

# Sumário

Introdução . . . . . 1

## **Mitos sobre inovação**

O caminho para a disrupção. . . . . 19

**Scott D. Anthony e Clayton M. Christensen**

Derrubando as muralhas que cercam a criatividade  
empresarial . . . . . 29

**Gary Hamel e Alejandro Sayago**

Como não se perder na interpretação . . . . . 40

**Anthony W. Ulwick**

Seis insights surpreendentes sobre inovação. . . . . 48  
**Loren Gary**

## **Como aplicar estratégias de inovação**

As novas regras de P&D. . . . . 57  
**Henry Chesbrough**

Desempenho, conveniência, preço: Qual o apelo  
de sua marca? . . . . . 63  
**Scott D. Anthony e Clayton M. Christensen**

Onde está a vantagem competitiva? . . . . . 76  
**Loren Gary**

Inovação interna . . . . . 80  
**Judith A. Ross**

O risco é o custo da inovação? . . . . . 89  
**Hal Plotkin**

Inovação ambidestra . . . . . 93  
**Loren Gary**

## **Como testar um potencial de idéias**

Você consegue identificar com segurança quem  
vai vencer? . . . . . 107  
**Eric Mankin**

Como fazer as melhores escolhas . . . . .	118
<b>Scott D. Anthony, Mark W. Johnson e Matt Eyring</b>	
Às vezes, um grande conceito não significa ainda um grande produto. . . . .	131
<b>Clare Martens</b>	
Seu processo de desenvolvimento de produto está ressaltando – ou escondendo – a inovação? . . . . .	139
<b>Eric Mankin</b>	
A disrupção é um alvo móvel . . . . .	150
<b>Scott D. Anthony</b>	
Você está interpretando os sinais corretos? . . . . .	161
<b>Clayton M. Christensen e Scott D. Anthony</b>	
Os Colaboradores . . . . .	175