



«La definición de lo que es una empresa exitosa se encuentra en el hecho de que la compañía hace las cosas bien de manera consistente y coherente, a lo largo de los años, con o sin crisis».

Luis Abril, presidente de Corporate Excellence y prologuista de la obra

Autor: **Jorge Díaz-Cardiel** • Editorial: **LID Editorial Empresarial** • Colección: **Acción Empresarial** • ISBN: **9788483566992** • Precio: **19,90 euros** • Formato en centímetros: **15x22 cm** • Encuadernación: **Rústica** • Número de páginas: **208**

## El autor

**Jorge Díaz-Cardiel** es licenciado en Economía y Empresa, Derecho Mercantil, Sociología, Filosofía, Historia y Periodismo así como MBA por Babson College (Harvard). Premio en Economía de las Cámaras de Comercio de España, es colaborador en medios de comunicación y autor de *La reinención de Obama*. Fue director de relaciones con inversores de Shandwick Consultants, director de Marketing de Intel Corporation, socio director general de negocio de Brodeur Worldwide Iberia y de Porter Novelli International y director general de Ipsos Public Affaire. Es socio director general de Advice Strategic Consultants donde realiza consultoría y estudios económicos para las principales empresas e instituciones españolas e internacionales.



Además es ponente de LID Conferenciantes ([jdc@lidconferenciantes.com](mailto:jdc@lidconferenciantes.com)), la red de los mejores especialistas en empresa

## Índice

Prólogo de Luis Abril

Prefacio. Admiración por el éxito empresarial

Introducción

1. Economía, gobierno y empresas
2. Telefónica, primera compañía de nuestro país: la empresa más estratégica para España
3. Iberdrola o la internacionalización por bandera
4. Danone: las ventajas y beneficios de tener claro el camino
5. Microsoft, HP e Intel: décadas de triunfo ininterrumpido
6. La Caixa. «Aunque se hundiera España, La Caixa seguiría existiendo»
7. Abertis, primera empresa de gestión de infraestructuras del mundo
8. El Corte Inglés: esencia española, líder en distribución... Y mucho más
9. Novartis, primera en un sector difícil: el de las empresas farmacéuticas
10. Sector turístico. Las cadenas hoteleras españolas y el mundo de la empresa familiar: AC Hoteles, NH, Iberostar, Sol Meliá y Paradores de Turismo
11. Seguros: Mapfre, seguida por Caser y Sanitas..., y el segmento específico del seguro del automóvil: Mutua Madrileña, Seguros Pelayo y Línea Directa Aseguradora
12. Santander: ponerse el mundo por montera y un nuevo sistema financiero en España
13. Éxito empresarial en Internet: la gran sorpresa
14. Indra, primera empresa consultora de España..., seguida por Deloitte y por PWC

Epílogo

Conclusión



## La obra

Alcanzar el éxito empresarial se ha convertido en todo un reto con la actual situación económica. Por ello, Jorge Díaz-Cardiel nos insufla optimismo a través de un viaje por el panorama empresarial español analizando los factores comunes que han ayudado a exitosas empresas a llegar donde se encuentran.

Son 25 las empresas analizadas a lo largo de *Éxito con o sin crisis* y 25 los parámetros empresariales comunes incluidos en su qué hacer diario. A través de su obra, Jorge Díaz-Cardiel demuestra que «en España, a pesar de la crisis económica, sigue habiendo muchas empresas que continúan creando riqueza, la distribuyen y contribuyen de manera socialmente responsable a mejorar la comunidad en la que se desenvuelven» tal y como comenta Luis Abril en el prólogo del libro.

Los 25 parámetros del éxito empresarial atañen e implican a todas las áreas de una empresa consideradas como un todo y no como departamentos y unidades de negocio con objetivos propios. Se trata de 25 parámetros que «en los buenos tiempos son arietes, puntas de lanza que les ayudan a mejorar la cuenta de resultados, ganar cuota de mercado, o simplemente distribuir más dividendo a los accionistas. En épocas de crisis como la actual, esos mismos parámetros actúan como protectores».

### Los 25 factores del éxito empresarial

1. Estar sujeto constantemente al escrutinio de los expertos y el mercado al objeto de mejorar el rendimiento de la empresa.
2. Conocer al dedillo la situación económica del país y de las principales regiones económicas en que se organiza el mundo, con especial énfasis en los mercados geográficos en los que opera la empresa.
3. Acudir con tanta frecuencia como sea posible a estudios de mercado, de despacho, encuestas, etc., que aporten inteligencia de negocio al líder empresarial, comité de dirección y mandos intermedios.
4. Conocimiento profundo de las políticas económicas del Gobierno y cómo pueden afectar al negocio.
5. Estudiar mediante expertos el llamado entorno Web 2.0.
6. Tener una buena estrategia de negocio en Internet desde dos puntos de vista: de dentro a fuera, buscar fórmulas para hacer negocio en y a través de Internet; desde afuera hacia dentro, cómo puede afectar al rendimiento económico de la empresa el mundo Internet.
7. Incorporar los criterios importantes de valoración de empresas que hemos visto antes a la cultura de la empresa y hacer que permeen en toda la compañía, para que todos los hagan propios.
8. Atender a las obligaciones sociales de la empresa para con la comunidad.
9. Saber la favorabilidad del mercado hacia los sectores de actividad.
10. Conocer a los empresarios más destacados e influyentes de España, ni que decir tiene que contar un buen líder empresarial en la propia organización es vital para conseguir el éxito, como hemos visto antes, por su potencial formidable al desarrollo de negocio.
11. Saber el grado de favorabilidad del mercado hacia las primeras 200 primeras empresas de España, empezando por las del propio sector de actividad, y llevar a cabo un profundo análisis de la competencia. Saber el lugar que ocupa la propia empresa.
12. Conocer hasta qué punto el mercado y los expertos harían una recomendación positiva sobre las 200 primeras empresas de España. Aplicar el mismo criterio a la propia compañía.

13. Establecer excelentes relaciones entre la prensa y las empresas. El éxito empresarial debe ser comunicado, y los medios de comunicación contribuyen a ello en un 90% entre líderes de opinión.
14. Excelente calidad de los productos y servicios de la empresa.
15. La mejor atención y trato de la empresa a sus clientes.
16. Luchar por conseguir ser la empresa del sector con mayor éxito y proyectar el éxito a futuro. Cuando menos, a cinco años vista.
17. Estrategia corporativa potente y clara.
18. Mejor gestión empresarial.
19. Sensibilidad medioambiental.
20. Empresa que apoya y aporta en beneficio de la sociedad.
21. Empresa con sensibilidad de negocio hacia Latinoamérica.
22. Llegar a ser empresa estratégica para España.
23. Empresa con mayor presencia internacional.
24. Empresa líder en innovación.
25. Empresa con estrategia corporativa más fuerte y clara dentro de su sector.

A lo largo de la obra **Jorge Díaz-Cardiel** recoge los casos de éxito de compañías pertenecientes a diferentes sectores de actividad, en su mayor parte empresas españolas pero también extranjeras con presencia en España, compañías que tienen en común que cumplen con disciplina los 25 parámetros del éxito empresarial tanto en años de bonanza económica como en tiempos turbulentos como los actuales. Se trata de Telefónica, Iberdrola, Danone, Microsoft, HP, Intel, La Caixa, Abertis, El Corte Inglés, Novartis, AC Hoteles, NH, Iberostar, Sol Meliá, Paradores de Turismo, Mapfre, Caser, Sanitas, Seguros pelayo, Línea Directa Aseguradora, Santander, Indra, Deloitte y PWC.

Además, a lo largo de la obra el autor hace referencia a más de 100 empresas, compañías que ha conocido a lo largo de 8 años de investigaciones a partir de los que ha desarrollado esta teoría original y propia.

El éxito empresarial no es fruto de la casualidad, sino de la búsqueda lícita y legítima de la excelencia, en todos y cada uno de los 25 criterios en los que **Jorge Díaz-Cardiel** ha querido encapsular y resumir los factores de éxito empresarial. **Éxito con o sin crisis** no pretende dar lecciones pero, si el lector pone atención en el texto, sacará sus propias conclusiones de los ejemplos positivos de éxito empresarial encontrando las claves para aplicarlos a su propia compañía o departamento de su empresa.



**Para más información:**  
[laura.diez@lideditorial.com](mailto:laura.diez@lideditorial.com)  
91 372 90 03

