

ÍNDICE

Introducción	11
---------------------------	----

LOS FUNDAMENTOS DE LO SIMPLE

Capítulo 1. Lo simple. <i>Por qué se le teme tanto</i>	15
Capítulo 2. El sentido común. <i>Ayuda a simplificar las cosas</i>	27
Capítulo 3. El lenguaje complicado. <i>Puede nublar la mente de las personas</i>	35

LAS REFERENCIAS

Capítulo 4. La información. <i>Demasiada puede confundir</i>	47
Capítulo 5. Los consultores. <i>Son el origen de muchos sin sentidos</i>	57
Capítulo 6. Los competidores. <i>Piense en ellos como “el enemigo”</i>	69
Capítulo 7. La estrategia. <i>Sobre todo es cuestión de diferenciación</i>	79
Capítulo 8. La orientación al cliente. <i>Se da por supuesto, no diferencia</i>	91

Capítulo 9.	
Presupuestos anuales. <i>Una forma sencilla de maximizar el dinero</i>	103
Capítulo 10.	
Los precios. <i>Algunas ideas simples para fijarlos correctamente</i>	111

LA GESTIÓN

Capítulo 11.	
Las misiones. <i>Lo único que añaden es confusión</i>	125
Capítulo 12.	
El liderazgo. <i>Es cuestión de dirigir al equipo</i>	135
Capítulo 13.	
La planificación a largo plazo. <i>Suelen ser solo “buenos deseos”</i>	145
Capítulo 14.	
La organización. <i>Cuanto más simple, mejor</i>	155
Capítulo 15.	
El marketing. <i>Es cuestión de convertir ideas simples en estrategia</i>	163
Capítulo 16.	
Las nuevas ideas. <i>Es más simple tomarlas prestadas</i>	175
Capítulo 17.	
Las metas. <i>Suenan bien, pero ayudan poco</i>	185
Capítulo 18.	
El crecimiento. <i>Puede ser malo para el negocio</i>	191

LA GENTE

Capítulo 19.	
La motivación. <i>El esfuerzo solo no es la respuesta</i>	201
Capítulo 20.	
La auto-mejora. <i>Es como el “traje nuevo” del emperador</i>	209
Capítulo 21.	
El éxito. <i>Se trata de encontrar “un tren” al que subirse</i>	221
Capítulo 22.	
La crítica. <i>Ser simple no será fácil</i>	231

EN CONCLUSIÓN

Capítulo 23.	
Lo simple. <i>Su poder sigue muy vivo</i>	237