



Pour your heart into it ::

How Starbucks built a company one cup at a time

Vierta en eso su corazón ::

Cómo Starbucks construyó una compañía de a una taza por vez

SUMARIO

Contenido

Sumario

Pág. 1

Nos dice el autor:

Pág. 2, 5

Conozca al autor

Pág. 6

Dijeron sobre

Vierta en eso su corazón

Pág. 7

Algunas citas incluidas en el libro:

Pág. 8

Las últimas palabras

Pág. 9

Si usted es un emprendedor, un manager, un especialista en marketing o simplemente un entusiasta o un fanático de Starbucks este libro es entonces para usted. El libro cuenta la historia detrás del éxito de Starbucks. Howard Schultz- su CEO- comparte la pasión, los valores y la inspiración que levó al éxito a esta fascinante compañía. Vierta en eso su corazón ilustra detallada y extensamente los principios que dieron lugar al fenómeno Starbucks y comparte la sabiduría acumulada que le ha permitido convertirse en una reconocida y valorada empresa líder en todo el mundo. Afirma su autor en el prólogo del libro: "Nunca planeé escribir un libro, a menos no en este estadio temprano de mi carrera. Yo creo firmemente que la mayor parte del logro de Starbucks radica en el futuro, no en el pasado. Si Starbucks es

un libro de veinte capítulos, nosotros recién estamos en el tercero. Pero por diferentes razones, yo decidí que había llegado un buen momento para contar la historia de Starbucks. Primero, quiero inspirar a la gente a ir tras sus sueños. Yo provengo de raíces corrientes, sin cubiertos de plata, sin pedigree, sin mentores. Yo me atreví a soñar sueños importantes y entonces los hice realidad. Estoy convencido que la mayoría de la gente puede hacer sus sueños realidad y aún ir más allá, si está decidido a intentar. Segundo, y más profundamente, yo deseo inspirar a los líderes de empresas a tener metas de alto nivel. El éxito es vano si uno llega a la línea final solo. La mejor recompensa es llegar allí rodeado de ganadores".

Algunas preguntas que responde Vierta en eso su corazón

- 1- ¿Cuáles son las razones por las cuales Starbucks triunfó?
- 2- ¿Cuál es el misterio que esconde el éxito indiscutible de Starbucks en numerosos países de todo el mundo?
- 3- ¿Qué papel cumplen las personas en el desarrollo de una exitosa corporación como Starbucks?
- 4- ¿Cuáles son los principios que guían la acción cotidiana de Starbucks y cómo pueden implementarse en otros emprendimientos?



NOS DICEN LOS AUTORES

Starbucks Corporation



Starbucks Corporation es una compañía internacional dedicada a la compra, tostado y comercialización de café. Además vende café expresso y destilado, bebidas frías, té, accesorios y otros productos alimenticios a través de su cadena compuesta por nueve mil locales distribuidos en 34 países. La empresa abrió su primer local en 1971 en la ciudad de Seattle, Estados Unidos.

Imaginación, sueños y orígenes



Starbucks no solo introdujo en café expresso en primer término en Estados Unidos y posteriormente en numerosos países de todo el mundo. Starbucks en realidad recuperó el legado de la vida comunitaria, de los cafés que se asocian con los debates intelectuales, con los movimientos literarios, con el debate político en las ciudades. Y fue en Italia donde Schultz encontró la inspiración y descubrió qué importante es apreciar los placeres de la vida cotidiana. Por esa razón creó lo que se denomina "un tercer lugar" entre el hogar y la oficina: un lugar con libros recomendados, música y obras de arte, donde degustar un buen café y compartir un momento con amigos.

El local original



Un local en Japón



Declaración de la misión de Starbucks

Hacer de Starbucks el proveedor líder del mejor café del mundo, manteniendo nuestros principios incuestionables mientras seguimos creciendo.

Los seis principios centrales que se mencionan a continuación nos ayudarán a valorar lo apropiado de nuestras decisiones:

- Proporcionar un entorno laboral superior y tratarnos unos a otros con respeto y dignidad.
- Hacer de la diversidad un componente esencial de la forma en que conducimos nuestras operaciones comerciales.
- Aplicar los estándares más elevados de calidad a la compra, torrefacción y entrega de nuestro café recién hecho.
- Desarrollar en todo momento clientes satisfechos y entusiastas.
- Hacer contribuciones positivas a nuestras comunidades y al medio ambiente.
- Reconocer que la rentabilidad es esencial para nuestro éxito en el futuro.

La mejor forma de construir una marca

La mejor forma de construir una marca es de a una persona por vez, ganando gradualmente visibilidad. La autenticidad es lo que hace que una marca perdure. Las marcas son reales y sustentables y tienen la fortaleza del espíritu humano. Si la gente cree que comparte los valores de una compañía, entonces será leal a la marca. Además, los clientes eligen Starbucks por tres razones: nuestro café, nuestra gente y la experiencia que vive en nuestros locales en un entorno confortable y enriquecedor. En ese ambiente la gente puede oír, tocar, ver, oler y degustar. El sonido también contribuye a la imagen. La gente puede escuchar música clásica, jazz, opera, blues y hasta melodías de Broadway. Las grandes marcas siempre representan algo importante. Disney connota diversión, familia, entretenimiento. Nike significa máximo desempeño en atletismo. Starbucks representa mucho más que una taza de café y una atmósfera cálida. Starbucks provee una experiencia humana de conexión y un enriquecimiento personal mediante momentos que son como caricias, alrededor de todo el mundo, una taza por vez.

La responsabilidad social

La responsabilidad social de Starbucks se orienta a los asociados, los clientes y los grupos de interés. El concepto de responsabilidad corporativa alude a que el management debe cuidar con esmero a la gente que hace el trabajo y mostrar preocupación por las comunidades donde viven.

Liderar con el corazón

En Starbucks se busca que la gente en todos los niveles comparta el éxito de la compañía, tanto en términos de orgullo como de reconocimientos financieros. Es posible ser extremadamente rentable y competitivo y a la vez ser reconocido y respetado por tratar bien a la gente. En los negocios como en la vida cada uno tiene una brújula interna que guía las decisiones y una comprensión instintiva de qué es lo que realmente importa en este mundo. En Starbucks no solo importa la rentabilidad, las ventas, el número de tiendas sino también la pasión, el compromiso y el entusiasmo.

Consejos

- Tenga más cuidado que los demás, piense sabiamente.
- Arriesgue más que los demás, piense seguro.
- Sueñe más que los demás, piense en forma práctica.
- Espere más que los demás, piense en lo posible.

Algunos beneficios que ofrece Vierta en eso su corazón

- Ofrece inspiración a aquellas personas que tengan sueños significativos.
- Brinda consejos a los líderes que no sólo desean ganar sino rodearse de empleados, clientes e inversores que también ganen.
- Alienta a los emprendedores a perseverar y cumplir sus sueños.

CONOZCA A LOS AUTORES

Howard Schultz



Howard Schultz nació en Brooklyn, Nueva York en 1953 y se graduó en Comunicación en la Universidad de Northern Michigan en 1975. Ingresó en Starbucks en 1982 como director de operaciones y marketing cuando la empresa poseía solo cuatro locales y compró la compañía en 1987. Inspirándose en los cafés italianos decidió crear experiencias similares en Estados Unidos. Así fue como Starbucks se ha transformado en una compañía con más de nueve mil establecimientos en treinta y seis países de todo el mundo. La compañía tiene un fuerte compromiso con las comunidades productoras donde opera y desarrolla sus negocios de manera que produzcan beneficios sociales, medioambientales y económicos.

Dori Jones Yang

Dori Jones Yang posee quince años de experiencia como redactora en jefe de Business Week en Nueva York, Hong Kong y Seattle.

Para visitar:

<http://www.starbucks.com/>

Ficha técnica del libro

Título en inglés: Pour your heart into it

Título en castellano: Vierta en eso su corazón

Subtítulo en inglés: How Starbucks built a company one cup at a time

Subtítulo en castellano: Cómo Starbucks construyó una compañía de a una taza por vez

Autores: Howard Schultz y Dori Jones Yang

Cantidad de páginas: 351

Editorial: Hyperion

Año: 1997

DIJERON SOBRE VIERTA EN ESO SU CORAZÓN

THE BUSINESS TIMES

Para los emprendedores, los managers y los fanáticos del café Starbucks Vierta en eso su corazón es una crónica de interés sobre cómo una compañía de vanguardia construyó su reputación internacional a través de la venta minorista liderando con su corazón.

.....



Resulta difícil imaginar una mezcla más satisfactoria que esta memoria.

.....



Ofreciendo un relato detallado sobre cómo Starbucks logró capturar la psiquis de su público, Schultz revela una verdad típicamente americana: "Si usted puede capturar la imaginación de su público, entonces ganará".

Algunas citas incluidas en el libro

La tarea fundamental es lograr lo pequeño dentro de una gran organización.

E. F. Schumacher. Autor de Lo pequeño es hermoso.

Ninguna regeneración organizacional, ningún renacimiento industrial nacional puede ocurrir sin actos individuales de intrepidez.

Harvey A. Hornstein

La riqueza es el medio y la gente es el fin. Todas nuestras riquezas materiales nos suministrarán poco si no las empleamos para expandir las oportunidades de nuestra gente.

John F. Kennedy

La medida esencial de un hombre no se halla donde se para en momentos de comodidad y conveniencia, sino donde se encuentra en tiempos de desafíos y controversias.

Martin Luther King, Jr.

Siempre que usted vea negocios exitosos, será porque alguien alguna vez habrá tomado una decisión con valentía.

Peter Drucker

Las últimas palabras

Los negocios pueden enseñarnos mucho sobre qué es lo que la gente puede lograr cuando trabaja junta. Una persona puede hacer mucho. Pero si reúne una compañía de gente a su alrededor que está comprometida con las mismas metas, si esas metas los envuelven y los inspiran, entonces ellos podrán realizar milagros. Se necesita audacia. Mucha gente tratará de señalarte que no es práctico o que es imposible. Te dirán que reduzcas tus aspiraciones. Te dirán que los negocios no son benevolentes. Recuerda: te sentirás vacío si llegas solo a la línea final. Cuando corras una carrera como equipo, descubrirás que gran parte de la recompensa proviene del trabajo conjunto. Tú quieres rodearte no solo de gente que te alabe sino de una multitud de ganadores que celebren como si fueran una sola persona. La victoria es más significativa cuando proviene no solo de los esfuerzos de una persona, sino de los logros conjuntos de muchas. La euforia perdura cuando todos los participantes lideran con sus corazones y ganan, no solo para sí mismos sino también para los demás. El éxito es más dulce cuando se comparte.