Yo voy a contarles sobre el tema que más nos interesó: que fue la toma de decisiones en Amazon, siguiendo los 5 principios en los que cree Jeff Bezos.

\*\*1. Obsesión por el cliente\*\*

Bezos piensa que muchas empresas se enfocan en sus competidores en vez de los clientes. La obsesión es tal que se pone una silla vacía para recordarle a todos los CEOs que cualquier decisión se toma mirando esa silla. Y que estas si bien pueden afectar negativamente las finanzas de Amazon, si benefician al cliente está perfecto.

* ~~Si te acordas deci lo del estado permanente/constante de insatisfacción~~

\*\*2. Invención e innovación constantes\*\*

Se puede decir que la satisfacción del cliente está directamente relacionada con la invención. Basandonos en la frase de Bezos de que “el cliente vive en un estado de constante insatisfacción” Amazon debe anticiparse a sus futuras demandas pensando siempre en el cliente para ver que se puede crear no.

\*\*3. Excelencia operativa\*\*

Que básicamente es hacer que todo funcione de la mejor manera posible. Acá se pueden ver 3 ejemplos de eso como la "regla de las 2 pizzas" (donde Jeff bezos decía que 2 pizzas deben alcanzar para llenar a los miembros de la reunión, y de esta forma garantizar una reunión productiva con la cantidad justa de personas), otra es la compra con un solo clic (que el cliente no pase por tediosos pasos de confirmación) y la filosofía de trabajar hacia atrás, (que significa empezar primero con identificar las necesidades del cliente y crear una solución que le sirva).

\*\*4. Pensar a largo plazo\*\*

Que bueno es apostar por las nuevas tecnologías siempre que se pueda ya que es fundamental para obtener ventaja competitiva.

\*\*5. Optimismo\*\*

Bezos mantenía un optimismo constante sobre el futuro. Él creía en la filosofía del "Día 1", que significa que, aunque Amazon parezca ya una empresa madura y no tiene nada más que aprender, hay que imaginarla que aún están en sus comienzos. Y que llegar al dia 2 como empresa significa que ya se acostumbró al confort o a la poca competitividad entonces se empieza a estancar, sin buscar innovar o generar nuevas unidades de negocio.