



Centro de
Estudios de
Estrategia

Mayo / 2017



“INFORME ESTRATEGIA DE NEGOCIOS”

Autor: JAVIER VICUÑA



El emprendedor tenía 40 años cuando abrió la Ford Motor Company con la intención de crear un automóvil económico y disponible para cualquier persona. La introducción del Modelo T, su icónico automóvil, revolucionó el transporte, generó la producción en cadena y dio forma a muchas de las políticas laborales del siglo 20. Hoy por hoy, el sueño de este ingeniero estadounidense es real y Ford sigue siendo una de las marcas más reconocidas de la industria automotriz. Independientemente de su calidad como persona (algunas de sus posturas políticas lo han hecho un personaje controversial) nadie puede negar que el mundo de los negocios se transformó con Ford. A 68 años de su muerte, ¿qué podemos aprender de su éxito? Aquí hay 5 lecciones que este empresario dejó:

1. La clave del éxito es la innovación “Innovación sin ejecución es alucinación”.- Henry Ford. Ford no era inventor sino un innovador. Gracias a su modelo de ensamblaje en línea se originó la producción en masa en una escala nunca antes vista. Sin embargo, hay que recordar que Ford no inventó el auto, simplemente tomó un producto que ya existía, lo mejoró y lo vendió como un producto nuevo para un mercado que nunca antes pudo tenerlo.

2. De ser necesario, crea tu mercado “Si le hubiera preguntado a las personas qué querían, me hubieran dicho que caballos más rápidos”.- Henry Ford. Ford logró su éxito al ofrecer una solución para un problema que la gente no sabía que tenía. Como ingeniero, Ford quería desarrollar una forma de transporte personalizada, pero antes de hacerlo, hizo una fuerte investigación de mercado para descubrir qué necesitaba la gente y cuánto estaba dispuesta a pagar. El desarrollo de la producción en línea del Modelo T fue hecho con el propósito de llegar a un mercado amplio con un automóvil de bajo costo. Ford sabía qué necesitaba el público aun cuando este lo ignoraba.

3. La importancia de la calidad

“Calidad significa hacer las cosas bien cuando nadie te está viendo”.- Henry Ford.

A pesar del gran éxito que Ford obtuvo a principios del siglo 20 con su Modelo T, su ética laboral jamás cambió. El empresario sabía que la producción en masa podría provocar que la calidad de su producto bajara con el tiempo, pero para él era tan importante la reputación de su nombre, que jamás permitió que eso pasara. Tenía otra frase que explicaba por qué era tan

exigente con la calidad de sus automóviles: “No puedes generar reputación en las cosas que aún no haces”. Ford sabía que en el mundo de los negocios tener un buen nombre que esté relacionado con un producto de calidad es indispensable para el éxito.

4. La eficiencia es la clave del éxito

“He observado que las personas eficientes avanzan mientras el resto pierde el tiempo”.- Henry Ford. La compañía de Ford estaba basada en la eficiencia de su línea de producción. El ensamblaje en línea le permitía producir automóviles de manera rápida y a bajo costo, pero también le abrió la puerta para pagar mejores salarios a sus empleados. Esto a su vez hizo que la empresa pudiera retenerlos por más tiempo y entrenarlos para el crecimiento de la firma.

Cuando Ford introdujo este modelo de producción en Michigan en 1913, dobló la producción de su Modelo T sin tener que contratar más empleados o sacrificar la calidad de su producto. Los precios de los autos bajaron de US\$800 a US\$350 y los salarios de sus empleados subieron de US\$2,34 al día a US\$5. Todo esto sin sacrificar ganancias.

5. **Un paso a la vez** “No hay nada que sea realmente difícil, sólo un montón de problemas pequeños”.- Henry Ford. Ford nunca pensó que su nombre sería icónico en la industria automotriz 68 años después de su muerte. Él comenzó su empresa desarrollando un producto, después diseñando un modelo de producción que le permitiera tener precios competitivos, luego estudiando ampliamente el mercado y finalmente, lanzando una fuerte campaña de publicidad.

Practia junto a Smiling Cosmos presentan el primer “espejo de emociones”. El desarrollo fue generado integrando tecnología existente y disponible en el mercado y diseñado para crear una herramienta que permite captar los sentimientos de las personas y registrar sus emociones frente a la comunicación de productos y servicios. Esta herramienta pretende cambiar la forma en el que las empresas diseñan la experiencia de sus clientes e incrementar la eficiencia de sus acciones de comercialización.

El equipo reúne una pantalla/espejonativo (mirrow display) de 49 pulgadas, de 109 cm. de alto y 62 cm. de ancho y una cámara web HD que capta la imagen de los consumidores y clientes que se ven reflejados en el espejo. A partir de las imágenes de la cámara, usando computación cognitiva, reconoce cuando hay una persona frente al espejo y registra en tiempo real las

emociones que se dibujan en su rostro. El espejo registra entre ocho emociones cuál es la dominante, le asigna un valor (entre 40 valores distintos) y muestra de manera atractiva esta información en la pantalla.

Como parte de su programa de desarrollo de tecnología integrada para la transformación digital de los negocios en América Latina, el equipo de expertos de Practia y Smiling Cosmos presentó en Argentina este desarrollo: “Han pasado cerca de 150 años desde que Lewis Carroll publicara A través del espejo y lo que Alicia encontró allí y aún hoy los espejos siguen ocupando un lugar importante en la construcción de nuestras experiencias”, explica Carlos Farfán, Director General de Practia en Argentina. “Este proyecto de innovación tecnológica permite a los bancos, supermercados, empresas de servicios públicos y cualquier otro sector productivo en contacto directo con el usuario final, redescubrir los sentimientos de los clientes y rediseñar la experiencia que les proveen para mejorar los resultados del negocio en el corto y largo plazo”, agrega el ejecutivo.

Dell EMC emergió el año pasado como uno de los titanes de la industria tecnológica. Hoy, en Las Vegas, la empresa ha reconfirmado su valor y ha convocado a 13.500 personas para su evento anual, del Dell EMC World.

Lejos de ser un mero intento por demostrar músculo, Dell EMC ha puesto sobre la mesa un amplio portafolio de soluciones, incluso sostiene que es parte de una nueva revolución industrial que supone una cada vez mayor integración de las tecnologías de la información, algo a lo que apuesta decididamente.

Michael Dell, CEO y fundador de Dell, aseguró que en ese sentido ve más una relación positiva tecnología y humanos, que "tecnología contra humanos".

El ejecutivo estadounidense, una de las leyendas vivientes del sector tecnológico, habló con propiedad ante un auditorio hiperconectado, frente a un escenario donde la tecnología está en cada centímetro y donde las mejores de sus frases se convierten en tuits.

El ejecutivo dijo en su ponencia que el mundo debe enfrentar 4 transformaciones la digital, la de tecnologías de la información, la del puesto de trabajo y la de la seguridad. La masificación

de la tecnología ha traído consigo una gran apuesta por la movilidad, condición que pone presión principalmente sobre las últimas dos de las transformaciones que menciona Dell.

El video de presentación incluye aplicaciones del grupo tecnológico en diversos campos, como la aviación comercial, sanidad, agricultura, movilidad, entre otros, un proceso donde la generación de datos es masivo.

La "nube" es clave en este proceso, dentro del cual la fusión de Dell y EMC ha logrado dar en el clavo y está atrayendo a nuevas empresas que se suman a colaboraciones para desarrollos de corto y largo plazo.

Michael Dell ha subido más de una vez al escenario, la primera ante un auditorio completo y la segunda para hablar con alrededor de 300 periodistas y analistas sobre el futuro del sector, pero no han sido las únicas, a lo largo del día ha estado en diversas entrevistas, incluso frente a un auditorio repleto de partners a quienes definió como claves para el negocio.

Las delegaciones provienen de todo el mundo (144 países para ser exactos), territorios donde Dell busca lograr despuntar ante sus competidores como Oracle o Google, por mencionar a algunas.

“Hacer que la transformación Digital ocurra, hacer que sea real, es por lo que creamos Dell Technologies, combinando las innovaciones de Dell EMC, Pivotal, RSA, SecureWorks, Virtustream y VMware”, decía el directivo en su ponencia.

El ejecutivo sostiene que hay varios riesgos sobre las empresas, en especial en un momento donde hay un "boom" de startups que están ganando cada vez más terreno y amenazan a los negocios tradicionales.

Acompañado del ilusionista David Blaine, Dell insistió en que la adopción tecnológica es “como magia” para los negocios.

Dell agrega que ahora las empresas "compiten con startups más sofisticadas. Se necesita de una estrategia para el internet de las cosas, una estrategia para el cloud y una estrategia para la seguridad”, puntualiza.

La transformación está en marcha y en la ponencia principal de la jornada Dell EMC trajo al auditorio casos de éxito, entre ellos la automotriz Jaguar, la aeronáutica Boeing y de la productora de cine Sony Pictures.



Centro de Estudios de Estrategia

“Informe Estrategia de Negocios”

Autor: Javier Vicuña

Mayo/2017

