



Instituto
Latinoamericano
de Desarrollo
Empresarial

Eduardo Lastra D.

La Escalera del Éxito en los Negocios y la Empresa



Biblioteca Empresarial MyPE
Instituto Latinoamericano de Desarrollo Empresarial

LA ESCALERA DEL ÉXITO EN LOS NEGOCIOS Y LA EMPRESA

Autor: Eduardo Lastra Domínguez
Edita: Avance Económico Publicaciones E.I.R.L.
Av. Arequipa 398 Of. 9 Lima 1

Hecho el depósito legal en la Biblioteca Nacional del Perú
No. 2014-04670

Primera edición: Noviembre del 2003
2000 ejemplares
Primera reimpresión: Abril del 2014
5000 ejemplares

Prohibida la reproducción total o parcial de esta obra,
en cualquier forma y por cualquier medio,
sin la expresa autorización del editor.

Reservados todos los derechos

Se ha puesto el máximo cuidado en esta obra.
Cualquier error es completamente involuntario.
Cuidado de la edición: Logistic & Solutions Latin America

Diagramación: Manuel Tovar Vásquez

Impreso en Imprenta Cano SRL
RUC 20180923447
Pasaje Austro 141 La Victoria, Lima

Patrocina: Instituto Latinoamericano de Desarrollo Empresarial - ILADE

DEDICATORIA

Para todas las personas que día a día esperan llegar a ser exitosas y necesitan encaminar sus energías y voluntad adecuadamente. ¡Atrévete a subir por la escalera del éxito!

Lic. Eduardo Lastra Domínguez / peruano

Administrador de empresas, consultor y asesor corporativo, especializado en Micro y Pequeña Empresa (MyPE), socio fundador de la Asociación Peruana de Consultores y Asesores de Pequeña y Mediana Empresa (APC-PyME), director de Mundo MyPE y Presidente del Instituto Latinoamericano de Desarrollo Empresarial (ILADE)

Celular: 996-178-473 Email: elastra@mundomype.com

CONTENIDO

	Pág.
1. Introducción	13
2. El éxito en los negocios	15
3. Primer peldaño: Generar ingresos	17
4. Segundo Peldaño: Administrar los recursos	25
5. Tercer peldaño: Invertir	33
6. Cuarto peldaño: desarrollar el negocio	35

Introducción

La mayoría de nosotros tenemos una idea confusa de lo que es el éxito. Por lo general lo asociamos a la acumulación de dinero o de bienes materiales, y con el progreso en el trabajo. Por eso guardamos admiración por quienes alcanzan elevadas posiciones dentro de su profesión o en la sociedad.

La pregunta que despierta polémica es: ¿Podemos decir que es exitosa la persona que habiendo acumulado fortuna, se ha vuelto un desdichado neurótico, que hace la vida imposible a su familia y a sus compañeros de trabajo? Es frecuente considerar que el éxito radica en la “fama y fortuna”, sin embargo, esto puede resultar engañoso.

Los seres humanos, por tener distintas personalidades, también nos diferenciamos en cuanto a nuestras habilidades, experiencias, percepciones y valores. Por eso no debes considerar que el éxito de otra persona sea válido para ti.

Claro que puedes admirar y respetar a quienes han realizado y logrado lo que se propusieron; pero, no debes comparar su triunfo particular con lo que tú deseas conseguir. Si lo haces, estarías relacionando tus propias metas con los esfuerzos de ellos y no con los tuyos, como tendría que ser.

Es muy importante que tú defines lo que será tu éxito personal, en los aspectos de tu vida espiritual, familiar, de los negocios y de tu vida social. Por su puesto, que debes buscar el éxito en todos estos aspectos de manera simultánea y complementaria, para que tu vida en general tenga ese sentido integrador.

El éxito en los negocios

Ahora bien, en este libro vamos a tratar el éxito en el campo de los negocios, por lo que debemos recordad que hay muchas formas de entenderlo. Por ejemplo, puede ser visto como la acumulación de dinero o como el prestigio que se consigue, también puede entenderse como la satisfacción por haber iniciado un negocio o haber contribuido con alguna innovación.

La escalera

Te propongo cuatro “peldaños” que debes “subir” para poder encaminarte hacia el propósito de ser exitoso a través de los negocios. Estos peldaños de nuestra escalera son: Primero, generar. Segundo, administrar lo generado. Tercero, invertir o reinvertir. Cuarto, desarrollar. Veamos cada una de estas importantes etapas.

EL PRIMER PELDAÑO: GENERAR INGRESOS

¿Qué significa generar?

Generar significa producir. Permíteme poner un ejemplo sencillo para dejar claramente establecido lo que debemos entender por el concepto de producir. ¿En qué se diferencia un terreno eriazo de un terreno fértil? El terreno eriazo no produce nada, en cambio el terreno fértil hace germinar a la semilla que cae en su seno. ¿En qué se diferencia una persona improductiva, ociosa, haragana, comparada de otra persona que es productiva?

La persona productiva siempre está haciendo algo, está planeando qué hacer, está innovando o creando.

No está con las “manos quietas”. La persona productiva está tratando de sacar el máximo provecho de su inteligencia, de sus habilidades, de su tiempo, de los recursos y oportunidades a su alcance.

Por ejemplo, las mujeres son admirables (no se ofendan varones) porque ni en el microbús descansan, aprovechan el viaje para ir tejiendo; mientras que los varones vamos durmiendo en el microbús. Hay una diferencia entre ser productivos y no ser productivos, entre generar algo y no generar nada.

Entonces, podemos decir que una primera tarea para tener éxito en los negocios, y en la vida por supuesto, es estar pensando cómo generar, y tener la actitud de búsqueda de oportunidades para hacer que las cosas aparezcan, muchas veces de la “nada”.

Como parte de mi trabajo de asesor de empresas, hago selección de personal. En el caso de vendedores, a las convocatorias que realizo se presentan mujeres y hombre de diferentes edades, que están completamente desocupados o que tienen libres de 4 a 7 horas diarias.

Como primer filtro de selección les hago la pregunta siguiente: ¿Quieres ganar sueldo o comisión? Me quedo para la siguiente etapa del proceso de selección, con las personas que me respondieron que quieren comisión.

Ser comisionista significa que el vendedor recibirá su pago si logró vender, si no vende no gana nada. Ser comisionista, en el fondo, significa tener una actitud de empresario, porque la utilidad del negocio es como la comisión por vender: a más ventas más ganancias.

La experiencia me ha demostrado que las personas que prefieren sueldo, son menos productivas, no muestran iniciativa y necesitan mucha supervisión directa. Por su parte, las personas que aceptan trabajar por comisiones, tienen un desempeño contrario; es decir, se comportan como empresarios, que saben que sus ingresos son producto de los resultados positivos que logran con su trabajo.

Las personas a las que les gusta trabajar por un sueldo “seguro”, tienen la costumbre de echarle la culpa a todos y a todo cuando las cosas les salen mal. Se quejan de la menor dificultad. Si hace frío se quejan del frío, si hace calor del calor.

Cuando no producen lo que tenían que producir, seguro que el Gobierno tiene la culpa, o la competencia o el producto que es “malo” o su jefe que no le enseñó adecuadamente; por último culpan a la vida misma y dicen que tienen “mala suerte”. Estas personas siempre están cansadas y buscando el menor de los pretextos para “descansar”.

En cambio, las personas que se acostumbran a ganar por comisiones tienen otra actitud, Si hace frío se abrigan, y si hace calor se refrescan. Le ponen buena cara al mal tiempo y siguen para adelante, en pos de lograr sus objetivos. No se están quejando ni lloriqueando. Trabajan muchas más horas que los demás y por lo general desempeñan varios puestos para “completar su presupuesto”.

En el campo de los negocios y la empresa, los ingresos y la riqueza se generan en el mercado, en los clientes. Por eso tienes que averiguar dónde hay posibles clientes para tu negocio. Tienes que ir donde ellos están. Si tu establecimiento está en la punta del cerro, tendrás que ver la forma de llevar a tus clientes hasta tu negocio o hacer

delivery, es decir, llevar los productos que vendes hasta donde están tus clientes. Recuerda el dicho: “Si la montaña no viene hacia ti, tú tienes que ir hacia ella”.

El contacto permanente con los clientes actuales y potenciales te permitirá ir identificando y precisando sus necesidades, y así tendrás la primera y mejor fuente de inspiración para generar nuevos productos, cuya venta te generará ingresos. Recuerda siempre que el dinero vendrá del cliente, del mercado, como consecuencia de que le brindas los productos que satisfacen sus necesidades.

Otra fuente de inspiración importante es investigar a la competencia. Debes observar a tus competidores: cómo atiende a sus clientes, que les brinda, qué les dice, cómo gestionan sus negocios, Así, podrás aprender las cosas buenas que ellos están haciendo e imitarlas; por supuesto que te será útil que pongas atención a las conductas inadecuadas que pueda estar teniendo tu competencia, esto para no repetirla. Este trabajo de investigación constante te permitirá hacer mejor las cosas y por eso obtendrás más ingresos.

Para generarte dinero, también puedes preguntarte: ¿Qué tengo para vender?, te sorprenderás de las actividades que es posible hacer, como verás en las breves historias siguientes:

“El picante tacneño”

La señora “Cucha”, quedó viuda y el único ingreso que tenía era la pensión del fallecido esposo. Ella, por mucho tiempo cocinó para atender diariamente a unas 13 personas; sus 8 hijos, el esposo, dos sobrinos que vivían con ella y la empleada de la casa.

Además, cada dos meses su esposo, un amigable trabajador de la aduana, organizaba reuniones en su casa a las que invitaba a sus vecinos y familiares, de 40 a 50 personas. La señora cocinaba para esa cantidad de invitados, para quienes preparaba un picante tacneño de “chuparse los dedos”.

Como la pensión del esposo, que era el único ingreso que tenía no le alcanzaba, su “tormento” era responderse a la pregunta: ¿de dónde saco más dinero?

Esta buena señora, me conoció en una de mis conferencias y vino a una consulta en la oficina. Me dijo: “Señor Lastra, me han aconsejado, que como tengo buena sazón, y soy muy responsable, busque empleo para trabajar en alguna casa; pero, yo ya estoy vieja para eso”.

Le respondí que no tenía que ser una empleada. Revise lo que tiene, le dije. Sabe cocinar rico, tiene experiencia cocinando para muchas personas y manejando una familia numerosa. Todo eso le puede servir para conducir su negocio propio.

Diseñamos un pequeño Plan de Acción. Ella tenía que visitar a esas personas que valoran su sazón y ofrecerles para la próxima semana ese picante tacneño que ellos ya habían probado cuando su esposo les invitó a su casa.

Cada plato costaría seis soles; tenía que preguntarles cuántos platos iban a separar. Después de que le hayan dicho la cantidad de platos que querían, debía solicitarles que le paguen el importe total o que le adelanten algo de dinero, porque necesitaba para comprar los ingredientes.

“Cucha” cumplió al pie de la letra las indicaciones. El resultado fue que atendió 60 platos, 25 personas que fueron a su casa ese fin de semana, para departir mientras saboreaban el rico picante tacneño y 35 que se llevaron el pedido a sus respectivos domicilios.

Esta actividad le permitió a la señora una venta de 360 soles, su ganancia fue del 50% de la venta, es decir 180 soles. El dinero para financiar esta actividad salió de los adelantos que obtuvo, al momento de promocionar su producto, pues 20 personas le pagaron por adelantado al hacer su pedido.

Por un buen tiempo cada quince días, la señora “Cucha” siguió el mismo procedimiento. En algunas ocasiones fue variando los potajes. Su ganancia mensual incluso fue superior a la pensión del esposo.

La señora de este ejemplo, se pudo generar ingresos porque trabajó un mercado que estaba allí para ella: los vecinos y familiares que ya habían probado su sazón. Contaba con la posibilidad de elaborar producto: “El picante tacneño”, pero que se había olvidado que lo podía hacer. Su habilidad para cocinar y su comprobada buena sazón eran su ventaja diferencial.

Tanto las necesidades del mercado como la posibilidad de elaboración del producto que las satisfaga, pueden estar “al frente de nuestros ojos” y nosotros no darnos cuenta de ellos, sino recién hasta cuando tomemos la decisión de generarnos ingresos.

Piensa, ¿cuántas cosas no estás haciendo, que si lo hicieras te generarías dinero? ¿Cuál es tu habilidad no aprovechada? ¿Cuál es el recurso material que tienes, que te permitiría ganar dinero?

“El crochet maravilloso”

La señora “María”, tejía a crochet. Cuando es cumpleaños de sus familiares ella les regala preciosos tejidos hechos con sus manos. Por eso le sugerí que llevara sus tejidos a una de esas tiendas de Miraflores y los dejara en consignación; es decir, que le paguen cuando se hayan vendido sus productos.

Al comienzo, la señora no creía que eso fuera posible, pero, se animó y tejió un par de pisitos y posavasos, para llevarlos a una boutique, donde acordaron que el 40% sería la comisión de venta de la tienda.

A la semana ya la estuvieron llamando para que llevara tres juegos más de cada producto. La señora “María” había encontrado una forma de generarse ingresos, haciendo lo que sabe y le gusta hacer: tejiendo a crochet.

Tal vez sabes enseñar un idioma, a tocar un instrumento musical, computación, matemática, cómo dar exámenes para ingresar a la universidad, etc. Puede que tengas la habilidad de dar masajes relajantes y terapéuticos. Cualquier habilidad, conocimiento y experiencia que tengas, constituye un activo para generarte ingresos.

“La Cepre particular”

Un joven provinciano llegó a Lima para postular a la UNI (Universidad Nacional de Ingeniería). Logró su propósito de ingresar, por lo que alquiló un cuarto por las cercanías de su flamante centro de estudios.

Una vez instalado, puso un aviso en un diario con el siguiente texto: “Preparo Gratis para ingresar a la UNI”. Respondieron a su anuncio 70 jóvenes, que formaron una larga fila en la dirección que había indicado para que se presentaran.

A todos les entregó un breve cuestionario, para que lo respondieran allí mismo en a fila que estaban haciendo. Vencido el tiempo que les había dado para responder, procedió a recoger los cuestionarios. A los que no pudieron responder correctamente les agradeció el haber asistido y los despidió.

A cada uno de los que si habían acertado al responder el cuestionario, que fueron 21 jóvenes, les entregó una carta donde les proponía el siguiente trato: Él los prepararía, durante tres meses, con el objetivo de que aprueben los exámenes de ingreso a la universidad, sin cobrarles nada; pero si lograban ingresar, el joven postulante le pagaría 300 soles, que era por aquel entonces, una cantidad similar al promedio de los que cobraban las academias de cierto prestigio.

La carta de compromiso tenía que estar avalada por los padres del postulante, con quienes él conversaría en sus respectivos domicilios. El resultado de este proyec-

to fue el siguiente: De los 21 postulantes que preparó, ingresaron 10 que le generaron un ingreso de 3,000 soles, es decir, 1,000 soles por mes.

“Editorial Universitaria”

Cuando yo estudiaba en la universidad, me generaba ingresos de mis compañeros de estudios. Ingresé a la Universidad Nacional Mayor de San Marcos en 1964; en sus bibliotecas los libros eran escasos, deteriorados y con un atraso de diez años por lo menos.

No había servicio de fotocopiado que actualmente abunda. Recuerdo que en mi facultad, había más de 200 alumnos, pugnando por un libro. Era evidente la existencia de una demanda insatisfecha.

Mi idea de negocio fue: Tomar apuntes de todo lo que los profesores explicaban en las clases y luego le presentaba mis apuntes a los profesores, para evitar algún error de interpretación. Luego, imprimía la separata a mimeógrafo y se los vendía a mis compañeros de clases y los de otras facultades que llevaban las mismas materias que nosotros.

Mis “clientes” estaban pendientes de las fechas en que yo llegaba con mi cargamento de separatas, especialmente cuando se acercaban las fechas de exámenes.

“Escuelita en la universidad”

Los alumnos de la facultad de Ingeniería Industrial, que tenía dificultades con las materias vinculadas a la matemática, necesitaban un apoyo académico para poder aprobar los cursos. Yo siempre tuve la habilidad didáctica, la que junto a mi facilidad para las ciencias, me permitía enseñarles a varios grupos de mis propios compañeros de clase.

Para darles este servicio docente, ellos juntaban dinero para comprar los libros necesarios, me los daban para que yo los estudie y luego les enseñe. Lo más interesante para mí es que me pagaban por la enseñanza. Esta fue otra fuente de ingresos para mí.

“Los ricos juanes”

Una señora nos pidió una consulta, para aconsejarla acerca de dónde y cómo podría generarse ingresos, para apoyar a la economía familiar bastante deteriorada. Me trajo un regalo, que me pidió lo abriera, antes de comenzar a analizar su caso. Así lo hice. Se trataba de un apetitoso y muy provocativo “juane”, un potaje de la selva peruana. Cuando luego de saborearlo le agradecí su generosidad, casi disculpándose me dijo que ella lo había preparado.

La respuesta a su consulta estaba literalmente en sus manos, tenía que preparar y vender sus “ricos juanes”. Hablamos de cómo tendría que ofrecer su producto a sus vecinos y amigos, que para financiarse pidiera pago adelantado. Ahora la señora prepara quincenalmente entre 100 y 120 “juanes”, que los vende a seis soles cada uno.

“El cuarto del hijo Felipe”

Una pareja de esposos, ya mayores, estaban pasando por aprietos económicos, y ni siquiera habrían pensado en alquilar la habitación desocupada de su hijo que estaba en los Estados Unidos, aprovechando de una beca de estudios por tres años.

Cuando se les hizo ver la posibilidad de alquilar esa habitación, se resistieron de primera intención, básicamente por razones sentimentales; pero cuando a la semana de colocar un cartelito en la ventana lograron alquilarla a una joven universitaria, la alegría llegó junto con los 200 dólares, por concepto de la garantía y del mes adelantado, y la seguridad de contar con 100 dólares mensuales durante un año.

“En un metro cuadrado”

Hay personas que tienen una tienda o un stand en alguna galería, y aprovechan al máximo el espacio, ya sea para surtirse mejor de los productos que ya venden o lo comparten con algún otro emprendedor para generarse un alquiler.

“Venta de garaje”

Mira en el ropero, es muy probable que tengas algunas prendas de vestir que no usas, y que nunca más usarás. Te recomiendo que hagas lo que se llama: “venta de garaje”, para venderlos. Para eso, coloca un cartel que diga “Remate”, ponle precio a todos los artículos de los que quieres deshacerte. Siempre hay personas que pueden interesarse en los productos que ofreces y comprarlos.

“Hay más oportunidades de las que podemos creer”

Como hemos podido ver, cuando necesitamos generarnos ingresos, debemos echar mano a nuestra inteligencia, creatividad, habilidad, talentos que todos tenemos y que al ponerlos en actividad producimos servicios o productos que podemos entregar a nuestros vecinos, amigos y familiares. Siempre piensa en generar ingresos y ponte en movimiento para lograrlos, te aseguro que conseguirás resultados sorprendentes.

Si ya tienes un negocio o empresa, pregúntale a tus clientes qué otros servicios o productos necesitan, esa información te servirá para surtir tu negocio y realizar mayores ventas. Recuerda que solamente teniendo productos para vender y gracias a la utilidad que obtengas de su venta es que conseguirás mayores ingresos y ganancias.

Hay quienes quieren hacerse ricos sin trabajar. Esperan comprar algo muy barato para venderlo luego a un precio muy elevado. Eso no siempre funciona, porque estamos en tiempos donde se compite con precios bajos. Lo que tenemos que hacer es darle más rotación a los productos.

Si movemos cien productos en un día y se gana un sol en cada uno de ellos, se ganará 100 soles al día; pero si quiero comprar algo en un sol y venderlo en 100 soles, de seguro que voy a tener dificultades para hacer realidad esa posibilidad.

Entonces, para generar ingresos tenemos que atender al mercado, observar a la competencia, elaborar o conseguir nuevos productos y también producir valor agregado, es decir, añadir algo al producto que beneficie directamente al cliente, al consumidor, al mercado.

Se trata pues, de darle al cliente lo que a él le interesa y quiere. Pero, dónde averiguar qué es lo que el cliente quiere y desea? ¡Pregúntale al mismo cliente! Si, pregúntale al cliente siempre y de sus respuestas sacarás sugerencias para satisfacer sus necesidades y también interesantes ideas para generar valor agregado.

Entonces, puedes generar ingresos y por lo tanto ganar más dinero, utilizando y aprovechando las oportunidades que puedas detectar en el mercado. También debes aprovechar los conocimientos, experiencias, habilidades y recursos materiales que ya tienes, y a los que tal vez no les estás prestando atención ni sacando provecho.

EL SEGUNDO PELDAÑO: ADMINISTRAR LOS RECURSOS

Habrás conocido a personas que hicieron mucho dinero, y que ahora están en la miseria. De seguro que el dinero les ingresaba a raudales y también se le iba con la misma rapidez. Muchas de esas personas suelen decir que les ha hecho algún maleficio o brujería y que por eso el dinero se les “sala” y se les va de las manos como agua por entre los dedos. Sin embargo, la causa principal de que el dinero se “evapore” es la falta de una adecuada administración.

Por eso, algunas personas sensatas cuando se sacan la lotería contratan asesores financieros, para que les ayuden a darle el mejor uso y rentabilizar su nueva fortuna económica. Otro ejemplo lo tenemos en las Administradoras de Fondos de Pensiones (AFP); que son empresas que tienen por objetivo “hacer trabajar para que aumente” el dinero que los trabajadores van “guardando” para usarlo cuando se jubilen.

Volviendo al tema que nos concierne en este punto; es decir, que luego de haber generado ingresos y de haber ganado dinero, para poder seguir subiendo en la escalera del éxito en los negocios, tenemos que administrar adecuadamente nuestras ganancias, y los demás recursos, la pregunta es ¿qué recursos en general debemos saber administrar? Y la respuesta es que tenemos que administrar con sentido técnico y oportuno: el tiempo, los recursos del trabajo y el dinero en sí.

La administración del tiempo

El tiempo es un recurso importantísimo, especialmente porque el tiempo desaprovechado o que se pierde, es realmente irrecuperable. Cuántas veces, cuando hemos tenido muchas cosas por hacer, hemos deseado que los minutos no sigan avanzando, que el reloj se detenga, incluso queríamos estar en días anteriores. En el fondo de nosotros mismos, sabíamos que esto nunca ocurriría.

La única verdad es que el tiempo no perdona y seguirá su curso inexorable. Hoy es hoy y el mañana vendrá de todas maneras. No podemos cambiar esa realidad, y el tiempo que perdimos, la hora que no utilizamos bien ¡no volverá jamás! Tal vez lo más desesperante de este tema, es que no hay dónde comprar un poco de tiempo.

Todos disponemos de 24 horas por día, de siete días a la semana y de 365 días al año. Hay personas que se organizan de tal manera que parece que dispusieran de 40 horas al día. Por otra parte, hay personas que sienten que entre el amanecer y el anochecer de cada día, solo tienen como diez horas y que el tiempo no les alcanza para nada y suelen decir: “¡Cómo se me va el tiempo”.

Las personas que sienten que no tienen tiempo, lo que hacen en realidad es desperdiciarlo, y esto simplemente porque no lo utilizan debidamente, no consideran al tiempo como un recurso, como un insumo al que se le debe sacar provecho. No creen que perder el tiempo es tirar la vida por el desagüe.

Para tener éxito en los negocios, debemos aprender a valorar el tiempo, lo cual por cierto no significa únicamente decir que el tiempo es importante y que hay que aprovecharlo al máximo, sino darle el uso más apropiado.

En nuestra vida diaria tenemos que organizarnos para no tener esa sensación de caos que nos abruma y genera estrés. Esa organización tan necesaria tiene que ver con el uso inteligente del tiempo. Para esto, una excelente costumbre que debemos practicar es programar las actividades que tenemos que realizar.

Si te acuestas esta noche sin haber previsto cómo utilizarás el tiempo mañana, e incluso al despertar al día siguiente sigues sin saber qué harás, entonces puedo vaticinar que no tendrás éxito en tus proyectos empresariales, familiares y personales.

Para que el tiempo no te resulte insuficiente y no se “te vaya”, debes programar tus actividades, tienes que organizarte. La primera herramienta que te puede ayudar es una simple agenda, que tiene la virtud de permitir que puedes planear lo que harás e ir controlando su ejecución.

Lamentablemente, hay personas que compran su agenda pero no la utilizan, parece que tuvieran pena de malograrla, la quieren ver siempre nuevecita. ¡Úsala!

Escribe en ella las principales actividades que debes realizar. Como control de resultados, lo que se cumplió marca con un check o visto bueno y lo que no se hizo realidad con un aspa; así podrás saber cuántas actividades de las que programaste se cumplieron y cuántas no.

Igualmente es recomendable tener relojes por todas partes. Es preferible ir viendo como el tiempo transcurre, antes que estar adivinando ¿qué hora será? He podido observar que en los centros de trabajo y en los hogares donde hay relojes a la vista, las personas que allí trabajan y viven son más puntuales y cumplidoras de la ejecución de sus tareas que en los que no hay relojes.

Insisto que es bueno que utilices todas las herramientas que puedas, para administrar mejor el tiempo: las agendas, los programas de trabajo, los cronogramas.

Algo más, recuerda que el tiempo es vida y que uno no sabe de cuánto tiempo dispone para permanecer en este planeta. Entonces, en general, pero especialmente en los negocios, tenemos que administrar racionalmente ese recurso escaso e irrecuperable que es el tiempo.

La administración del dinero

Ahora veamos la administración del dinero. Escucho a personas que dicen: “He ganado mucho dinero, pero no sé qué hice con todo lo que generé con tanto esfuerzo”. Por el contrario, también conozco a quienes sin generar muchos ingresos han podido acumular pequeñas fortunas, y todo gracias a que han sabido administrar correctamente su dinero.

Para administrar bien el dinero en los negocios o la empresa hay una herramienta que se llama Flujo de Efectivo, su uso consiste en anotar al centavo los ingresos y los egresos presentes y los proyectados para el futuro.

Además de la exigencia de registrar cuidadosa y oportunamente las cifras de entradas y salidas del dinero, es sumamente importante tener en consideración el concepto de proyección, es decir, el de calcular o estimar cuánto serán los ingresos y egresos en el futuro. Ese futuro puede ser mañana, la próxima semana, el mes siguiente o el año que por venir.

El conocer anticipadamente cuántos serán los ingresos y egresos, te permitirá también saber si en el día, semana, mes o año que estés analizando, tendrás superávit (ganancia) o déficit (pérdida). Esta aproximación al futuro te permitirá ir viendo con la anticipación debida cómo aprovechar las ganancias y también qué medidas deberás tomar para cubrir los “hoyos financieros”.

Más que por irresponsabilidad, es por desconocimiento que muchos negocios desaprovechan las oportunidades para sacarle beneficio a los superávit que obtienen. También, a pesar de tener sus “cifras en rojo” no se preocupan de ahorrar, de hacer economías, de ser más eficientes en el trabajo.

¿Qué es rentabilizar?

Otro concepto que quiero tratar en este peldaño de administrar, es el de “rentabilizar los recursos”. Lo haré con un ejemplo: Si un aparato cuyo precio normal es de 100 dólares, me lo venden a 40 dólares, aceptaremos la idea de que he realizado una economía interesante.

Sin embargo, si luego de adquirir ese aparato no lo utilizo, entonces podemos decir que en realidad he terminado desperdiciando los 40 dólares que pague por él. Seguramente que han sido muchas las veces en las que hemos comprado cosas de remate a precios de ganga; pero que al no utilizarlos convenientemente, lo que hicimos fue distraer dinero que pudimos haber utilizado en otras cosas que nos hubieran producido ganancias.

También es bueno aclarar el uso práctico de los conceptos de Costo y Gasto. En Contabilidad se entiende por costo, el dinero destinado a los bienes que permitirán tener productos que al venderse reditúen ganancias a la empresa; mientras que el gasto, se refiere al dinero que se emplea en asuntos que producen no ganancias directamente. Por ejemplo, costo será la compra de materia prima, insumos y equipos, y gasto lo constituirán las comisiones por ventas, el regalo a un cliente y las reuniones de capacitación.

Como empresarios, lo interesante es que razonemos con lógica sencilla, para tener un orden en nuestros actos. En ese sentido, sabemos que un regalo a un cliente puede permitirnos seguir vendiéndole sostenidamente. Por otro lado, cuánto más comisiones de ventas paguemos significa que hemos tenido mayores ventas y por lo tanto más ganancias para nuestro negocio. También, cuanto más capacitación realicemos para nuestro personal, la calidad de nuestras actividades productivas, administrativas, de ventas y la buena atención en el servicio en general será mejor, con lo que estaremos camino a la competitividad; que a su vez significa posibilidades de permanecer en el mercado, de lograr mayores utilidades y crecer.

Entonces, como empresarios debemos aceptar que todo tiene un costo; es decir, nada es gratis y que tenemos que pagar por todo, de una u otra manera. Lo inteligente es, destinar el dinero necesario para atender los “costos” y los “gastos” de todo aquello que nos permita que el negocio funcione adecuadamente o sea de manera tan organizada, que podamos desempeñarnos brindando el mejor de los servicios a nuestros clientes. Todo esto, naturalmente, dentro de un plan de crecimiento sostenido y cuidándonos de no caer en el despilfarro.

El Ahorro

Un aspecto muy importante, en esta parte de cómo administrar los recursos, es el Ahorro. Ahorrar es guardar parte de los ingresos que generas. Para poder ahorrar debes seguir el procedimiento siguiente: Primero, decidirte a ahorrar; segundo, aceptar los sacrificios que se derivan de tu decisión; tercero, utilizar el método de ahorro que más te acomode y convenga.

Decidirte a ahorrar, significa establecer una cantidad de dinero que guardarás cada cierto tiempo, para determinado fin. Aceptar los sacrificios que derivan de esa decisión debe entenderse, por una parte, como el compromiso de cumplir con destinar el dinero para el ahorro, privándose ahora de algún disfrute a cambio de una satisfacción en el futuro y por otro lado, vencer las tentaciones de usar los ahorros para fines diferentes a los definidos previamente.

En cuanto al método de ahorro, todos son buenos si funcionan para ti; desde guardar bajo el colchón, utilizar una alcancía, el ahorro a plazo fijo en el sistema bancario, pasando por las juntas y panderos, que hacen nuestros amigos en el barrio o algún pariente.

A las personas que no comprenden plenamente lo que es el ahorro, tal vez piensan que los demás obtuvieron sus cosas por suerte o que consiguieron dinero de mala manera. Se les puede hacer difícil aceptar que se requiere de trabajo arduo, que es necesario privarse del disfrute presente, que se deben administrar óptimamente los recursos. No hay misterios, todo consiste en decidirse y aceptar que el ahorro significa sacrificio.

Volviendo a la necesidad de utilizar algún método que más nos acomode y que nos permita ahorrar, quiero reiterar el funcionamiento del pandero o la junta. Por ejemplo, alguien organiza un grupo de diez personas, para que cada una de ellas aporte 100 soles al mes durante 10 meses y cuando le toque su turno recibirá mil soles; quien organizó la junta o el pandero, lo hace con la finalidad de financiarse, pues el primer número será para ella, de tal manera que dispondrá de 900 soles ya, los que irá devolviendo a razón de 100 soles mensuales.

El sacrificio para cada integrante de la junta, está en cumplir puntualmente con hacer los aportes mensuales y eso será así porque la persona que organizó la junta, estará atrás de cada uno de los aportantes para que cumpla con entregar su parte. Este método tiene en otros casos algunas sofisticaciones, porque establece penalidades que deben asumir los que se favorecen obteniendo los primeros números y los que toman los últimos números, se favorecen recibiendo los mayores aportes que hicieron los primeros.

En el caso de los otros métodos como bajo el colchón, la alcancía, la cooperativa de ahorro y crédito o el banco, se necesita mucha fuerza de voluntad para guardar

la cantidad de dinero que nos habíamos comprometido. Por supuesto que los que lo hacen, cumpliendo fielmente con incrementar sus ahorros, llegarán a tener un respaldo económico para encarar imprevistos familiares y empresariales, y para emprender nuevos proyectos de negocios si así lo decidieran.

La costumbre de administrar bien lo que ganamos, es consecuencia de una buena educación. Por lo general estamos mal educados y eso lo proyectamos mal educando a nuestros hijos. Por eso se dice que somos pobres porque no estamos educados para administrar nuestros talentos, nuestros recursos ni la riqueza que generamos.

Una manera de contribuir desde la niñez, con la educación financiera para la correcta administración del dinero, es la entrega a los niños de sus respectivas mesadas o propinas mensuales. Cuando los niños son educados en el manejo del dinero, al ser adolescentes y adultos, podrán destinar de sus ingresos lo necesario para adquirir seguros contra accidentes, seguros de salud, seguros de vida, seguros para su jubilación y para el ahorro que cubra otras contingencias imprevistas o de placer personal y familiar.

El ahorro en la historia

El ahorro es una actividad que tiene gran importancia en el mundo moderno. Desde tiempos remotos ya se tenía el concepto de ahorro y se practicaba en los pueblos de la antigüedad; sin embargo, en la actualidad se vuelve fundamental, debido a las condiciones de vida de la sociedad contemporánea.

Como dijimos, el ahorro es la acción de guardar un bien o dinero, en previsión de lo que pudiera suceder en el futuro, es reservar parte del gasto ordinario. Es una actividad sana que debemos practicar con constancia. Si tú ahorras quiere decir que eres precavido, cuidadoso con tu porvenir y sabes que hay que “guardar pan para mayo”.

No solamente las personas debemos practicar el ahorro; también los estados y las empresas deben hacerlo. Por eso, actualmente los países crean fondos de previsión y acumulan sumas cuantiosas denominadas reservas internacionales. Antiguamente las civilizaciones optaban por el hábito del ahorro como una forma de asegurar su porvenir; así lo relata la Biblia en el pasaje de los sueños interpretado por José. Él vaticinó al faraón un periodo de siete años de abundancia seguido por otros siete años de sequía y de hambruna para Egipto. Por esta razón el faraón decretó guardar el producto de todas las cosechas para afrontar esos malos tiempos.

Los incas también acostumbraban reservar parte de lo obtenido con su actividad productiva, en cavernas frías que actuaban como congeladores, de manera que cuando no hubiera producción de alimentos ya se contaba con esa reserva. Nadie sabe cuándo se puede presentar un gasto imprevisto. Si no se tienen los recursos en el momento necesario se pueden pasar muy malos ratos.

Un mal que aqueja a las sociedades, es el afán de hacerse de grandes cantidades de dinero sin mucho esfuerzo; desde la antigüedad ha habido personas que prestan dinero y cobran exorbitantes intereses, a esto se le considera delito de usura en las sociedades modernas.

El ahorro se practica desde hace mucho tiempo; civilizaciones, como China y la Inca acostumbraban guardar parte del fruto de sus cosechas. En el medievo se organizó mejor el sistema del ahorro, lo que se puede constatar con la formación, en 1,462, de la primera organización del ahorro, para proteger a sus integrantes de la usura. Fue creada por monjes franciscanos y se le llamó “Monte de Piedad”.

Fue por esa misma época, que se organizaron los “bancos” y se crearon los primeros cheques de viajero. Los llamados “bancos”, eran en realidad los negociantes que brindaban a los viajeros la facilidad de recibirles dinero en una ciudad y extenderles un cheque, con el que la persona pueda cobrarlo en otra ciudad, con otro negociante asociado al primero.

Estos negociantes solían ubicarse en las plazas o los mercados, y colocaban unos bancos donde atendían al público. Desde luego que había quienes brindaban un servicio confiable para el usuario; pero, también había otros, que llegado el momento no podían pagar al usuario el importe de su cheque. Generalmente estos pleitos terminaban en peleas y era común que el usuario le rompiera el banco al negociante. De este hecho se deriva la expresión “Banca Rota”, para calificar la quiebra de una institución bancaria.

En el Perú el hábito del ahorro se introdujo en julio del año 1,777 por el presbítero Francisco Javier Villalta y Núñez. En la actualidad el Estado ampara el ahorro y existe una gran cantidad de instituciones que se dedican a administrar el dinero del público ahorrista.

Los bancos ofrecen al ciudadano común una gran cantidad de beneficios por entregarles su dinero, proceso llamado de captación, y que retribuyen con un pago, llamado interés pasivo. Luego, ese dinero captado del público, los bancos los prestan o colocan en las personas y empresas que necesitan de esa liquidez y a las que les cobran un interés llamado activo, que es superior al interés pasivo, la diferencia entre estos dos tipos de intereses constituye la ganancia de los bancos.

Existen también otras entidades que se dedican a administrar los fondos de los ahorristas tales como las Cooperativas de Ahorro y Crédito, Financieras, Cajas Rurales, Cajas Municipales de Ahorro y Crédito, Edpymes, etc.

¡Ahorra! Sí se puede

Como lo hemos adelantado, ahorrar tiene mucho que ver con la adecuada combinación de método y fuerza de voluntad. Pero, ambos factores están a su vez relacionados al

conocimiento. Aquí te estoy entregando el conocimiento y el método; pero tú tendrás que poner la voluntad. El ahorro es la semilla de la riqueza; es decir, sin ahorro será casi imposible que puedas tener riqueza. Y es que si no ahorras, no podrás acumular y si no acumulas no tendrás para invertir, y si no inviertes no lograrás generar riqueza.

También debemos decir que solamente el ahorrar no te llevará a la riqueza. El camino o proceso contempla varias etapas que son: Ahorro-Crédito-Inversión-Riqueza, y todas y cada de ellas tienen su propia importancia; pero la base o el punto de partida es el ahorro.

Cuidado con la trampa de la “ley económica”

En Economía se dice que el Ahorro (A) es igual a los ingresos (Y) menos el consumo (C). De manera que la ecuación es la siguiente; $A=Y-C$. Lo que esto nos está diciendo es que para que pueda haber ahorro, necesitamos que los ingresos sean superiores al consumo. Así, si alguien tiene ingresos de 1,000 y gasta o consume 800, tendría 200 para ahorrarlos; mientras que el que gana 1,000 y consume 1,000 no tiene para ahorrar; peor aún, el que tiene ingresos de 1,000 y consume 1,200 no tendría para ahorrar y como se dice, tiene un “ahorro negativo”.

La trampa está en creer que la “ley económica” determina nuestra conducta de generadores de ingresos y de ocasionadores de gastos. Si piensas que es una situación pasiva, que los ingresos son estáticos y los gastos siempre crecen por sí solos, te digo que no es exacto.

Se puede romper la tradición

En la realidad, vemos personas muy cercanas a nosotros como amigos, parientes o familiares, cuyos ingresos son menores que los nuestros, pero que han logrado acumular ahorros que llegan a sumas importantes e envidiables. ¿Y cómo lo hacen? ¿Cuál es su secreto? No seas malpensado, estamos hablando en serio.

Como ya lo hemos dicho, los que ahorran con seriedad, lo hacen porque se aferran a su compromiso de ahorrar y para ello aceptan y asumen todos los sacrificios que eso puede representar. Conozco casos de personas que teniendo ingresos de 1,000 soles al mes, deciden gastar únicamente 900 soles, con los cuales hacen milagros para atender las necesidades de la casa; de esta forma tienen 100 soles para el ahorro familiar.

En el manejo de los negocios, no disfrutar de las ganancias en el momento, sino guardarlas para volver a invertir en el mismo negocio, es lo que lo hace crecer y por supuesto también hará que la empresa se vaya haciendo más solvente y aumentando a su vez sus posibilidades de ser competitiva, especialmente si se invierte en el desarrollo de las personas y en tecnología.

TERCER PELDAÑO: INVERTIR

Ahora, después de generar ingresos y haber administrado bien los recursos, viene la etapa de invertir.

No debemos olvidar cuántos sacrificios tuvimos que realizar, para que con esfuerzo hayamos ido juntando y acrecentando nuestros ahorros. Dependiendo de nuestras posibilidades y del compromiso que tomamos al decidirnos a ahorrar, hemos ido viendo como poco a poco, gracias a nuestra constancia, el “chanchito” o la cuenta de ahorros en el banco muestra cifras interesantes. ¡Hay que alegrarnos y felicitarnos!

Recordemos que ahorrar es como hacer una represa, para que el agua se acumule. Cuando haya una cantidad considerable de agua, esta puede producir energía eléctrica al caer desde un nivel elevado y mover turbinas, y también puede regar y hacer fructificar los campos áridos. Es decir, el ahorro nos da la posibilidad de invertir.

Al momento de invertir debemos hacerlo sin miedo de que esa inversión no vaya a fructificar. Por supuesto que para minimizar los riesgos, es recomendable hacer los análisis básicos para ver la viabilidad de la inversión que se hará. Decimos “sin miedo”, porque a veces estamos tan temerosos y desconfiados de la inversión que haremos, que pareciera que decretamos el fracaso; se produce eso que llaman: la profecía auto cumplida. La experiencia me ha ido mostrando como las personas que aplican la idea: “el

que no arriesga no gana”, sufren menos incluso cuando pierden su inversión y están con mejor ánimo, lo cual les permite recuperarse rápidamente, ellos creen firmemente que al fin y al cabo “el dinero se hace”.

Invertir en el negocio

En el ámbito del desarrollo de un negocio o empresa ¿en qué debemos invertir? Debemos invertir en promoción, en capacitación, en tecnología, en el mantenimiento y modernización de la maquinaria y equipos.

La promoción es avisar a los posibles clientes y a los que ya lo son, que tenemos los productos que ellos pueden necesitar; para hacer eso tenemos que invertir en los medios que nos permitan concretar esa comunicación, que puede realizarse mediante llamadas telefónicas, ordenando anuncios publicitarios y hasta visitándolos en sus negocios o domicilios. Efectuar estas actividades requiere de alguna inversión. El que lo hace de buena gana cosecha buenos resultados y el que no lo hace estará muy cerca del fracaso.

Es fundamental invertir en capacitación. Es bueno que leas libros y revistas relacionados al manejo de los negocios; que asistas a conferencias, seminarios y cursos, informativos, de formación técnica y de gestión empresarial. Otra alternativa práctica es que consigas videos para que los veas con tus colaboradores. Invierte en tu capacitación y la de tu personal. Las actividades de capacitación, nos brindan la posibilidad de capturar criterios y técnicas para manejar adecuadamente la organización empresarial, buscando diferenciarla de la competencia. Invertir en capacitación significa elevar nuestra productividad y así mejorar nuestra competitividad.

También debes invertir en tecnología. Eso quiere decir, por ejemplo, que deberás adquirir, si no lo tienes, un computador y los programas informáticos, para manejar con más orden la información del negocio, de tal manera que puedas tomar oportunamente las decisiones más acertadas. Recuerda que, cuando hablamos de tecnología estamos refiriéndonos al manejo de nuestros propios procesos productivos, administrativos, comerciales y operativos en general, que nos permiten tener un desempeño eficiente, eficaz y efectivo.

Por otro lado, es importante considerar la necesidad de realizar inversiones en el mantenimiento y la modernización de las maquinarias y equipos. Muchos negocios y empresas salen del mercado porque descuidaron y desatendieron este aspecto.

Entonces, hasta aquí, hemos señalado que para tener éxito en los negocios, en primer lugar, se deben aprovechar las oportunidades para tener ingresos y aún más, generarlas. En segundo término, hay que administrar correctamente los recursos conseguidos, haciendo que el negocio funcione de manera óptima y logrando márgenes para el ahorro. En tercer lugar, tenemos que invertir en promoción, en capacitación, en tecnología e infraestructura productiva, para mejorar permanentemente lo que hacemos.

CUARTO PELDAÑO: DESARROLLAR

Cuando estamos en la posibilidad de darle solidez a nuestro negocio, es que necesitamos determinar los aspectos claves en los que tenemos que realizar las acciones y actividades para desarrollarlos, de tal manera que tengan sostenibilidad en su desempeño competitivo.

Esto tiene que ver con lo que debemos hacer en nuestros mercados, con nuestros productos, con nuestras relaciones públicas de negocios, con las marcas que manejamos, y con las personas que trabajan en nuestra organización o empresa.

Desarrollar mercado: Significa buscar nuevos clientes, nuevas zonas donde vender, llevar nuestros productos donde se encuentran los potenciales compradores. Es probable que hayamos empezado atendiendo las necesidades de una zona pequeña, luego nos fuimos expandiendo en todo el distrito, y ahora pensamos vender en todo Lima Metropolitana y más adelante queremos llegar a provincias y aspiramos a concretar el sueño de salir a mercados internacionales. Los mercados se pueden desarrollar también por segmentos socioeconómicos, por edades, por estilos de vida, etc.

Desarrollar los productos: Precisamente gracias a la creatividad y a la innovación, aparecen nuevos modelos, nuevas presentaciones, nuevas secciones de atención. Muchas bodegas empezaron vendiendo solamente abarrotes y luego se amplia-

ron sus líneas de atención pasando a funcionar como “minimarket”. También podemos ir diversificando los giros de los negocios que administramos.

Desarrollar nuestras relaciones públicas

Como sabemos, nuestro negocio o pequeña empresa, en tanto es una organización viva, se vincula con un contexto mayor que influirá en su desarrollo. En este sentido, tiene importancia la manera cómo se relaciona con sus clientes, sus proveedores, las entidades del Estado, la competencia, la comunidad en general y sus propios trabajadores.

Estas relaciones institucionales son de tal importancia que las medianas y grandes empresas, las atienden constituyendo áreas de atención con profesionales especializados en el tema. Es claro que los empresarios de la micro y pequeña empresa, tienen que asumir personalmente esta tarea. Para eso, es recomendable que asistan a reuniones gremiales y que aprendan a mantener vinculaciones con los medios de prensa.

En este aspecto de la relaciones con los grupos de interés, es conveniente recordar la necesidad de fomentar la asociatividad representativa de las micro y pequeñas empresas, lo que podrá hacerse cuando todos y cada uno de los empresarios de las MyPE, pertenezcan a alguna forma de asociación, a la que ayuden a mantener con sus aportes y asistiendo a sus asambleas. Eso sería el sustento para llegar a constituir una entidad de representación no politizada de nivel nacional.

Desarrollar marcas propias

Muchos empresarios de las MyPE se vinculan con marcas ya conocidas, y claro, eso les permite posicionar sus productos en mercado en menos tiempo; sin embargo, sería interesante que pudieran ir pensando en desarrollar sus propias marcas, especialmente si son fabricantes. También es conveniente recordar, que para tener una marca registrada no es necesario ser fabricante, porque se puede subcontratar los servicios de manufactura.

Por supuesto que al inicio nadie conoce tu nueva marca, pero con el paso del tiempo y si le brindas todos los soportes del caso y especialmente de calidad, tu marca irá ganando prestigio. Después para protegerla tendrás que registrarla en el INDECOPI. Más adelante tu marca puede llegar a tener mucho valor económico y tal vez te permita franquiciarla o venderla.

Otro aspecto clave del tema de la marca está en el campo del prestigio y la “buena fama”. Por lo que es sumamente interesante preocuparse por desarrollar la marca personal. Hacer que tu nombre sea respetado. Se comprende, que para que los

demás te respeten tú tienes que hacerte merecedor de ese respeto, a través de tu conducta diaria. La primera marca que tienes que desarrollar es tu nombre personal, la segunda marca es el nombre de tu familia, la tercera marca es la de los productos que vendes, y la cuarta marca es la de tu negocio en su conjunto.

Me refiero a la buena fama, como podría ser la de la “Ferretería Clavito”, cuando todos lleguen a decir que allí se les atiende rapidito, que jamás se quedan con el vultito y su dueño es pulcro y muy amable. Esa imagen, esa marca, que el empresario genera en su ferretería le permitirá mantener a sus clientes y que ellos le recomienden. Por el contrario, imagina que sus clientes y el vecindario digan: “En la ferretería Clavito su dueño además de tratarnos mal es raterito”.

Entonces, cuando digo que desarrolles tu marca, estoy hablando de desarrollar una imagen de prestigio, que te traerá más clientes, que te traerá más dinero y que en general te traerá prosperidad duradera. Por eso al prestigio se le llama activo intangible. La imagen positiva la logramos también siendo una persona de palabra, que cumple lo que promete.

Desarrollar al personal

Hay una equivocación cuando se cree que por haber concluido los estudios de la secundaria o la carrera universitaria ya no necesitamos seguir estudiando. El aprendizaje no termina nunca, La vida física, material, nos quedará siempre corta para todo lo que estamos en capacidad de seguir aprendiendo como seres humanos.

Además, tenemos que desarrollarnos como personas integrales, porque no somos solamente cuerpo material e inteligencia, también somos emociones, voluntad, valores y sobre todo espiritualidad. Por eso, ya sea como individuos o como seres sociales, superarse significa ser cada vez mejor como persona humana.

La empresa tiene la responsabilidad de ayudar a que sus trabajadores sean cada vez mejores personas, desde una perspectiva integral y plena; es decir, no solamente mejores trabajadores, sino también mejores padres de familia, hijos, hermanos y mejores profesionales. Por eso, como empresario debes trabajar mucho en la tarea de crear las condiciones favorables para desarrollar a tus colaboradores. Ya hemos indicado la importancia de la capacitación; pero no solamente la capacitación ayuda a desarrollar el potencial de las personas que trabajan con nosotros. Existen planes de Mejora de la Calidad Humana o de mejora de las relaciones de tu personal contigo.

Los planes especialmente establecidos para recoger sugerencias de los trabajadores, ayudan mucho a mejorar los diseños, los procesos y las estrategias del funcio-

namiento de la organización empresarial. Por eso, cuando el personal está mejor capacitado y preparado, sus aportes son invalorable incluso desde el punto de vista económico.

En ese sentido, es fundamental desarrollar al personal en lo que son sus talentos, en potenciar sus competencias, que impulsarán el crecimiento y en definitiva ayudarán al progreso sostenido de empresa o negocio.

Cuidar el negocio

Recuerda que vives de tu negocio, porque con la actividad que realizas en ella es que generas el dinero para ti, tu familia y las familias de tus colaboradores. De allí nace la responsabilidad de conducirlo con esmero y dedicación, porque efectivamente “el ojo del amo engorda el ganado”

También tienes que cuidarte, porque en los pequeños negocios, los dueños o empresarios somos el alma de la empresa. Si nos enfermamos, es como que el negocio se enfermara; si amanecemos molestos con nosotros mismos, ese ánimo negativo se refleja en nuestro rostro y lo ven la pareja, los hijos, los empleados, y lo más grave, lo ve el cliente. De modo que, tenemos que estar siempre con ánimo aceptable. Igualmente, vale la recomendación de que cuides tu salud física y para ello aliméntate bien y sano. Y duerme bien.

Cuida a tus colaboradores, trátalos bien, con respeto, simplemente trátalos como te gustaría que te traten a ti si fueras el empleado. Si tratas bien a tus colaboradores, con el ejemplo estarás enseñando a tratar bien a las personas, sean familiares o extraños.

Cuida a tus proveedores. Proveedor es quien te da los ingredientes para que fabriques tus productos o aquel que te vende los productos terminados que luego tú vendes a tus clientes. Cumple con tus proveedores, no te comprometas a cuentas que después no puedes pagar. Si te comprometiste a pagar este fin de semana, cumple, sino podrás hacerlo, antes de que llegue el plazo acordado llama a tu proveedor y dile que has tenido problemas para cumplirle y pídele nuevo plazo de pago que sí cumplirás. Pero, no te escondas, porque eso es una forma de maltratar a tus proveedores.

Queridas amigas, queridos amigos, me despido diciéndoles que el éxito no viene por sí solo, tienes que provocarlo, mantenerlo y por supuesto disfrutarlo cuando llega. En estas líneas hemos recordado que la vida nos ofrece posibilidades de ascender, de subir hasta lograr el éxito, al que tenemos derecho. Sin embargo, necesitamos cumplir aportando nuestro trabajo, inteligente, honrado y seguramente que esforzado, eso es subir la “escalera del éxito”. ¡Felicidades!



Hay muchas formas de entender el éxito. En el campo de los negocios, puede ser visto como la acumulación de dinero o como el prestigio conseguido, también puede entenderse como la satisfacción por haber iniciado una empresa o haber contribuido con alguna innovación. Te propongo cuatro “peldaños” que debes “subir” para poder encaminarte hacia el propósito de ser exitoso a través de los negocios. Estos peldaños de nuestra escalera son: Primero, generar. Segundo, administrar lo generado. Tercero, invertir o reinvertir. Cuarto, desarrollar. Atrévete a seguirlos.