



Centro de  
Estudios de  
Estrategia

Marzo / 2017



# “ESTRATEGIAS DE NEGOCIOS”

Autor: Javier Vicuña



Hace un par de meses Amazon lanzó su nueva tienda **Amazon Go**, un concepto que incorpora tecnologías big data y sensores además de abandonar el uso de cajas y empleados para el cobro, así las cadenas de retail pueden ahorrar entre 15 y 20% por costos de logística. “La forma más habitual a esto es Smart retail. La revolución que llega ahora es que voy a poder contactar al cliente cuando este en la tienda y eso lo transforma todo” dice Oscar Diez de la consultora Minsait. Existen programas pilotos de algunas cadenas comerciales que ofrecen membresías para los cuales se requiere una foto del cliente. Con esa imagen las cámaras del establecimiento son capaces de reconocer el rostro de un comprador y obtener datos acerca de los hábitos de consumo a fin de ofrecerle mejores promociones. Además esta información puede ser muy útil y evitar comprar estudios de mercado

**Red Link** participó por primera vez del Mobile World Congress el evento internacional más importante de tecnología y telecomunicaciones que se llevó a cabo en Barcelona entre el 27 de febrero y el 3 de marzo. En el pabellón Digital Money la empresa presentó sus proyectos innovadores sobre biometría, cloudcomputing, manejo remoto de cajeros automáticos, para esto firmó una **alianza estratégica** con Xelios, para realizar transacciones y pagos identificándose con su huella dactilar, reconocimiento facial, reconocimiento de voz, scan de iris, entre otras soluciones.

**Los milenials y la tecnología inteligente** juegan un papel fundamental en el concepto de “personalización”. Los milenials son el grupo etario más numeroso de la mayoría de las economías desarrolladas del mundo y el más sofisticado en término de consumo. Según la revista Forbes estos exigen por sobre todo personalización. Suelen compartir su cultura y experiencias de compra con toda su comunicada virtual. El 86% declara que dejaría de tener contacto con una empresa por una mala experiencia como cliente. Actualmente el **Banco Galicia** está implementando un programa llamado **experiencia del cliente** que involucra a todas las áreas del banco. Por otro lado están surgiendo iniciativas estratégicas de empresas que invitan al cliente a crear sus propios

productos según las necesidades, generando así una nueva interacción marca-cliente, un claro ejemplo son los celulares y todas sus variantes.

El presidente Macri recibió a directivos de la consultora de servicios profesionales **EY Argentina**, quienes tomaron la decisión de incorporar 1000 jóvenes profesionales para su plan de expansión de negocios en el país. La mayoría de los casos las propuestas están dirigidas a profesionales de las ciencias económicas, ingeniería y derecho.

**YPF y Dow Argentina** firmaron un convenio de cooperación con el objetivo de **compartir buenas prácticas empresariales**, enriquecer el conocimiento de los equipos de trabajo y generar sinergias. El acuerdo consiste en el intercambio de profesionales de alto desempeño provenientes de diversas especialidades que posibilitará el desarrollo de los profesionales. Esta iniciativa está en la vanguardia de las últimas tendencias en recursos humanos al instalar un nuevo paradigma que busca compartir los talentos.

Con estrenos como “Narcos”, “Breaking Bad” y “Black Mirror”, el punto fuerte de **Netflix**, el popular servicio de Streaming son las series. La directiva es producir historias que resuenen alrededor del mundo, incluso a través del uso de talento local. No obstante, la proyección consiste en también lanzar películas que generen impacto. Hoy el plan es invertir unos US\$6.000 millones en contenido original para este año.

¿Qué cualidades de **Jobs** guiaron su camino al éxito?

### 1. **Perfeccionismo**

Muchos profesionales declaran ser perfeccionistas, pero Jobs rayaba en lo obsesivo. Para el lanzamiento del primer iPod, sus colaboradores de Apple pasaron toda la noche trabajando en el reemplazo de la toma de los auriculares porque él consideraba que no hacían clic en la forma precisa y deseable.



### 2. **Mente fría**

Jobs descartó algunos de los productos que creó porque no les veía futuro. Aun así, no se arrepentía de las decisiones que tomaba. Por ejemplo, canceló la creación del clon del Palm Pilot porque visualizó que los teléfonos con internet móvil se impondrían a las computadoras de bolsillo.

### 3. **Seleccionar a los mejores**

El creador del iPhone siempre se preocupó de elegir a los mejores ejecutivos para que se encargaran de la ejecución de sus proyectos. Para el lanzamiento de las cadenas de tiendas Apple, Jobs reclutó al arquitecto I.M. Pei y a Mickey Drexler, de Gap para que formaran parte del consejo de administración de su empresa.

### 4. **Equipos pequeños**

La obsesión de Jobs se traducían también en la cantidad de colaboradores. Estos grupos debían ser exactos, es decir, 50, 60 o 100, ya que no podía aprenderse más nombres de sus empleados. Si llegaba un nuevo trabajador debía dar de baja a otro.

### 5. **No basarse sólo en los estudios de mercado**

Jobs no creía en estos estudios, decía "la gente no sabe lo que quiere hasta que uno se lo muestra", por eso, el cofundador de la empresa de la manzana probaba sus propios productos antes de lanzarlos al mercado.

### 6. **Estudiar los temas**

Antes de estrenar un producto, Steve Jobs estudiaba muy bien los folletos comerciales de Apple y, para ello, se fijaba en su competencia directa. También se paseaba con sus productos por las instalaciones de la marca para buscar inspiración.

### 7. **Simplificar**

Los diseños de Apple se basan en la simplificación, por eso, Steve Jobs nunca quiso colocar numerosos botones en el iPod. De ahí surgió la función de desplazamiento.

#### 8. Perfeccionamiento de los prototipos

Como ya es sabido, el cofundador de Apple se preocupaba del más mínimo detalle. Es por eso que para construir el prototipo de la tienda ideal de la compañía, los diseñadores y arquitectos trabajaron en secreto por un año, pero Jobs desechó la idea y ordenó que volvieran a trabajar de cero.

#### 9. Carisma

Sólo con su entusiasmo, Steve Jobs lograba motivar a sus empleados a que trabajaran más de lo permitido, pero lo hacían felices. Por ejemplo, el personal que diseñó el primer Mac se pasó tres años seguidos trabajando 90 horas semanales para concebir una excelente computadora.

#### 10. Cuidar los secretos

Los empleados de Jobs saben guardar información privilegiada. Incluso, la empresa está organizada en compartimentos cerrados para que ninguno de sus empleados sepa más de lo necesario. Es por eso que los productos de Apple generan tanta expectación entre los consumidores.