

¿Qué es la innovación y el valor?, no te pierdas este vídeo, merece la pena

El siguiente vídeo (producido por la [Catedral de la Innovación, Madrid](#)) es el top one de [mi canal de youtube](#). Recibe semanalmente miles de visitas (lleva unas 90.000).

Explica tan fácil y tan sencillo el equilibrio que hay que alcanzar en una empresa entre inversión, innovación y valor, que parecería de necios no hacerlo, por lo facilito que lo pinta (la realidad es que no es tan fácil, pero sí es posible).

Probablemente, si tuviésemos omnipresentes estos conceptos básicos en el día a día de nuestras empresas, tal vez pronto alcanzaríamos la excelencia.

Mira el vídeo, son 2 minutos que merecerán la pena (si los interiorizas). ¡Un placer siempre!.

Si quieres puedes seguirme por twitter, que estoy aquí:
[@aabrilru](#)

Cuídate mucho y no olvides buscar la felicidad ☐

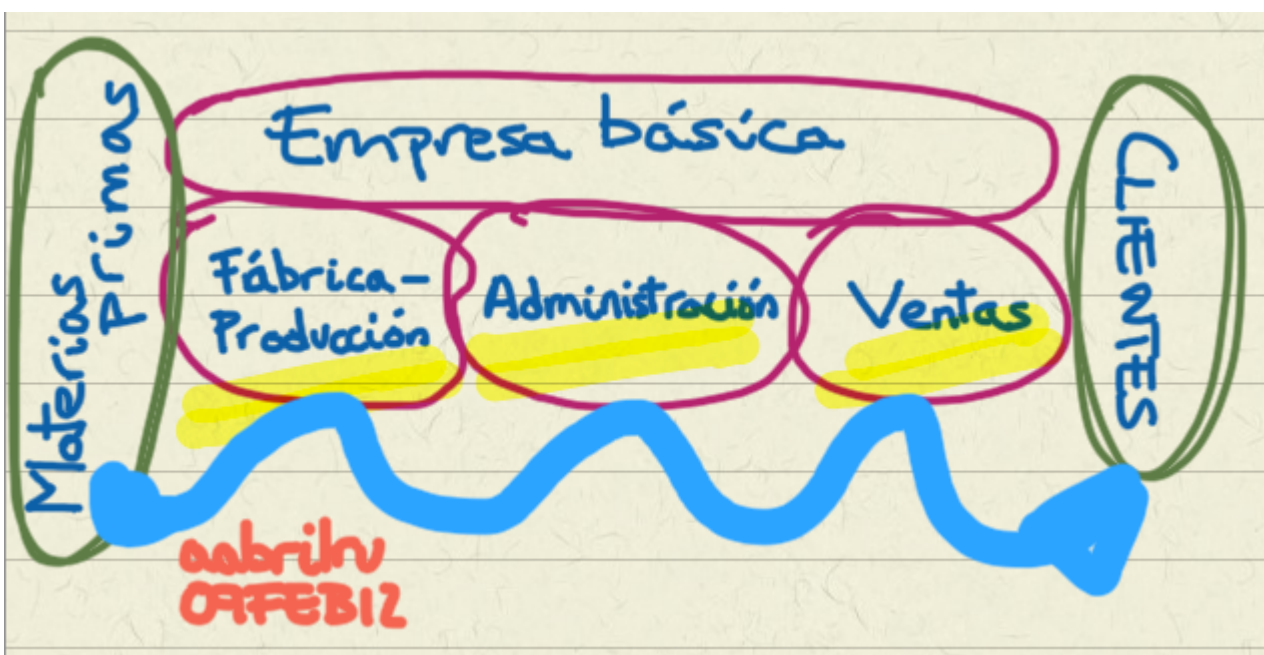
fabrica, vende, factura: es

Lo mínimo...

Llevo un par de meses intensos asesorando a **potenciales emprendedores**, la mayoría de ellos, con grandes proyectos en mente. Es un placer que compartan conmigo sus planes. También analizo constantemente empresas consolidadas o en periodo de start-up como vicio profesional e intento otorgar a este análisis un punto de vista científico.

No recuerdo con exactitud en qué curso de la EGB estudiábamos el [método hipotético-deductivo](#), pero me dejó marcado para toda la vida :). Aconsejo la reflexión «científica» por este método u [otras reglas de investigación científica](#), a la hora de **tomar decisiones**.

Una de las **hipótesis** sobre la que últimamente estoy trabajando es la siguiente: para que una empresa u organización funcione bien ha de ser buena como mínimo en las tres patas fundamentales que componen toda empresa (creo que es el modelo básico de empresa que se estudia el primer día de clase de economía de la empresa), que son: **producción, ventas y administración**.



Los organigramas de las empresas industriales típicamente estaban compuestos por estas tres cajitas, con sus tres jefes sobre cada una de ellas; teníamos **la fábrica**, que fabricaba al máximo, en cantidad y/o calidad; teníamos a los de **administración**, que hacían las nóminas, cobraban las facturas, hablaban con los bancos, gestionaban las quejas de clientes/proveedores, etc.; y luego teníamos a los **colegas de ventas**, con su director comercial a la cabeza, cuyo trabajo era vender TODO lo que producía la fábrica.

Bien. A pesar de lo obsoleto del modelo (hoy día, se hacen necesarias funciones mucho más avanzadas en la organización empresarial, como el **marketing**, por supuesto □), podríamos considerar éste como un «**modelo mínimo**» **para garantizar el funcionamiento de una empresa**: producción, administración y ventas.

Estoy viendo a gente que es muy buena en «la fábrica» (son muy buenos programando, son muy buenos en la cocina, son muy buenos diseñando, son muy buenos como albañiles, son muy buenos arquitectos...); también veo a gente, que podría ser buena en la administración, y otros, que son muy buenos en las ventas (tienen «el toque mágico de la venta»). El problema es cuando estas tres figuras no forman parte del mismo equipo.

Toda empresa que quisiera ser sostenible/rentable a largo plazo, debería contar como mínimo con un líder (el mejor, al ser posible) en cada una de estas cajitas. No tiene que ser socio de la empresa, pero sí formar parte del equipo. A veces los emprendedores (o empresarios en general), no son conscientes de esta necesidad.

El empresario debería ser bueno en al menos una de estas tres cajitas; incluso podría no ser bueno en ninguna, si tiene la capacidad de formar y coordinar de forma excelente un equipo que como mínimo cubra estas **tres necesidades de**

la organización empresarial.

Encuentro empresas donde son los mejores en la fábrica pero no dedican atención a ser los mejores también en las otras patas fundamentales que sustentan la estructura organizacional; no se dan cuenta -metidos en el trasiego diario, en la miopía del empresario- que estos tres pilares son fundamentales. De nada sirve haber conseguido fabricar el mejor motor del mundo, que va a desbancar al diesel, al gasolina, al eléctrico y al de hidrógeno, si lo tienes encerrado en tu garaje y no eres capaz de comunicar a los demás que lo tienes y además conseguir que te lo compren.

Creo que hay empresas dirigidas por «fabricantes» que tienen en el garaje el motor que va a revolucionar la industria, pero ignoran que para desarrollar un negocio no basta con «la fábrica», sino que son necesarias las patas de la «administración» y de las «ventas» para conseguir hacer sostenible el chiringuito.

Si eres fabricante, busca a un buen administrador y a un buen jefe de ventas □

Un placer siempre,
aabrilru