

TIPS DE CONOCIMIENTO: No. 39

Por: Rogelio Carrillo Penso



LA RUTA A LA EXCELENCIA

LIDERAZGO NIVEL 5

Líderes de bajo perfil, humildad personal, y voluntad profesional

PRIMERO QUIEN LUEGO QUÉ

La gente correcta en los sitios correctos

CONFRONTAR LAS DURAS REALIDADES

Afrontar los problemas con disciplina y tener Fe

EL CONCEPTO DEL ERIZO

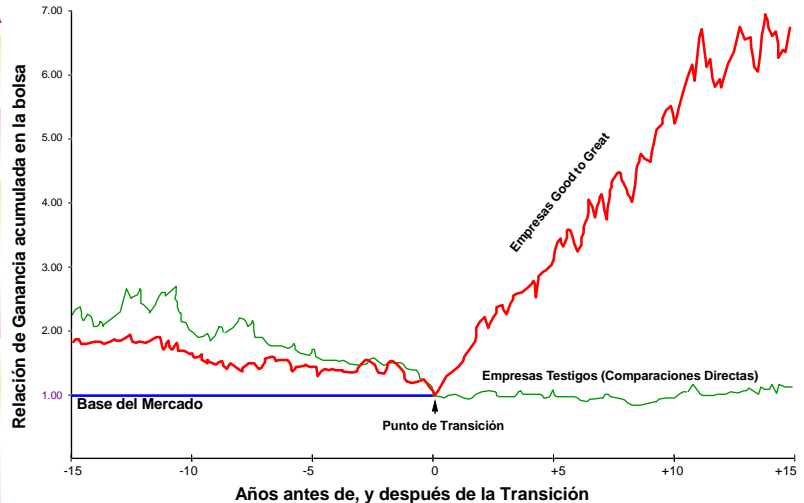
¿Que podemos hacer mejor que nadie en el mundo?

CULTURA DE DISCIPLINA

Gente disciplinada, mente disciplinada, acción disciplinada, espíritu emprendedor

ACELERADORES TECNOLÓGICOS

Pensar diferente sobre la tecnología. ¿Cual es la que fortalece nuestra ruta?



Muestra la relación promedio del valor de la acción de cada empresa, calculada a 1.00 para el momento de su transición

Good to Great por Jim Collins.

Todos quisiéramos ver un gráfico de resultados exitosos como este que reflejara nuestra empresa. Este trabajo de investigación muestra el aumento consistente del valor en la Bolsa de NY de 11 empresas a partir de **un momento especial**: el momento en que descubrieron que podían ser las mejores del mundo en un aspecto especial, y cambiaron la forma de medir su resultado. ¿Cuáles son y qué hicieron?

ABBOTT LABORATORIES FARMACÉUTICA: Mejores Que Nadie en reducir el costo del cuidado de salud. Cambiaron de Utilidad por Línea de producto a Utilidad por Empleado.

CIRCUIT CITY ELECTRÓNICA: Mejores Que Nadie integrando ejecución superior de servicio, variedad, ahorro y satisfacción del cliente. Cambiaron de Utilidad por Tienda a Utilidad por Zona Geográfica.

FANNIE MAE FINANCIERA: Mejores Que Nadie manejando el nivel de riesgo en hipotecas. Cambiaron de Utilidad por Hipoteca a Utilidad por Nivel de Riesgo.

GILLETTE CONSUMO: Mejores Que Nadie en potenciar las marcas de consumo masivo que requieren manufactura sofisticada. Cambiaron de Utilidad por División a Utilidad por Cliente.

KIMBERLY-CLARK PAPELES: Mejores Que Nadie potenciando marcas fuertes en productos basados en papel. Cambiaron

de Utilidad por Molino a Utilidad por Marca preferidas por el público: Kleenex.

KROGER SUPERMERCADOS: Mejores Que Nadie creando mini tiendas especializadas dentro de cada supermercado. Cambiaron de Utilidad por Tienda a Utilidad por Habitante Local (Share por cada mercado local.)

NUCOR STEEL ACERO: Mejores Que Nadie en amarrar la cultura de la empresa con el desempeño organizacional y la tecnología. Cambiaron de Utilidad por División a Utilidad por Tonelada de Acero Terminado; enfatizando la productividad, no solo el volumen.

PHILLIP MORRIS TABACO: Mejores Que Nadie en crear lealtad en marcas de cigarrillo y otros consumibles. Cambiaron de Utilidad por Venta Regional a Utilidad por Marca de Categoría Global (La Coca-Cola del tabaco.)

PITNEY BOWES MENSAJERÍA: Mejores Que Nadie en mensajería que requiere una infraestructura de servicios de oficina (BackOffice.) Cambiaron de Utilidad por Equipo Dosificador de Estampillas a Utilidad por Cliente que usa sus Servicios (apalancándose en su producto tradicional.)

WALGREENS DRUGSTORE: Mejores Que Nadie con las tiendas mas cómodas en los sitios más convenientes al cliente. Cambiaron

de Utilidad por Tienda a Utilidad por Visita de Cliente (Tiendas adaptadas al nivel adquisitivo del mercado.)

WELLS FARGO BANCA: Mejores Que Nadie manejando un Banco como un negocio, para enfrentar una competencia sin la protección de la regulación, concentrándose en la costa oeste de estados Unidos. La Banca es un commodity, hay que venderse bien. Cambiaron de Utilidad por Préstamo a Utilidad por Empleado.

EL ERIZO HEDGEHOG CONCEPT: es descubrir aquella única cosa que puede hacernos extraordinarios. Integra la comprensión de **(I)** aprovechar aquellos por lo que somos profundamente apasionados. **(II)** Detectar en qué podemos ser los mejores del mundo: producto, servicio, actividad, relaciones, interacciones, etc, y **(III)** enfocarse en el indicador que motoriza nuestra fortaleza financiera.

PERO ANTES QUE NADA; MONTE A LA GENTE CORRECTA EN EL AUTOBÚS, Y LUEGO ASEGÚRESE QUE ESTÁN SENTADOS EN LOS ASIENTOS CORRECTOS.