

# ÍNDICE

PRÓLOGO .....	3
PREFACIO .....	5
AGRADECIMIENTOS .....	7

## PRIMERA PARTE

INTRODUCCIÓN AL TRIÁNGULO .....	9
LAS TRES GRANDES REVOLUCIONES DEL SIGLO XX.....	11
RESULTADOS QUE HABLAN POR SÍ SOLOS.....	12
EL TRIÁNGULO DEL ÉXITO.....	14
BENCHMARKING.....	15
EL EQUILIBRO DEL MUNDO EXTERNO.....	16

## SEGUNDA PARTE

LOS CLIENTES .....	19
EL CICLO PERPETUODEL MARKETING.....	21
<b>La Investigación</b> .....	23
<b>La Estrategia</b> .....	29
<b>El Posicionamiento</b> .....	30
<b>La Marca</b> .....	31
<b>La Distribución</b> .....	35
<b>Planes de Acción</b> .....	37
LOS CASOS .....	39
<b>Hilton do Brasil, Sao Paulo – Rio de Janeiro, Brasil</b> .....	39
<b>Castellana Inter-Continental, Madrid, España</b> .....	41
<b>Gran Hotel Bahía del Duque, Adeje, Tenerife, España</b> .....	46
<b>Hotel Costa Galana, Mar del Plata, Argentina</b> .....	57
<b>Hotel Crowne Plaza, Madrid, España</b> .....	63
<b>Hotel Hesperia Madrid, Madrid, España</b> .....	71

## TERCERA PARTE

LOS INVERSORES .....	79
LA DECISIÓN EMPRESARIAL .....	81
LOS TRES ERRORES MÁS FRECUENTE .....	83
LOS OBJETIVOS DE LOS INVERSORES .....	85
EL PLAN DE NEGOCIO .....	85
LA OBSESIÓN POR LOS GASTOS.....	88
LA RELACIÓN INVEERORES – GESTIÓN.....	91
AUDITORÍAS.....	98

## CUARTA PARTE

LOS RECURSOS HUMANOS.....	103
LAS BASES DE UN BUEN LIDERAZGO.....	105
El Liderazgo.....	105
El Buen Ejemplo .....	106
Lo Mejor de Cada Uno .....	107
La Gestión del Cambio.....	107
El Sentido Común y la Capacidad de Simplificar los Problemas .....	109
El Sentido de Humor.....	111
LOS CASTINGS.....	111
EL DEPARTAMENTO DE RECURSOS HUMANOS .....	113
La Búsqueda y la Selección .....	114
La Incorporación .....	114
El Seguimiento .....	115
Las Evaluaciones .....	116
La Formación .....	116
LA COMPENSACIÓN .....	117
LA MISIÓN Y LOS OBJETIVOS .....	118
LOS COMITÉS DE EMPRESA.....	121
LA COMUNICACIÓN.....	123
El Respeto Mutuo .....	124
La Simplicidad y Claridad de los Mensajes .....	125
Compartir los Objetivos.....	128
TRABAJAR EN EQUIPO.....	132