



The six value medals

The essential tool for success in 21st century ::

Las seis medallas del valor

Nuevos enfoques para la evaluación de los valores

Contenido

Sumario

Pág. 1, 2

Nos dice el autor

Pág. 2, 3

Conozca al autor

Pág. 4

Dijeron sobre *Las seis medallas del valor*

Pág. 5

Las últimas palabras

Pág. 6

SUMARIO

Los valores son centrales siempre: el propósito de cualquier organización de negocios o gubernamental es distribuir valor y, crecientemente, también lo buscamos en nuestra vida personal. Pero los valores son vagos e intangibles. Las disputas y conflictos a menudo se producen por choques de valores en el que cada parte en la disputa quiere imponer los propios, en ocasiones a expensas de la otra parte. Es esencial, entonces, que las compañías, los managers y los empleados posean una comprensión completa de los valores de cada uno para poder diseñar caminos que beneficien a todas las partes.

En los juegos olímpicos se dan medallas a quienes ganan las pruebas deportivas. Estas medallas son un premio para reconocer un mérito particu-

lar. Las medallas no son recompensas similares al dinero, sino que son reconocimientos al mérito. Al igual que los «seis sombreros», las medallas proporcionan un símbolo de percepción en un examen de valores. De este modo, el marco conceptual está compuesto por seis medallas: de oro, de plata, de acero, de cristal, de madera y de latón. La medalla de **oro** refiere a los valores humanos, aquellos que afectan a las personas. Los valores de la medalla de **plata** son organizacionales e incluyen rentabilidad y control de precios. La medalla de **acero** representa la calidad del producto, servicio o función de una compañía. La medalla de **cristal** incluye innovación, simplicidad y creatividad. La medalla de **madera** representa las preocupaciones ambienta-



les y comunitarias. Los valores de la medalla de **latón** son perceptuales.

El libro frustra los hábitos de pensamiento tradicionales y muestra cómo tratar los valores de manera definida, resal-

tar las fortalezas, localizar con toda precisión áreas de mejora y ayudar a individuos y corporaciones a ser más exitosos. Un enfoque simple pero atractivo para establecer prioridades y tomar decisiones creativas y efectivas basadas en valores clave.

Algunas preguntas que responde *Las seis medallas del valor*

1. ¿De qué manera afectan los valores a la competitividad de nuestra organización?
2. ¿Qué percibirán los clientes como valores?
3. ¿Cuáles son los valores que se ofrecen a los clientes potenciales?
4. ¿Cuáles son los valores del negocio?
5. ¿Qué valores proporciona un diseño particular?
6. ¿Qué valores negativos es necesario evitar?

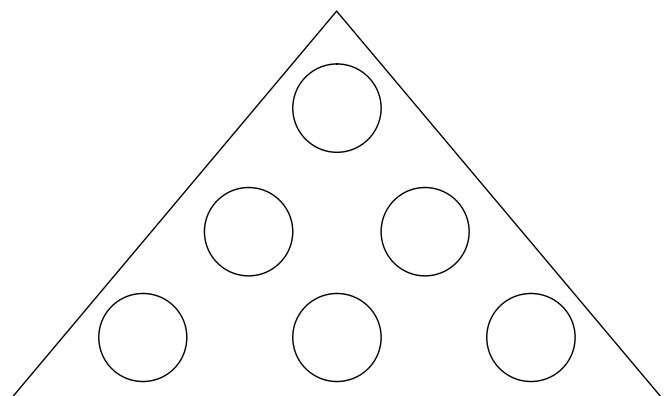


NOS DICE EL AUTOR

Sobre los valores

- Cualquier acción compromete un componente de valores que es imposible pasar por alto.
- Una comparación de valores sirve como base para poder tomar una decisión o emprender una acción.
- El diseño de cualquier negocio requiere de un examen exhaustivo de valores.
- Para resolver conflictos o disputas es necesario comprender los valores de las partes.
- Los valores cambian nuestra percepción y a la vez la percepción puede cambiar nuestros valores.

El triángulo de los valores



El triángulo de los valores está formado por seis círculos iguales que representan a las medallas y que están distribuidos uno en la cima, dos en la fila superior y tres en la fila inferior.



◆ En la cima: la medalla de plata

La **medalla de plata** está relacionada con los valores de la organización o de la persona, con los propósitos. Es el caso de valores relacionados con el propósito de la organización, tales como la rentabilidad, seguir existiendo y sobrevivir o contribuir a la sociedad suministrando productos o servicios necesarios. Que esta medalla esté ubicada en la cima del triángulo no significa que necesariamente haya de ser el valor más importante. Lo que sucede es que cada exploración se realiza desde un punto de vista particular, que suele ser el de la organización, que será quien evaluará los valores y tomará decisiones o emprenderá acciones de acuerdo con esa evaluación.

◆ En la fila superior: las medallas de acero y oro

La **medalla de acero** representa los valores de la calidad. La calidad como el acero, ha de ser fuerte.

La **medalla de oro** trata de los valores humanos. El oro es un material superior que no se deslucce y, finalmente, los valores humanos son los más importantes.

◆ En la fila inferior: las medallas de latón, madera y cristal

La **medalla de latón** trata de los valores de percepción. La percepción es real, incluso cuando no hay realidad. Y el latón puede parecer oro.

La **medalla de madera** representa los valores ecológicos en su sentido más amplio. Refiere al impacto en el medio ambiente y en la comunidad.

La **medalla de cristal** refiere a la innovación, la simplicidad y la creatividad. El material es un material simple, que se crea con arena.

Algunos beneficios que ofrece el enfoque de *Las seis medallas del valor*

1. Nos invita a dedicar tiempo a pensar en los valores.
 2. Nos permite evaluar valores y tomar decisiones apropiadas basadas en valores.
 3. Nos ayuda a asignar recursos cuando es necesario efectuar cambios en los valores.
 4. Nos impulsa a encontrar diseños para beneficiar a ambas partes y encontrar salidas cuando en disputas y conflictos existen choques de valores.
 5. Nos facilita la comprensión del mundo que nos rodea para poder transmitir nuestros valores y disfrutarlos.
-



Ficha técnica del libro

Título en inglés

The six value medals

Subtítulo en inglés

The essential tool for success in 21st century

Título en castellano

Las seis medallas del valor

Subtítulo en castellano

Nuevos enfoques para la evaluación de los valores

Autor

Edward de Bono

Cantidad de páginas

223

Editorial

Ediciones Urano

Año de publicación

2004

CONOZCA AL AUTOR

Edward de Bono

Edward de Bono es reconocido como una de las máximas autoridades en el campo del Pensamiento Creativo, la innovación y la enseñanza directa del pensamiento como una habilidad. También es ampliamente conocido por el desarrollo de la técnica de los «Seis sombreros para pensar» y las herramientas para «Dirección de la Atención» (DATT). Es quien originó el concepto de *Pensamiento Lateral* el cual es ahora parte del lenguaje usual.

Edward de Bono nació en Malta en 1933. Asistió a la Universidad de St. Edward's, Malta durante la Segunda Guerra Mundial y luego a la Universidad de Malta, donde se licenció en medicina. Marchó como Becario de Rhodes a la Christ Church, Oxford donde obtuvo el grado de honor en psicología y fisiología y después un doctorado en medicina. Obtuvo también un doctorado en Cambridge. Ha escrito 67 libros con traducciones en 37 idiomas y ha sido invitado a disertar en 52 países de todo el planeta. Alrededor del mundo existen numerosas universidades que usan sus libros como lectura obligatoria y escuelas secundarias que utilizan sus trabajos con asiduidad. En los Estados Unidos, Canadá, Australia, Nueva Zelanda, la República de Irlanda y el Reino Unido hay miles de escuelas que implementan los programas del Dr. de Bono para la enseñanza del pensamiento. En el «Encuentro Internacional sobre el Pensamiento» en Boston (1992) fue premiado como pionero clave en la enseñanza directa del pensamiento en las escuelas. El Dr. de Bono ha trabajado con muchas de las mayores corporaciones del mundo como IBM, Du Pont, Prudential, AT & T, British Airways, British Coal, NTT (Japón), Ericsson (Suecia), Total (Francia), Siemens, Microsoft, etc.

Su libro clave, *El mecanismo de la mente* se publicó el 1969. En él mostró cómo las redes nerviosas del cerebro forman patrones asimétricos como base de la percepción. La contribución especial de Edward de Bono ha sido señalar que la creatividad es un comportamiento necesario en un sistema de información autoorganizado.

DIJERON SOBRE LAS SEIS MEDALLAS DEL VALOR



David Tanner

Director técnico de *DuPont*, Center for Creativity and Innovation

En *Du Pont* tenemos una multitud de ejemplos de cómo nuestros técnicos han puesto en práctica las técnicas de pensamiento lateral del doctor De Bono de manera exitosa para resolver problemas difíciles.



John Sculley

Ex-presidente de *Apple Computer*

Soy admirador de la obra del doctor De Bono. Vivimos en una economía de la información en la que tenemos que guiarnos por nuestras ideas.



Jeremy Bullmore

Presidente de *J. Walter Thompson Company*

Las opiniones del doctor De Bono sobre la manera de pensar y la creatividad son convincentes.

Para visitar

La página oficial de Edward de Bono en castellano

<http://www.edwarddebono.com/es/?PHPSESSID=44ffed3b118644f6ab7051da94a716f7>



Otros libros del autor

- Aprende a pensar por ti mismo
Teach yourself to think
- Cómo atraer el interés de los demás
How to be more interesting
- Cómo enseñar a pensar a tu hijo
Teach your children to think
- Conflictos
Conflicts
- El pensamiento creativo
Serious thinking
- El pensamiento lateral: manual de creatividad
Lateral thinking: a textbook of creativity
- El pensamiento paralelo
Parallel thinking
- El pensamiento práctico
Practical thinking
- El texto de la sabiduría
Textbook of wisdom
- Ideas para profesionales que piensan
Letters to thinkers
- La revolución positiva
Handbook for a positive revolution
- Lógica fluida
Waterlogic
- Más allá de la competencia
Surpetition
- Seis pares de zapatos para la acción
Six action shoes
- Simplicidad
Simplicity
- Tácticas. Arte y ciencia del éxito.
Tactics: the arts and science of success
- Yo tengo razón; tú estás equivocado
I am right, you are wrong

LAS ÚLTIMAS PALABRAS

«No basta con saber que los valores son importantes. Necesitamos formas mejores de percibirlos, de hablar de ellos y de evaluarlos. Esta es la mejor base para cualquier tipo de acción.»
