

Contenido

Prefacio	ix
Reconocimientos	xix
Un mundo de perdedores	1
<i>Cuartheaduras en la pared de una poderosa teoría</i>	
El sandwich competitivo	13
<i>Hemos quedado atrapados entre el bien y el mal</i>	
El ámbito de la conectividad	23
<i>Cosas que trascienden la competencia</i>	
La colaboración no es una panacea en absoluto	29
<i>Por qué el trabajo en equipo no puede resolver todos los problemas</i>	
El gran represor	37
<i>La catástrofe de la supercolaboración</i>	
La falacia pírrica	43
<i>El costo nada rentable de ganar</i>	
El ciclo del bruto en acción	49
<i>Cómo hacer frente a los supercompetidores</i>	
Cómo frenar a los prepotentes	57
<i>La magia de intercambiar, rodear y exigir</i>	
Nuevas formas de ganar	65
<i>Nombres de los hábitos transcompetitivos</i>	
El placer del canibalismo	69
<i>Y otros ritos de conexión natural</i>	
Fugas y variaciones sobre un mismo tema	83
<i>Otros factores del estilo competitivo</i>	

Competencia y cultura	101
<i>Cómo la cultura varía de un pueblo a otro</i>	
El espejismo del sabueso	125
<i>La supercompetencia nunca es “la forma natural”</i>	
El cerebro incipiente	129
<i>Por qué la “racionalidad” simplemente no funciona</i>	
Personalidades míticas	133
<i>El bruto, el tramposo, el ermitaño y el peón</i>	
Herramientas para realizar la evaluación	149
<i>Averigüe lo que es usted y lo que es su empresa</i>	
La transcompetencia en acción	161
<i>Aplique la información que acaba de obtener con la evaluación</i>	
El fruto de ananás	175
<i>Aprenda a injertar los hábitos transcompetitivos</i>	
Aprovechando lo bueno de Minneapolis y St. Paul	195
<i>La competencia y los equipos</i>	
Los líderes y el arte de dirigir	207
<i>Cómo dirigir un equipo de competidores</i>	
El dolor y la sociedad	217
<i>Por qué formar equipos entre compañías rara vez da buenos resultados</i>	
Adorable enemigo	227
<i>Por qué a veces conviene aliarse con el enemigo</i>	
Competencia con los empleados	237
<i>Más historias de canibalismo corporativo</i>	
Podemos morder la mano que nos da de comer	249
<i>La competencia con los clientes</i>	
El signo de escorpión	257
<i>La competencia con los accionistas</i>	
Guerra económica global	265
<i>La competitividad entre regiones económicas</i>	

La fuga de los multimillonarios	271
<i>Una fuente poco probable del pensamiento transcompetitivo</i>	
El nuevo arte de no saber	277
<i>Por qué se obtienen buenos resultados intercambiando, rodeando y exigiendo</i>	
La historia de sinedelfia	283
<i>El futuro de la competencia</i>	
Resumen en forma de cuestionario	287
Índice	289