

THE BIZ JOURNAL



#01 Verónica Ferrer Moregó

CEO de Pitaya

#02 Triple Éxito o nada.

¿Una manera infalible de tener éxito?

#03 ¿Te das por vencido?

Rafa Nadal

#04 Trekking por el Himalaya.

Cuenta la leyenda...

#05 Entrevista a Kellogg's.

Innovación con Emilio Angles

#06 Antílopes o ratones.

¿Estás cazando antílopes o ratones?

#07 El dilema de la excelencia.

¿Priorizar el corto o el largo plazo?

Pitaya es una potenciadora de negocios con sede en **Barcelona** que proporciona productos de consultoría estratégica que aporten orden, frescura, equilibrio y resultados a las empresas. Como verás, nos mueve fomentar un *ecosistema empresarial mundial 100% sostenible*, así como relaciones de confianza a largo plazo y por eso, nos encanta manteneros siempre actualizados a través de nuestro querido **The Biz Journal**.

En **Pitaya** aplicamos un único modelo de negocio, el **Triple Balance**, que se centra en: beneficios, personas y medio ambiente. Y es que nuestra trayectoria como consultoría estratégica nos ha enseñado que, aunque cada negocio sea un mundo, *siempre hay alguna área de la empresa que potenciar y así, asegurarse un futuro brillante*.

Para ello, queremos ofreceros un resumen de los mejores Journals del año, donde encontraréis, desde las últimas tendencias de negocios (*pasando por la sostenibilidad y la innovación*) hasta entrevistas con figuras directivas y estratégicas que sirvan de inspiración.

Nuevas ideas en marketing y ventas, optimización de compañías con diferentes estructuras, transformación digital o gestión del talento de las personas que conforman tu empresa, son solo algunas de las temáticas que encontraréis en este informe.

¿Estáis preparadxs?

“Una
potenciadora
de negocio”

Ya la sabes: definir tus propios parámetros de éxito... ¿Qué es importante para ti? ¿Qué ideales quieres conseguir?

Una misma situación evaluada con parámetros propios o ajenos puede pasar de ser un éxito total a un fracaso total. Por ello, es importante basarse en criterios propios y no impuestos. Dicho esto, una pregunta para ti, ¿Qué empresa es más exitosa?

A. ¿Una empresa que genera beneficios pero que en el desarrollo de su actividad perjudica el medio ambiente y tiene un equipo de personas con condiciones laborales dudosas?

B. ¿Una empresa con un equipo motivado y feliz, que respeta el medio ambiente pero que no genera ningún beneficio?

Es difícil de contestar A o B porque, claro, hay otras combinaciones posibles. Pero, para simplificar: piensa en una empresa que se considere popularmente como una “empresa de éxito”.

¿Se parece más a la primera opción o a la segunda? Para **Pitaya**, el **Triple Éxito** de una empresa se basa en tres parámetros:

Profit

que genere beneficios (importantísimo)

People

que fomente el bienestar físico y mental de su equipo y clientes

Planet

que cuide el medioambiente y los recursos naturales.

Una empresa que cumple con las tres P's cumple: *El Triple Balance.*

¿Por qué te cuento esto?

Porque somos nosotros, figuras estratégicas, las que debemos exigir el Triple Balance a nuestras empresas, proveedores y a clientes.

Cómo ha conseguido Rafael Nadal llegar a ser el jugador con más Grand Slams del mundo?

Se lo preguntamos a ella en una comida. Sí, ella, una persona que tiene un cargo ejecutivo en la Rafa Nadal Academy by Movistar (uno de los centros deportivos de referencia a nivel mundial) que, en apenas seis años, ha vivido un gran proceso de expansión: de arrancar en 2016 con solo 5 alumnos a conseguir más de 2.000 y centros a nivel internacional.

La pregunta no es rara en nosotros.

En **Pitaya**, estamos siempre investigando, entre otras muchas cosas, cuál es el mindset de los/as top performers. Un/a top performer es alguien que es un/a auténtico/a líder en su categoría y a nivel global. Y por eso, siguiendo la regla del catálogo (que pasa por comprender que todo el éxito y excelencia que ves está ahí para que lo elijas) siempre que vemos una compañía o persona que destaca, le preguntamos qué pasa por su cabeza - y luego, además de trabajar por interiorizarlo, lo compartimos, ya ves ;).

¿Qué pasa por la cabeza de Rafael Nadal para conseguir lo que ha conseguido?

Ella contestó sin dudar ni un segundo: **“que nunca, nunca da nada por perdido”**. Por ejemplo, lo que hizo en el Indian Wells (*donde Rafael Nadal revirtió un difícil partido frente a Sebastián Korda y accedió a la próxima instancia del torneo*) **“solo se consigue con esta actitud”**.

“En mi mente pienso que está muy difícil y no quiero dejar de intentarlo”

Cuenta la leyenda de una maestra y su discípula en un trekking por el Himalaya

Llegan a una pequeña y humilde casa, al borde del camino. Son invitados a cenar.

–¿Sabéis? No tenemos mucho para vivir– cuenta el padre de la familia – pero, por suerte, tenemos una cabra. La cabra, nos da leche desde hace ya muchos años. Sí, es cierto que no nos soluciona la alimentación de una manera completa, ni nos genera dinero en abundancia, pero es una mínima fuente de mantenimiento.

Cae la noche y la maestra y la discípula siguen su camino. No obstante, antes de partir y cuando todos duermen, la maestra ata la cabra y se la lleva.

– ¿Cómo? Dice la discípula. ¿Qué haces? ¡Pero si es su fuente de manutención!

– Espera y verás, afirma la maestra.

Pasa un año. Nuestra peregrina pareja ha acabado su ruta y pasa de nuevo por la casita al borde del camino. Observan con sorpresa: lo que era una humilde morada es ahora una casa grande, con ganado y huerta, llena de vida y luz.

Se encuentran de nuevo al padre y le preguntan, oye, ¿y esto? ¿qué ha pasado? ¿Cómo estáis?

– Pues no os lo váis a creer, cuenta él con una sonrisa, visiblemente mejorado. La noche que estuvisteis aquí se escapó la cabra. Fue traumático al principio, pero no tenerla nos obligó a tener que buscar más opciones. Así fue como tuvimos la idea de empezar a cultivar.

Creamos una huerta que resultó ser tan próspera, que nos permitió comercializar parte de la cosecha. Con el dinero que ganamos compramos gallinas y más cabras, que nos abastecen de manera generosa y, además, nos permiten compartir con nuestros allegados. Vivimos de manera holgada. ¡Que suerte que la cabra se escapó!

No fue necesaria ninguna explicación más para que la alumna comprendiera la enseñanza: **la cabra era para la familia aquello que la mantenía en la supervivencia, pero irónicamente, cuya existencia les privaba de alcanzar todo su potencial.**

Toda figura empresarial sabe que hay también hay «cabras» en la compañía.

Pueden ser recursos, procesos o incluso líneas de negocio que siguen ahí porque cubren el expediente. *Aparentemente la hacen funcionar, pero a su vez, pueden estar privando a la compañía de llegar a su máximo potencial.*

Que haya cabras es buena señal. Significa que, lo que antes funcionaba ahora ya no. Y eso es signo inequívoco de evolución.

Entonces:

¿Cómo identificar «las cabras»? y, ¿cómo gestionarlas?

¿Cómo identificar las cabras y cómo gestionarlas?

“Quería hacer el tour lo primero” - “pero llevo una mañana intensa y no me he tomado ni el café”. Y es que es una figura ocupada. **Emilio Anglés Isern** es el responsable de Digitalización en Kellogg's y uno de los grandes expertos en industria 4.0 del país. Después de una fructífera carrera de 22 años en la compañía, tiene ahora por delante un ambicioso reto: “Convertir la planta de producción de Valls como piloto referente de la Industria 4.0”.

Acompañados por un generoso bol de barritas Special K (“llevaos, llevaos, que aquí rellenamos cada día”) empezamos la interesante conversación: estamos delante de una figura líder en transformación digital e industria 4.0 y, como amantes de la estrategia y la expansión empresarial puedes imaginar que rebotamos de curiosidad y preguntas. Pero nos comportamos y le dejamos hablar, es tan didáctico y a su vez tan cercano, que la conversación fluye de manera natural.

¿Cómo se ha gestionado la innovación en **Kellogg's**?, ¿qué transformaciones digitales han marcado la historia de la compañía?, ¿qué crisis han sucedido y cómo se han gestionado?, y, ¿hacia dónde va el futuro?

Lo compartimos contigo.

1906

El origen

Los Hermanos Kellogg's fundan Kellogg's; la famosa multinacional agroalimentaria estadounidense.

90's

Amenazas

Surgen cambios de hábitos de consumo, de desayuno y de supermercados hard discount, se enfrentan en un periodo de retos.

Hay dos opciones: *vender o reducir sus puntos de dolor.*

Se decantaron por la segunda, la cual implicaba reducir costes de producción y expandirse a países emergentes con otros hábitos de consumo.

2005

SAP

Necesidad e inquietud por informatizar la compañía.

2009

K LEAN

Se implementa el método LEAN Manufacturing: minimizar pérdidas y maximizar valor añadido al cliente.

Entran en fase de “Mantenimiento Autónomo” a través del método Kaizen, donde:

- (1) El trabajador puede llevar a cabo tareas mecánicas él mismo.
- (2) Entender mejor las averías.
- (3) Prever paradas para evitar pérdidas.



#05

2012

Pringles

Y no solo declinaron la opción de venta, sino que con su decisión, consiguieron ampliar su cartera comprando Pringles por 2.000 millones de euros.

2017-2022

Proyecto Smart Factory

LEAN está bien pero los tiempos exigen seguir evolucionando. Activan la Smart Factory.

Se involucran en el proyecto ingeniería, operaciones e IT. De ahí surge la base de data mining que cubrirá la capa de User Experience y Data Visualization.

Mucha más eficiencia y menos coste en la producción.

2022

K 4.0

Después de conseguir la eficiencia, viene la automatización; *introducir tecnologías como la robótica, vehículos autónomos, inteligencia artificial...etc.* Sin dejar de lado que cuando se introducen este tipo de elementos hay que cambiar la cultura del trabajador para que no vea *el progreso tecnológico como un enemigo, sino como un aliado.*

¿Y el futuro?

Emilio Anglés visualiza dos palancas clave:

- (1) Enfocarse en la sostenibilidad del planeta y la salud a través de la nutrición.**
- (2) Integrar a las mujeres en STEAM.**

“Los cambios son posibles pero llevan su tiempo. La paciencia es la cómplice del éxito.”

Dicen que una leona es perfectamente capaz de cazar, matar y comer un ratón de campo. Pero resulta que, la energía necesaria para hacerlo, supera el contenido calórico del ratón en sí. Así que la leona que dedica la jornada a cazar y comerse un ratón de campo acaba muriendo lentamente de inanición.

Una leona no puede mantenerse a base de ratones de campo, necesita antílopes. Los antílopes son animales grandes. Se necesita más velocidad y fuerza para alcanzarlos y matarlos, pero, una vez cazados, son un festín para la leona y para su manada. Leí este fragmento hace un tiempo en el libro *Tools of Titans* de Tim Ferris.

Sonreí. La moraleja no es nueva, pero me hizo preguntarme en aquel momento:

¿Dedico mis días a perseguir ratones o a cazar antílopes?

En el sector empresarial «cazar antílopes» es disponer sistemas y procesos que garanticen que las acciones de dirección y equipo responden a las necesidades de la compañía. Los ratones de campo pueden dar satisfacción a corto plazo, pero no contribuyen a la continuidad en el tiempo. Yo añadiría que, los «ratones de campo», pueden ser también hitos que sacian el ego (personal o empresarial) pero que, en realidad, no están generando un impacto objetivo sobre los resultados.

Aplicado al ámbito comercial, de marketing y de comunicación interna, que te voy a decir que no tengas ya presente. Cazar antílopes requiere más planificación, estrategia y precisión, pero el retorno de la inversión y los resultados son muy superiores.

Mi pregunta para ti es:

En lo que lleváis de semana, **¿os habéis dedicado más a perseguir ratones de campo o cazar antílopes?**



**¿Estás cazando
antílopes o ratones?**



El manual de la figura directiva diría que la continuidad a largo plazo es la premisa esencial (lo sabes bien), pero hay veces que hay una urgencia a corto plazo que, aunque nos perjudica en el largo plazo, soluciona de manera temporal el reto.

Es lo que llamamos en **Pitaya** el dilema de la excelencia, puesto que, la excelencia pasa por hacer las cosas bien pero, a veces (por tiempo o recursos), no es factible.

Hay una ecuación que resuelve el dilema de la excelencia, y es permitir el comúnmente llamado «*chutar la pelota hacia adelante*», siempre y cuando:

La organización sea consciente de ello (sabe que se trata de un “parche” y no de un proceso estandarizado)

Forme parte de una estrategia (gracias a esa acción provisional, se puede llegar al objetivo)

Tiene un deadline (y se respeta). De manera que no existe la posibilidad de que se perpetúe en el tiempo y actúe como «una cabra».

Los productos potenciadores que ofrecemos desde Pitaya, tienen cabida en ese momento: cuando un «parche» ya ha llegado a su deadline y es el momento de profesionalizar y dirigir esa área hacia la excelencia.

¿Qué área de tu empresa está funcionando con una fecha de caducidad?

“Los cambios son posibles pero llevan su tiempo. La paciencia es la cómplice del éxito.”

Estoy segura de que, después de estas lecturas, ya lo tienes en mente... pero nunca está de más recordar quiénes somos nosotros y por qué estamos aquí para ti.

Pitaya es una potenciadora de negocios. Ese es nuestro core, potenciar a las empresas proporcionándoles productos de consultoría que aporten: orden, frescura, equilibrio y, sobre todo, resultados en sus balances.

Te propongo dedicar dos minutos a pensar dónde quieres imaginarte el año que viene en estas mismas fechas.

¿Estás pensando en más facturación? ¿En ganar más clientes? ¿En mejorar los resultados de la empresa?

Te recomiendo echarle un vistazo a nuestro **cimkit®**, el producto por excelencia de Pitaya para dar un push en la promoción, expansión y ventas de la empresa.

Quizás, estés pensando en un nuevo modelo de negocio. *¿Estás imaginando a tu compañía totalmente digitalizada y actualizada?*

Entonces, te resultará interesante nuestro producto de consultoría **NextUp®**, especializado en actualización digital. Es el momento de convertir la innovación en algo que suceda de manera endémica en las empresas.

¿Y un modelo de negocio escalable?

“Si hay una gran idea que pueda escalarse a otros niveles, anticipemos procesos y sistemas para estar preparados para el crecimiento” - **8ws®** de Pitaya.

O, puede que te identifiques con otros statements:

Como el de nuestro producto **Mog®**, haciendo referencia a las siglas de Marketing on the go: “Una buena estrategia de comunicación aprovecha todo aquello que ya ha realizado la empresa para hacerla brillar, incrementar la percepción de sus públicos y potenciar la consecución de objetivos”.

Por último, no olvidemos a nuestro valor máspreciado: las *personas*. Recuerda que, con el talento adecuado debidamente motivado, no hay target -ni objetivo- que se resista. En esto se centra nuestro producto de consultoría **PeopleTop®**.

¿Qué quieres potenciar?

No dudes en escribirme a veronica@pitayabusiness.com, estaré encantada de escucharte.

Seguimos cerca.



THE BIZ JOURNAL