

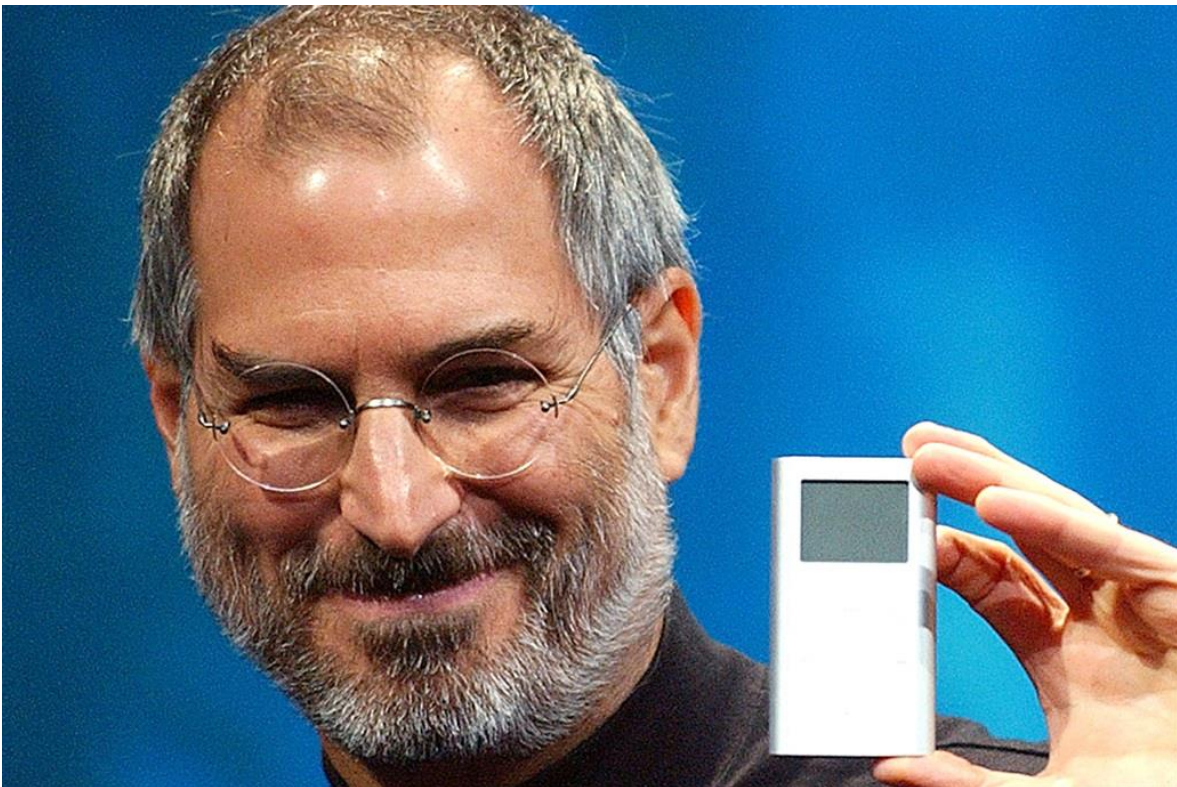


CAPACITARTE



LA NACION

Por qué Steve Jobs fue uno de los CEO del siglo¹



Cambió las reglas de la industria de la música, el cine y los teléfonos celulares. Con sus ideas logró conquistar mercados y lograr millones. Por qué sus competidores lo copian.

Por: **Juan Pablo De Santis**

¹ Fuente: <http://www.lanacion.com.ar/1412352-por-que-steve-jobs-fue-uno-de-los-ceo-del-siglo>

Todas las dudas quedan despejadas en una [entrevista](#) de la revista Playboy en 1985. Por entonces [Steve Jobs](#) tenía 29 años y era considerado uno de los jóvenes más ricos y talentosos del mundo de los negocios. Allí el CEO de Apple pronosticó que el futuro de los desarrollos tecnológicos estaba "**en hacer productos móviles, que trabajen en red**". Hace 25 años logró ver que es lo que hoy sucede.

Jobs hizo orbitar sobre su propio eje algunas de las cualidades soñadas por cual hombre de negocios: altísima capacidad de liderazgo, visión clara sobre el futuro de su negocio, sensibilidad estética y permanente capacidad de innovación. Así logró convertir a sus productos en un "objeto de deseo", el sueño de cualquier director de *marketing*.

¿Por qué Jobs puede ser considerado uno de los grandes CEO del siglo? Una de las primeras aproximaciones está en haber desarrollado un concepto de negocio que necesitó ser copiado por sus competidores para poder sobrevivir. Algunas claves de su perfil empresario:

Valorizó sus ideas

Después de haber sido despedido, Jobs volvió a ser CEO de Apple en 2000, cuando la empresa estaba cerca de la bancarrota. Un año más tarde lanzó el primer prototipo de iPod y a partir de este reproductor de música logró desarrollar un ecosistemas de productos portátiles

dedicados al entretenimiento muy demandados por los consumidores, que dispararon el valor de las acciones de la compañía.

Para ser más concretos: en sus últimos once años como gerente general, logró que las acciones de Apple crecieran 1.389%. De hecho, se había auto-impuesto su sueldo anual de tan sólo 1 dólar, dado que había decidido que sólo cobraría dividendos de sus acciones si estas reportaban ganancias.

Jobs poseía 5,5 millones de acciones de Apple Inc valuadas en U\$S 1.840 millones y durante el año pasado había logrado elevar la facturación de la empresa en 70% hasta U\$S 14.000 millones. Detrás de Exxon Mobil, esta firma tecnológica es la segunda más valiosa del mundo: quien desee comprarla debería pagar U\$S 360.000 millones.

Creó un nuevo lenguaje

En la industria del entretenimiento, las empresas de Jobs redefinieron con éxito el lenguaje corporativo para comunicarse con el público: calidad antes que sólo rentabilidad. Apple se ha destacado por una impecable atención al cliente y altos niveles de satisfacción de sus consumidores.

En el cine, durante su exilio de Apple logró formar PIXAR, que terminaría convirtiéndose en el estudio de dibujos animados más grande del mundo. Desde allí, con el uso de la animación por computadora cambió la forma de hacer largometrajes infantiles. Todas

sus producciones fueron éxito de taquilla: Toy Story, Wall-E, Up!, Monsters Inc, entre otros.

En mayo de 2006 -ocho meses antes del lanzamiento del iPhone-, Jobs vendió todas sus acciones de Pixar a Disney en U\$S 7.500 millones. De este modo pasó a ser el accionista individual con más acciones en la compañía creadora del ratón *Mickey* .

Hizo las reglas

Con el lanzamiento iPod, el ecosistema Apple y la tienda digital iTunes logró que los usuarios pagaran por descargar contenido de Internet, en vez de apelar a la piratería. Creó un sistema de micropagos -U\$S 0,99 por la descarga de cada tema musical- y acabó con el álbum tradicional.

Las discográficas se vieron obligadas a asociarse con este sistema para poder difundir sus productos, dado que el 73% del mercado estadounidense de reproductores digitales de música son iPod. Desde su apertura en 2003, la tienda iTunes ha vendido más de 8.500 millones de temas musicales y se convirtió en el vendedor minorista de música más grande del mundo.

En resumen: en los últimos diez años reordenó y fijó nuevas reglas para la industria de la música, las películas y los teléfonos celulares.

Marketing personal

Steve Jobs desarrolló una fuerte imagen pública como *self-made man* (un hombre que se hizo a sí mismo), un concepto profundamente arraigado en la cultura empresaria de Estados Unidos. Fue un hombre que no cumplió con los cánones tradicionales de los grandes directores de Wall Street: no mostraba una preocupación desmedida por los balances.

A partir de su inteligencia, y a pesar de una **infancia dura** y su lucha contra el cáncer, logró posicionar a sus productos como líderes mundiales en su rubro y logró valorizar su compañía hasta el mundo de convertirla en la segunda más valiosa del mundo. Logró convencer a sus usuarios de que Apple mejoraría sus vidas. El **emotivo discurso** que brindó en la Universidad de Stanford en 2005 cristalizó al mito.

Con todas estas cualidades, Steve Jobs fue líder de su propia industria. Su trayectoria bien puede ser comparada con la de Henry Ford (que revolucionó al sector automotriz), Juan Trippe (el primer empresario en crear una aerolínea internacional) o Conrad Hilton (quien creó un nuevo concepto de hotelería cinco estrellas).

Quizás la clave más poderosa de Jobs fue su estilo: no trabajó por dinero; sino que lo hizo tan bien hasta lograr que le paguen.

Por: [Juan Pablo De Santis](#)



CAPACITARTE

Es ser líder de tu vida