

# ÍNDICE

<b>Introducción</b> .....	11
<b>Capítulo 1.</b>	
<b>AUTOLIDERAZGO</b> .....	17
1.1. El peligro de la devaluación personal .....	19
1.2. El arquero y el vendedor de aceite .....	22
1.3. Seis estrategias para la revaluación profesional .....	23
1.4. No permitas que tus sueños sean peores que tus recuerdos .....	31
1.5. Cómo gestionarse a uno mismo .....	32
1.6. ¿Qué es lo que te motiva realmente? .....	39
<b>Capítulo 2.</b>	
<b>LIDERAZGO</b> .....	47
2.1. El drama del jefe campechano .....	52
2.2. El ranking .....	55
2.3. ¿Seré un estorbo? .....	57
2.4. La humildad conduce al éxito .....	58
2.5. Lo que no sabes, no lo sabes .....	60
2.6. Contratar a los hijos .....	63
2.7. Todo lo que ayudes a un hijo, que no lo necesite, le perjudica .....	66
2.8. Caso Fagor; Endogamia, enchufismo, absentismo juvenil y malas actitudes .....	67
2.9. Korean Airlines o la teoría étnica de los accidentes aéreos	70
2.10. Liderazgo GRID .....	76
2.11. La crítica con respeto y sinceridad .....	81

<b>Capítulo 3.</b>	
<b>PERSONAS</b> .....	85
3.1. La habilidad para atraer y retener personas adecuadas .	87
3.2. Los mandos intermedios y la estructura .....	92
3.3. Modelo Grid .....	101
3.4. El Comité de dirección y la propiedad de la empresa .....	104
3.5. Necesitas más personal... ¡cualificado! .....	114
3.6. Análisis de los puestos de trabajo. Funciones y responsabilidades .....	119
3.7. El Comité de empresa y el acantilado del crecimiento ...	122
<b>Capítulo 4.</b>	
<b>CLIENTE</b> .....	125
4.1. Crecer es vender .....	127
4.2. Emprender es vender .....	128
4.3. Un poco de estrategia de mercado .....	129
4.4. Prioriza .....	135
4.5. La matriz de Ansoff .....	136
4.6. Estrategia de Marketing .....	140
4.7. Formas de conocer mejor a tus clientes .....	143
4.8. Segmentación .....	144
4.9. Estudia el entorno .....	149
4.10. Cómo buscar oportunidades .....	152
4.11. Focalízate en tus mejores clientes, mercados y productos .....	156
4.12. La venta no es arte, es método .....	164

<b>Capítulo 5.</b>	
<b>GESTIÓN</b> .....	173
5.1. Pero ¿qué es gestionar? .....	177
5.2. El programa que te va a solucionar la vida .....	180
5.3. El plan perfecto .....	182
5.4. La búsqueda de la excelencia .....	184
5.5. Implanta procedimientos .....	185
5.6. El primer plan estratégico .....	189
5.7. Cuidado con la decadencia relativa .....	190
5.8. Crecer no solo es facturar .....	191
5.9. ¿Qué tipo de empresa es la tuya? .....	200
5.10. ¿Qué haces mejor que los demás? .....	202
5.11. Controla: cuadro de mando .....	204
<b>Capítulo 6.</b>	
<b>FINANZAS</b> .....	213
6.1. Crecer es incrementar la estructura de la empresa .....	215
6.2. ¿Tienes economías de escala o deseconomías? .....	217
6.3. El ciclo financiero .....	220
6.4. Fondo de maniobra .....	229
6.5. El resultado de tu empresa .....	229
6.6. Requisitos legales derivados del tamaño .....	247
<b>Capítulo 7.</b>	
<b>INNOVACIÓN</b> .....	249
7.1. Innovar es vender y sobrevivir .....	251
7.2. El tamaño de la empresa y la innovación .....	255
7.3. Érase una vez en Egipto .....	258
7.4. ¿Es necesaria una marca? .....	276
7.5. Fuerza de ventas para un nuevo producto .....	280