Business School. Tiene una amplia experiencia profesional como directivo en instituciones públicas y compañías privadas en los sectores de Transformados Metálicos, Maquinaria de Soldadura, Tecnologías de la Información, Biotecnología, Formación y Consultoría. Es especialista en el Sistema de I+D+I y en programas referidos al diseño y creación de Empresas de Base Tecnológica, al desarrollo de la Sociedad de la Información y de la Biotecnología. Desde hace más de dos décadas es profesor universitario de Estrategia, Gestión de la I+D e Innovación en ICADE, la UPM, la UPF, la USAL, laUCIII y la EOI.



IBIC: KJH
978-84-17044-59-6
224 páginas, ilustrado
Rústica con solapas
14.5 x 22 x 1.3 cm · 355 g
PVP: 19.95 €

El lado oscuro de la Innovación

El propósito de este libro es ayudar a descubrir la Innovación a través de su esencia y características, tanto de aquellas más evidentes, como de otras ocultas o intangibles, e intentar verificar el concepto en la práctica de tres empresas (Telefónica, Talgo y Oryzon) en las que la Innovación es su competencia esencial.

A través del conocimiento de las características y de los casos prácticos que incluimos en este libro, seremos mucho más capaces de reconocer una auténtica Innovación la próxima vez que la veamos y, a su vez, podremos discriminar las falsas innovaciones o las aplicaciones vanas del término Innovación con las que continuamente nos bombardean, lo cual es de utilidad práctica en el día a día.

La acción de innovar requiere de una sistemática alejada de los tópicos y lugares comunes más fotografiados por la actualidad tecnológica: si bien se trata más de estar dispuesto que de estar preparado, no se llega muy lejos sin la disciplina de quien dibuja un mapa inédito con cada paso. Proponemos al lector un viaje que le adentrará en una zona gris, oscura, en la que habitan las sombras que proyectan los deslumbrantes destellos de las Nuevas Tecnologías. Una zona en la que el método, el esfuerzo y la voluntad son las herramientas que permiten transitarlo. Queremos acompañarle en ese periplo de ida y vuelta. Nuestra intención es pertrecharle, como si de un verdadero explorador se tratara.