

El Dilema De Los Innovadores

Creating and Sustaining Successful Growth
 How to Travel without Seeing: Dispatches from the New Latin America
 El ADN del innovador
 El oprobio del hambre
 Business Model Generation
 El poder de la selección en un mundo de excesos
 Guía para auditar el sistema innovador de la empresa revisando el caso de elBulli y los modelos más útiles
 The Revolutionary Book That Will Change the Way You Do Business
 Innovación, innovadores y empresa innovadora
 The Innovator's Dilemma
 La Generación Nasdaq: Apogeo (Y Derrumbe) de la Economía Digital
 Resumen del libro "El ADN del innovador" de Jeff Dyer
 Artificial intelligence, bots & big data
 Acción, práctica y aprendizaje
 Exponential Organizations
 Alimentos, justicia y dinero en el siglo XXI
 See How Your Organization Really Works and How Each Person Fits In
 Inteligencia creativa
 Cómo aplicar la innovación disruptiva
 El dilema de los innovadores: cuando las nuevas tecnologías pueden hacer fracasar a las grandes empresa
 Homenaje al profesor Juan José Renau Piqueras
 Qué haremos cuando las máquinas lo hagan todo
 Innovation and Entrepreneurship
 The Innovator's Solution
 Curaduría
 Cuando Las Nuevas Tecnologías Pueden Hacer Fracasar A Las Grandes Empresas
 Claves de la innovación
 Dilema De Los Innovadores (Nueva Edición)
 La dirección de empresas ante los retos del siglo XXI
 How to Create Uncontested Market Space and Make the Competition Irrelevant
 Claves para dominar las cinco habilidades que necesitan los innovadores
 Tecnología e innovación en la empresa
 El descubrimiento de los priones: un nuevo principio biológico de la enfermedad
 El libro rojo de la innovación (con introducción de Ferran Adrià)
 The Innovator's Dilemma
 Lecciones de estrategia y liderazgo de las mayores rivalidades empresariales
 Cómo reconocer y resolver las cuestiones más problemáticas que se presentan al gestionar
 El arte de la guerra entre empresas

El Dilema De Los Innovadores Downloaded from blog.gmrcyru.edu by guest

FINN COLEMAN

Creating and Sustaining Successful Growth Grupo Planeta Spain
 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 quieran fortalecer sus habilidades innovadoras.
How to Travel without Seeing: Dispatches from the New Latin America Hipertexto
 La innovación es la actividad más importante de nuestra época: trae progresos espectaculares a nuestro nivel de vida, pero también, en ocasiones, cambios inquietantes a la sociedad. Matt Ridley entiende la innovación como un proceso fortuito que avanza de abajo arriba y es resultado directo de la costumbre humana del intercambio, y no como un proceso ordenado que se pone en marcha desde arriba de acuerdo con un plan establecido. Siempre es un fenómeno colectivo, colaborativo, que implica ensayo y error, y nunca responde a la creación de un genio solitario. El autor extrae estas y otras conclusiones a partir de la fascinante historia de numerosos avances que ilustran qué es la innovación y qué mecanismos la impulsan
El ADN del innovador El Dilema de Los Innovadores
 En la década de los años noventa, el papel de la tecnología y la innovación en la competitividad empresarial alcanzo un reconocimiento generalizado, que vino acompañado de una doble preocupación: entender y profundizar el conocimiento de las características del proceso innovador y, en consecuencia, definir las políticas de apoyo a la innovación mas adecuadas por parte los gobiernos. Este libro presenta, en trece capítulos, los puntos

centrales de lo que entendemos que debe ser la gestión y dirección de la tecnología y la innovación en la empresa. Los capítulos vienen a cubrir cinco grandes bloques: los conceptos básicos y la estrategia tecnológica, las herramientas de apoyo a la innovación (creatividad, vigilancia, etc.), la organización y gestión de la innovación, la compraventa de tecnología y las políticas de apoyo. Se trata de un libro concebido para las asignaturas y los temarios de gestión de la innovación y temas afines que se imparten en la universidad. Constituye, sin duda, una herramienta útil para todos aquellos responsables de empresas que deseen profundizar en el tema de la gestión de la tecnología y la innovación. Al mismo tiempo, es de interés para quienes trabajan desde la Administración en la definición o el desarrollo de políticas de apoyo.
El oprobio del hambre Harvard Business Review Press
 How can management be developed to create the greatest wealth for society as a whole? This is the question Peter Drucker sets out to answer in *Innovation and Entrepreneurship*. A brilliant, mould-breaking attack on management orthodoxy it is one of Drucker's most important books, offering an excellent overview of some of his main ideas. He argues that what defines an entrepreneur is their attitude to change: 'the entrepreneur always searches for change, responds to it and exploits it as an opportunity'. To exploit change, according to Drucker, is to innovate. Stressing the importance of low-tech entrepreneurship, the challenge of balancing technological possibilities with limited resources, and the organisation as a learning organism, he concludes with a vision of an entrepreneurial society where individuals increasingly take responsibility for their own learning and careers. With a new foreword by Joseph Maciariello
Business Model Generation Harvard Business Press
 El nacimiento de este manual obedece a una razón fundamental: encontrarme repetidamente con la realidad de que no se dispone de método para hacer las cosas, en este caso el iniciar y hacer efectivo el proceso de innovación. Ello me llevó durante tres años a analizar los motivos y causas originarias, a estudiar a los autores del tema y a proponer alternativas hasta dar con la que me está dando mejores resultados. Es, por lo tanto, una experiencia práctica del "hacer practicando". Ponerse a innovar no es una decisión sencilla, aunque tomarla pueda resultar más o menos simple, pues implica a toda la organización, más allá del equipo concreto, requiere de habilidades específicas y un saber hacer determinado, disponer de método para que resulte eficaz. Los repetidos esfuerzos por lograrlo y no conseguirlo están en la base de este trabajo y tomé como deuda el intentar hacerlo posible o al menos ayudar a que otros lo consigan. El Canvas de la Innovación pretende ser un manual de cabecera de los que intentan poner en marcha el proceso innovador, llevarlo hasta sus últimas consecuencias y con ello conseguir, no puede haber otro fin, desarrollar innovaciones. Además, está concebido para

crecer, modificarse o simple-mente ampliarse con las aportaciones prácticas de su aplicación o desde las observaciones que todos los lectores o usuarios puedan hacer. Y una necesaria confesión: después de varios libros me sentía en deuda conmigo mismo, además de la envidia sana por otros, de hacer uno más agradable al estudio y utilización. El repaso de libros, manuales y guías espléndidamente ilustrados era un acicate para mí a la vez que un reto para conseguir hacer más fácil y aplicativo lo que de otra forma hubiera resultado simplemente aburrido o insufrible. No me queda otra que agradecer a esos autores que hacen del continente algo fundamental con el que ayudar al contenido. Lo de llamarlo como lo he llamado..., pues para seguir la estela de la moda y ver si es más fácil transmitirlo. Lo doy por bueno si se consigue y, por supuesto, aceptaré lo de frivolidad.
El poder de la selección en un mundo de excesos Fondo de Cultura Económica
 In this revolutionary bestseller, innovation expert Clayton M. Christensen says outstanding companies can do everything right and still lose their market leadership—or worse, disappear altogether. And not only does he prove what he says, but he tells others how to avoid a similar fate. Focusing on “disruptive technology,” Christensen shows why most companies miss out on new waves of innovation. Whether in electronics or retailing, a successful company with established products will get pushed aside unless managers know when to abandon traditional business practices. Using the lessons of successes and failures from leading companies, *The Innovator's Dilemma* presents a set of rules for capitalizing on the phenomenon of disruptive innovation. Find out: When it is right not to listen to customers. When to invest in developing lower-performance products that promise lower margins. When to pursue small markets at the expense of seemingly larger and more lucrative ones. Sharp, cogent, and provocative, *The Innovator's Dilemma* is one of the most talked-about books of our time—and one no savvy manager or entrepreneur should be without.
Guía para auditar el sistema innovador de la empresa revisando el caso de elBulli y los modelos más útiles Penguin
 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.

[The Revolutionary Book That Will Change the Way You Do Business](#) Grupo Planeta Spain

El libro El arte de la guerra ha inspirado a líderes en todo el mundo con sus brillantes estrategias para prevalecer sobre los adversarios, a pesar de lo grande o intimidante que estos sean. Estrategia, posicionamiento, planeamiento, liderazgo—todo esto es esencial para convertirse en un oponente más fuerte y con mejores bases. Los propietarios de pequeños negocios que contienden por el mercado, pueden en la misma forma, vencer a grandes negocios—incluyendo las grandes potencias de la industria. El arte de guerra para pequeños negocios convierte el clásico tratado de Sun Tzu's en 12 lecciones poderosas, las cuales revelan como: · Elegir el terreno perfecto para las batallas · Preparar sin caer presa de la parálisis · Atacar los puntos débiles de tu competidor · Enfocar los recursos en conquistar retos clave · Llegar donde el enemigo no llega · Consolidar victorias · Construir y fortalecer alianzas estratégicas El arte de guerra para pequeños negocios te ayudará a adueñarte de sectores cruciales y a emerger victorioso.

Innovación, innovadores y empresa innovadora Universitat de València

Hacer de la innovación un medio para el crecimiento parece un reto casi imposible sabiendo, además, que en ocasiones sus beneficios no se aprecian a corto plazo. Los cuatro autores de este libro pertenecen a la prestigiosa escuela de Clayton Christensen. Su especialidad es guiar a directivos y managers por el camino de la innovación sólida, potenciando así el crecimiento de la empresa. En estas páginas se presentan los escenarios, las herramientas y la hoja de ruta para dirigir y poner en práctica el crecimiento innovador.

[The Innovator's Dilemma](#) Ediciones Morata

La innovación, la forma en que las ideas se vuelven valiosas, desempeña un papel esencial en el desarrollo económico y social. Durante los últimos ciento cincuenta años, el mundo ha sido transformado por la innovación; desde los aviones y la televisión, hasta las impresoras 3D y el dinero digital, los frutos de la innovación nos rodean. En esta breve introducción, Mark Dodgson y David Gann analizan qué es la innovación y qué la genera, quién la estimula y cómo se logra, además de cuáles son sus efectos, tanto positivos como negativos. Este título fue publicado originalmente dentro de la colección Very Short Introductions de Oxford University Press, de la que se han vendido más de nueve millones de ejemplares en el mundo.

[La Generación Nasdaq: Apogeo \(Y Derrumbe\) de la Economía Digital](#) Caligrama

Argues against common competitive practices while outlining recommendations based on the creation of untapped market spaces with growth potential.

Resumen del libro "El ADN del innovador" de Jeff Dyer Ediciones Granica S.A.

A kaleidoscopic, fast-paced tour of Latin America from one of the Spanish-speaking world's most outstanding writers. Lamenting not having more time to get to know each of the nineteen countries he visits after winning the prestigious Premio Alfaguara, Andrés Neuman begins to suspect that world travel consists mostly of "not seeing." But then he realizes that the fleeting nature of his trip provides him with a unique opportunity: touring and comparing every country of Latin America in a single stroke. Neuman writes on the move, generating a kinetic work that is at once puckish and poetic, aphoristic and brimming with curiosity. Even so-called non-places—airports, hotels, taxis—are turned into powerful symbols full of meaning. A dual Argentine-Spanish citizen, he incisively explores cultural identity and nationality, immigration and globalization, history and language, and turbulent current events. Above all, Neuman investigates the artistic lifeblood of Latin America, tackling with gusto not only literary heavyweights such as Bolaño, Vargas Llosa, Lorca, and Galeano, but also an emerging generation of authors and filmmakers whose impact is now making ripples worldwide. Eye-opening and charmingly offbeat, How to Travel without Seeing: Dispatches from the New Latin America is essential reading for anyone interested in the past, present, and future of the Americas.

[Artificial intelligence, bots & big data](#) Antoni Bosch editor

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.

Acción, práctica y aprendizaje Grupo Nelson

Business Model Generation is a handbook for visionaries, game changers, and challengers striving to defy outmoded business models and design tomorrow's enterprises. If your organization needs to adapt to harsh new realities, but you don't yet have a strategy that will get you out in front of your competitors, you need Business Model Generation. Co-created by 470 "Business Model Canvas" practitioners from 45 countries, the book features a beautiful, highly visual, 4-color design that takes powerful strategic ideas and tools, and makes them easy to implement in your organization. It explains the most common Business Model patterns, based on concepts from leading business thinkers, and helps you reinterpret them for your own context. You will learn how to systematically understand, design, and implement a game-changing business model—or analyze and renovate an old one. Along the way, you'll understand at a much deeper level your customers, distribution channels, partners, revenue streams, costs, and your core value proposition. Business Model Generation features practical innovation techniques used today by leading consultants and companies worldwide, including 3M, Ericsson, Cargemini, Deloitte, and others. Designed for doers, it is for those ready to abandon outmoded thinking and embrace new models of value creation: for executives, consultants, entrepreneurs, and leaders of all organizations. If you're ready to change the rules, you belong to "the business model generation!"

Exponential Organizations CONECTA

Descubre las 7 estrategias para el desarrollo de la inteligencia creativa, necesarias en un mundo cada vez más complejo. Mucha gente se considera a sí misma inteligente, pero son muy pocos los que hacen lo mismo con la creatividad. Pocas personas se consideran creativas. ¿Por qué? En este libro se descubren las relaciones entre inteligencia y creatividad y, sobre todo, se propone un conjunto de recursos prácticos para desarrollar nuestra creatividad y poder reinventarnos en tiempos difíciles. Necesitamos tiempo para pensar, ganas de desafiar convencionalismos, capacidad para conectar con los demás, habilidad para trabajar de forma creativa, sensibilidad para comprender las emociones y transformarlas en creaciones, hacer lo que nos gusta y aprender a colaborar con los demás. El libro, además, integra un método de gestión de la creatividad a través del cuerpo, las emociones y el lenguaje. - Es el único libro con más de 70 ejercicios para reinventarse. - Es el resultado de 20 años de experiencia de los autores con alumnos y organizaciones. - Libro muy útil para conseguir reinventarse en tiempos de crisis. *Alimentos, justicia y dinero en el siglo XXI* Editorial Almuzara No importa cuántas iniciativas se lancen o cuánto se mediten las decisiones, siempre habrá ocasionales tropiezos en el liderazgo. Les pasa a todos los líderes. Si esto te sucede, puedes quedarte despierto por la noche preocupándote o puedes leer este libro. Como psicóloga clínica especializada en negocios que trabaja con ejecutivos de todo el mundo, Nicole Lipkin conoce muy bien el estrés que enfrentan los líderes. En Líder... lo que no te deja dormir, presenta soluciones inteligentes a los errores comunes que cometen los líderes en relación con su personal, y responde preguntas, entre ellas: • ¿Por qué a veces me siento amenazado por mis mejores empleados? • ¿Cómo mantengo la calma en situaciones complicadas? • ¿Cómo puedo asegurarme de que la gente escuche lo que digo? • ¿Por qué he perdido tantos buenos empleados que se han ido a la competencia? Con ejercicios y ejemplos claros, Líder... lo que no te deja dormir ilumina los oscuros rincones donde todos los líderes luchan contra sus deficiencias.

See How Your Organization Really Works and How Each Person Fits In CONECTA

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.

[Inteligencia creativa](#) Leader Summaries

A més de ser un homenatge a la memòria de Juan José Renau Piqueras, aquesta obra és un llibre de lectura recomanable per a complementar manuals sobre direcció d'empreses i per a actualitzar el coneixement en aquest camp del saber. Realitzat per un destacat grup de professors de diferents universitats espanyoles, el llibre aborda diverses problemàtiques que per la seua rellevància i actualitat interessin tant als estudiants de grau i postgrau com als professionals de la direcció. Així, en aquesta obra, cobren importància temes relacionats amb la competitivitat, l'estratègia empresarial, la globalització econòmica i la internacionalització de les empreses, la capacitat d'innovació, l'esperit emprendedor, la gestió de la informació i del coneixement, les habilitats directives, la relació amb els clients, la responsabilitat social corporativa, etc.

[Cómo aplicar la innovación disruptiva](#) Harper Collins

"Superbosses is the rare business book that is chock full of new, useful, and often unexpected ideas. After you read Finkelstein's well-crafted gem, you will never go about leading, evaluating, and developing talent in quite the same way."—Robert Sutton, author of Scaling Up Excellence and The No Asshole Rule "Maybe you're a decent boss. But are you a superboss? That's the question you'll be asking yourself after reading Sydney Finkelstein's fascinating book. By revealing the secrets of superbosses from finance to fashion and from cooking to comic books, Finkelstein offers a smart, actionable playbook for anyone trying to become a better leader."—Daniel H. Pink, author of To Sell Is Human and Drive A fascinating exploration of the world's most effective bosses—and how they motivate, inspire, and enable others to advance their companies and shape entire industries, by the author of How Smart Executives Fail. A must-read for anyone interested in leadership and building an enduring pipeline of talent. What do football coach Bill Walsh, restaurateur Alice Waters, television executive Lorne Michaels, technology CEO Larry Ellison, and fashion pioneer Ralph Lauren have in common? On the surface, not much, other than consistent success in their fields. But below the surface, they share a common approach to finding, nurturing, leading, and even letting go of great people. The way they deal with talent makes them not merely success stories, not merely organization builders, but what Sydney Finkelstein calls superbosses. After ten years of research and more than two hundred interviews, Finkelstein—an acclaimed professor at Dartmouth's Tuck School of Business, speaker, and executive coach and consultant—discovered that superbosses exist in nearly every industry. If you study the top fifty leaders in any field, as many as one-third will have once worked for a superboss. While superbosses differ in their personal styles, they all focus on identifying promising newcomers, inspiring their best work, and launching them into highly successful careers—while also expanding their own networks and building stronger companies. Among the practices that distinguish superbosses: They Create Master-Apprentice Relationships. Superbosses customize their coaching to what each protégé really needs, and also are constant founts of practical wisdom. Advertising legend Jay Chiat not only worked closely with each of his employees but would sometimes extend their discussions into the night. They Rely on the Cohort Effect. Superbosses strongly encourage collegiality even as they simultaneously drive internal competition. At Lorne Michaels's Saturday Night Live, writers and performers are judged by how much of their material actually gets on the air, but they can't get anything on the air without the support of their coworkers. They Say Good-Bye on Good Terms. Nobody likes it when great employees quit, but superbosses don't respond with anger or resentment. They know that former direct reports can become highly valuable members of their network, especially as they rise to major new roles elsewhere. Julian Robertson, the billionaire hedge fund manager, continued to work with and invest in his former employees who started their own funds. By sharing the fascinating stories of superbosses and their protégés, Finkelstein explores a phenomenon that never had a name before. And he shows how each of us can emulate the best tactics of superbosses to create our own powerful networks of extraordinary talent.

[El dilema de los innovadores: cuando las nuevas tecnologías pueden hacer fracasar a las grandes empresa](#) Grupo Nelson

Un libro magnífico de intriga y estrategia empresarial que recoge algunas de las rivalidades entre empresas más apasionantes de la historia. Los negocios son una constante lucha por sobrevivir. En los negocios, como en la guerra, los líderes se enfrentan persiguiendo intereses contrapuestos, idean estrategias y consiguen recursos en pro de la victoria. El éxito depende del detalle más nimio; un error táctico puede derribar un imperio. Al final, un bando triunfa, y la victoria es lo único que importa. David Brown, presentador del popular pódcast Business Wars, reúne en este libro algunos de los más fascinantes enfrentamientos entre empresas y, en cada batalla que examina, pasa revista al ingenio, la estrategia y los recursos. Brown narra el ascenso de las empresas a medida que derrotan a sus rivales, formulan planes innovadores y se adaptan a las cambiantes necesidades de la

sociedad. ¿El objetivo? Mantenerse por delante de la competencia y convertirse en titanes de la industria. Las historias de El arte de la guerra entre empresas son extraordinarias, pero las lecciones que el lector extraerá de ellas, sobre determinación, ingenio, paciencia, agallas, sutileza..., son incalculables, ya sea un emprendedor o el CEO de una compañía multinacional. «Cuanto

más atrás puedas mirar, más adelante verás». WINSTON CHURCHILL Reseñas: «Si estás preocupado por un competidor conocido o un disruptor invisible, este libro reúne lo mejor de un pódcast de éxito para tu aprendizaje y disfrute». ADAM GRANT, autor de los best sellers Think Again y Originales «David Brown ha hecho un trabajo magistral al pasar por encima de balances e

ingresos, y retratar lo realmente importante en una empresa: ego, pasión, ambición y combate cuerpo a cuerpo». JOE NOCERA, columnista de la sección de negocios de Bloomberg «Si Blockbuster hubiera aprendido el "arte de la guerra" de Business Wars, tal vez Netflix no los hubiera derrocado». RICH GREENFIELD, socio y analista de LightShed Ventures

Related with El Dilema De Los Innovadores:

- Practice Tax Tip And Commission : [click here](#)