

Actualmente los inversores esperan de los managers que logren adelantos y que los consigan rápido. Aquellos que no pueden realizar progresos visibles en función de las metas durante el primero o segundo año seguramente deban pensar en conseguir otro empleo.

Tanto las corporaciones como las organizaciones sin fines de lucro necesitan conseguir resultados y pronto. No hay tiempo para errores, no hay tiempo para volver atrás ni tampoco para rehacer lo que ya deberían haber hecho correctamente. ¿Cómo se consiguen los adelantos? Para responder esta pregunta los consultores y ex managers Mark Gottfredson y Steve Schaubert entrevistaron más de cuarenta CEOs- tanto de la industria como del tercer sector- y realizaron un intensivo estudio sobre qué es lo que hacen exitosamente los managers.

De este modo lograron formularon cuatro leyes que constituyen el fundamento de las estrategias de management. Tanto si usted gerencia un pequeño equipo de trabajo, una corporación multinacional, una división o una organización sin fines de lucro, este libro lo ayudará a determinar dónde está, qué tan lejos puede llegar y cómo hacerlo alcanzando brillantes resultados.

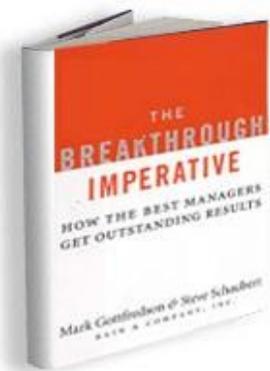
Bibliografía

Mark Gottfredson

y

Steve Schaubert

Con fines exclusivamente didácticos
Artículo 63 Inciso B Ley de Derechos de Autor y Derechos Conexos.
Decreto 33-98 del Congreso de la República de Guatemala



El adelanto imprescindible

Cómo obtienen resultados sobresalientes los mejores managers

Por Mark Gottfredson

y

Steve Schaubert

Algunas preguntas que responde El adelanto imprescindible

1. ¿Cómo hacen los managers y CEOs para alcanzar resultados sobresalientes?
2. ¿Cuáles son las cuatro leyes que gobiernan el management?
3. ¿Cómo desarrollar un estilo de management reflexivo, comprometido y audaz?
4. ¿Cómo construir una cultura organizacional que apoye la mejora del desempeño?

Nos dicen los autores

Las cuatro leyes

Estas cuatro leyes **no son prescripciones**. Son **descripciones** del modo en que funcionan los negocios. Estas proveen el contexto en el cual los managers deben operar. Los managers no pueden ignorarlas. Si lo hacen, perderán clientes. Estas leyes son poderosas precisamente porque cada una describe cómo satisfacer las necesidades de los clientes de una manera mejor que los competidores. Finalmente los clientes constituyen sus auténticos jefes. Ellos serán quienes juzguen lo que usted hace y tomarán sus decisiones en consecuencia.

Ley 1: Los costos y los precios siempre bajan

Ley 2: La posición competitiva determina sus opciones

Cuatro leyes

Ley 3: Los clientes y los fondos de inversión no permanecen quietos

Ley 4: La simplicidad logra resultados

Ley 1.

LOS COSTOS Y LOS PRECIOS SIEMPRE BAJAN

Los costos y precios siempre bajan porque cuanto más se realiza una tarea, menor costo deberá tener. Si una compañía no sigue esta ley, un competidor la seguirá. ¿Sabe usted cuáles serán los precios de sus principales productos y servicios dentro de 5 años?

Ley 2.

LA POSICIÓN COMPETITIVA DETERMINA SUS OPCIONES

La reducción de costos sin el acompañamiento de un plan de construcción de ingresos no dará sustentabilidad a la compañía.

¿Sabe usted cuáles son las posiciones de mercado de sus competidores?

¿Puede usted diagnosticar cuáles son las posibles estrategias que ellos implementarán?

Ley 3.

LOS CLIENTES Y LOS FONDOS DE INVERSIÓN NO PERMANECEN ESTÁTICOS

¿Qué Segmentos nutrirán su rentabilidad dentro de unos pocos años?

¿Ha identificado usted los cambios en los fondos de inversiones de su industria en últimos años y sabe usted cómo serán los cambios a futuro?

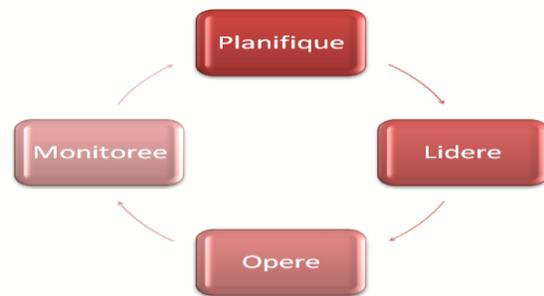
Ley 4.

LA SIMPLICIDAD LOGRA RESULTADOS

Mediante la simplicidad se obtienen resultados. Los costos incrementales de más productos o de procesos más complejos superan los beneficios.

¿Comprende usted los costos sistémicos de los productos y procesos en su organización y cómo afectan a sus ingresos?

LA RUTA QUE CONDUCE HACIA LOS RESULTADOS



Planifique:

Es preciso diagnosticar y diseñar el mapa de la ruta que se habrá de seguir. Es preciso establecer el punto de llegada de manera específica: definirlo y cuantificarlo. El punto de llegada debe motivar a los inversores, a los empleados, a los empleados. A todos. Todos deben sentir que las acciones deben realizarse con urgencia, que no hay tiempo que perder. Pero también debe ser realista.

- Defina puntos de partida y de llegada.
- Defina las principales iniciativas de acción.

MONITOREE:

Lo que se monitorea, se gestiona. Es un cliché, pero es cierto. Los grandes managers deben monitorear los indicadores claves y todos en la organización deben hacerlo también.

- Mida el desempeño.
- Remueva los obstáculos.
- Actúe sobre los resultados.

ALGUNOS BENEFICIOS QUE OFRECE EL ADELANTO IMPRESCINDIBLE

- Enseña a comprender las cuatro leyes que gobiernan el management en la actualidad.
- Explica cómo hacer para alcanzar resultados extraordinarios.
- Detalle qué hacer para construir una cultura organizacional que permita el logro de adelantos constantes.

Las cuatro leyes proveen la base esencial que usted necesita para liderar una compañía o cualquier otra organización en forma efectiva. Le ayudarán a evitar escollos y a conducir la mejora del desempeño. Estas leyes son los elementos básicos de los negocios. Son los equivalentes de la defensa, el pase y el ataque en el basketball o el fútbol. A medida que usted las domine, podrá pensar en ellas. A medida que desarrolle una comprensión profunda del punto de partida y una visión del punto de llegada, usted será capaz de comunicarlo en una conversación de dos minutos.

A medida que diseñe su ruta hacia los resultados, se asegurará de haber generado las condiciones necesarias para que su organización avance. Nada de todo esto es fácil. Pero si lo hace bien, tendrá éxito. Enfrentará el desafío del adelanto imprescindible y lo dominará.

CONOZCA A LOS AUTORES



MARCK GOTTFREDSON

Mark Gottfredson obtuvo un MBA en la Escuela de Negocios de la Universidad de Harvard en 1983. Es director de Bain & Company, fundada en 1990. Durante los últimos 24 años ha ofrecido consultoría a CEOs y managers de alto nivel en una amplia gama de industrias. Es líder en estrategias de negocios, manufactura y prácticas de ventas al por menor.



STEVE SCHAUBTER

Steve Schaubter realizó sus estudios de grado en Ingeniería en la Universidad de Yale y obtuvo un MBA en la Escuela de Negocios de la Universidad de Harvard. Es director de la oficina de Bain & Company en Boston. Ha trabajado con clientes en temas como servicios

financieros y negocios de distribución, entre otros.

Fichatécnicadel libro

Título en inglés: The break- through imperative

Título en castellano: E l adelanto imprescindible

Subtítulo en castellano: Cómo obtienen resultados sobresalientes los mejores managers

Subtítulo en inglés: How the best managers get outstanding results

Autores: Mark Gottfredson y Steve Schaubert

Cantidad de páginas: 367

Editorial: Collins

Año: 2008