

Hubo una época en que la competencia se consideraba insustituible, pero los tiempos han cambiado y también la empresa. Hoy las organizaciones deben aprender a explotar el amplio potencial de valores integrales que rodean a la compra y el uso de sus productos y servicios.

Este libro es un fascinante viaje por un universo comercial en ebullición en el que los conceptos, y no la tecnología, toman la delantera. Un universo en el que poder aparcar un automóvil es un valor integral de su posesión, y el hecho de comer chocolate integra la experiencia de un gran número de personas que adoran las golosinas, por lo que la mayoría de la gente quiere tener el aparcamiento garantizado y se decide a engullir barritas de chocolate *light*, que alivian su sentimiento de culpa. Un universo en el que, dentro de muy poco, las compañías de seguros pagarán indemnizaciones a las víctimas terminales cuando aún estén vivas, y las líneas aéreas publicitarán un nuevo avión con despegue vertical que podrá operar desde el centro de las ciudades. Edward De Bono es también autor de *Ideas para profesionales que piensan*, *Seis pares de zapatos para la acción*, *La revolución positiva*, *El pensamiento creativo*, *El pensamiento paralelo*, *Cómo enseñar a pensar a tu hijo*, *Lógica fluida*, *Aprende a pensar por ti mismo*, *El pensamiento positivo*, *Manual de sabiduría*, *Cómo atraer el interés de los demás* y *Simplicidad*, todos ellos igualmente publicados por Paidós.

Indice

Introducción	11
<i>Sur/petition</i>	13
Valores integrados.....	15
Conceptos y creatividad	16
Valufactura	19
La era de contracción	19
Formato de este libro	21
Una nueva perspectiva.....	23
Resumen	24
1. ¿Qué hay de malo en los fundamentos?.....	25
Eficiencia	27
Resolución de problemas	30
Análisis de información.....	35
Competencia.....	38
2. Recientes tendencias en el pensamiento	
empresarial	41
Reducción de costos.....	42
Reestructuración	45

Administración de calidad.....	47
Cuidado del personal.....	49
Preocupaciones ambientales	51
3. Complacencia	55
Tipos de complacencia	60
Evolución	63
Campeones	64
Potencial no aprovechado.....	65
4. Las cuatro ruedas del pensamiento humano	67
1. Procedimientos y rutinas	68
2. Información	72
3. Análisis y lógica	75
4. Creatividad	80
5. Conceptos e información	83
Formar conceptos	88
Concepto y contexto	93
6. <i>Sur/petition</i> versus competencia.....	95
Monopolios de valor	99
La fuente de la <i>sur/petition</i>	110
7. Palabras, trampas y peligros	113
Competencia.....	116
Aglutinantes y fraccionadores.....	117
«Igual que...»	118
Valores integrados.....	119
Beneficios del enfoque.....	121
8. Las tres etapas de la empresa.....	123
La etapa de la producción	123
La etapa de la competencia	124
La etapa de los valores integrados	126
Ejemplo	127

9. Valores integrados.....	133
Los límites de la competencia	138
Doble integración	140
<i>Sur/petition</i>	143
10. Valores y valufactura	145
Oportunidades.....	147
Valores conductores.....	150
Tipos de valores	155
Sombreros amarillos y verdes	163
Personas y valores	164
Naturaleza de los valores.....	165
11. Notación de valores	169
12. Creatividad seria	183
El uso de la creatividad en una organización.....	188
¿Funciona?	190
Motivación.....	192
Actitudes	193
Enfoque	194
Técnicas de pensamiento lateral.....	196
Patrones asimétricos.....	199
Provocación	201
Movimiento	203
No locos	205
13. Diseño de conceptos	207
Nivel del concepto	208
Necesidades definidas	210
La base de activos	212
Extracción de conceptos	213
<i>Sur/petition</i>	216
Mejorando conceptos	217
14. Investigación y desarrollo de conceptos	219
Catalogar	222

Generar	225
Desarrollar	228
Probar	229
Estructura	231
Las personas	233
15. Resumen	237
Punto clave 1: Gestión	237
Punto clave 2: <i>Sur/petition</i>	238
Punto clave 3: Valores integrados	238
Punto clave 4: Creatividad seria	238
Punto clave 5: La importancia de los conceptos	239
Punto clave 6: Investigación y desarrollo de conceptos	239
Índice analítico	241