

Índice

| | |
|--|----|
| 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 |
| Indice analítico | 241 |