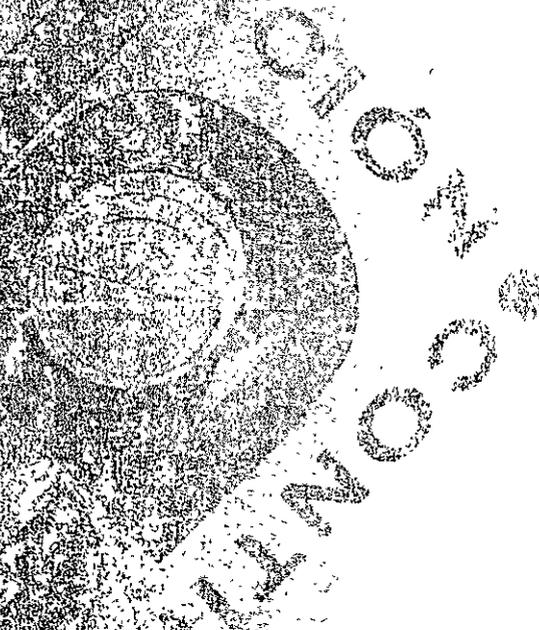
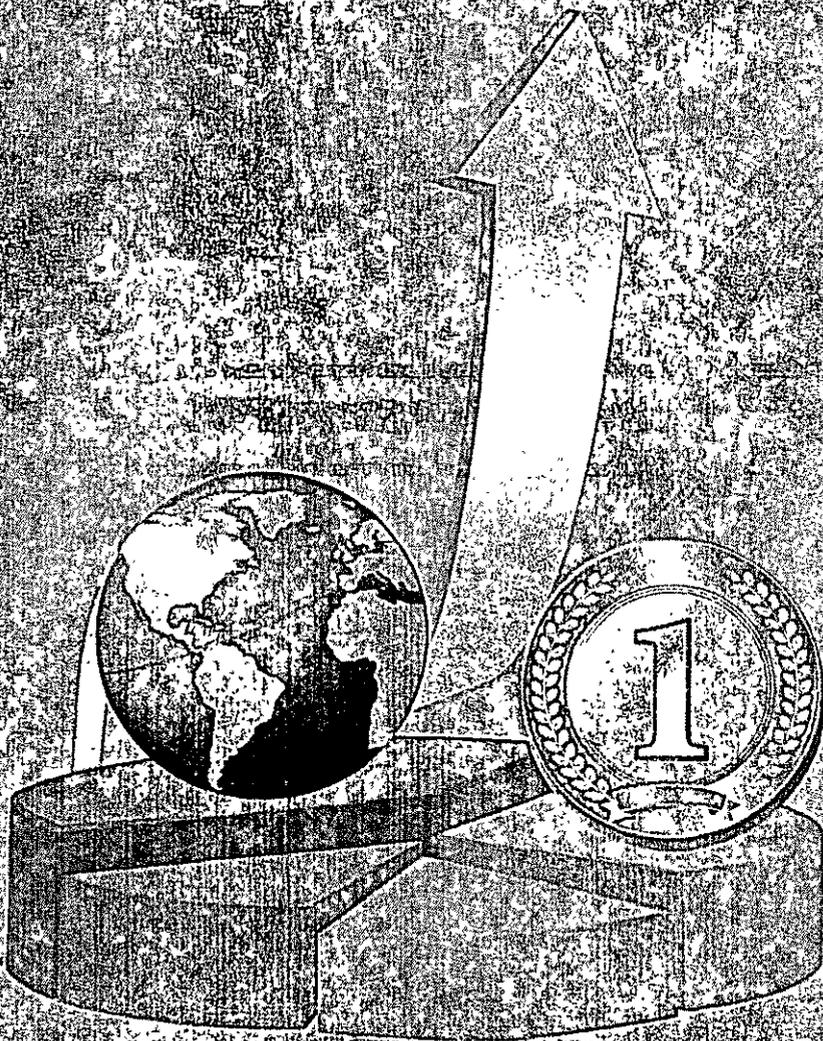




La División de Educación Continua y a Distancia
de la Facultad de Ingeniería de la UNAM
Presenta su Curso:

EL INGENIERO EMPRESARIAL

Profesor: Ing. Javier Gómez Abrams
Del 06 de Noviembre al 11 de Diciembre de 2010
Duración 28 horas CA91



EL INGENIERO EMPRESARIAL

TEMARIO.

I. IMPORTANCIA Y NECESIDAD DE TENER TU PROPIO NEGOCIO

I.1 DEFINICION E IMPORTANCIA DEL TEMA

I.2 EL PAPEL DEL INGENIERO COMO EMPRESARIO INDEPENDIENTE

I.3 QUE HACE A UN PEQUEÑO EMPRESARIO DE EXITO; HABILIDADES CRITICAS

I.4 ¿SOBRE QUE INICIA UN INGENIERO SU PROPIO NEGOCIO?

II. ESTRATEGIA DE COMERCIALIZACION

II.1 DIFERENCIA ENTRE MERCADEO Y VENTAS

II.2 ESTRATEGIA ADECUADA DE MERCADEO, MANEJO DE LA COMPETENCIA

II.3 ESTABLECIMIENTO DEL PRECIO DE VENTA

II.4 TECNICAS AVANZADAS DE VENTAS, VALOR AGREGADO, SERVICIO EXCELENTE AL CLIENTE

III. ORGANIZACION FINANCIERA

III.1 FINANCIACION DE LA PEQUEÑA EMPRESA, ALTERNATIVAS DE ACCESO AL CAPITAL

III.2 HERRAMIENTAS CONTABLES Y FINANCIERAS

III.3 ANALISIS DEL CRECIMIENTO; ¿CUANTO CRECER Y COMO?

III.4 ESTRATEGIAS CLAVE DE UN DIRECTOR GENERAL

IV. DIRECCION DE RECURSOS HUMANOS; SUPERVISION, LIDERAZGO

IV.1 CONTRATACION DEL PERSONAL; LA ENTREVISTA EFECTIVA

IV.2 TIPOS DE MOTIVACION; (ECONOMICA Y NO ECONOMICA)

IV.3 COMO REDUCIR EL EXCESO DE SUPERVISION, DELEGACION

IV.4 DESARROLLO DEL PERSONAL, TEORIA GERENCIAL; ADMINISTRACION DEL TIEMPO

V. CONTROL EFECTIVO DE UN NEGOCIO

V.1 ETAPAS CRITICAS DE UN NEGOCIO EN MARCHA; COMO CONTROLARLAS

V.2 MANEJO DEL RIESGO Y DE LA OPORTUNIDAD; INNOVACION APLICADA

V.3 EL PRINCIPIO HARVARD; SU APLICACION

V.4 ¿COMO HACER DINERO?

EL INGENIERO EMPRESARIAL

CUANDO UNO INICIA UN NEGOCIO, INGRESA A UN TERRITORIO DEL QUE NO EXISTEN MAPAS DE RUTAS. DE LO UNICO QUE CUALQUIER PERSONA PUEDE ESTAR SEGURO ES DE LA IMPREDECIBILIDAD.

EXISTEN MOMENTOS DE PANICO EN EL QUE UNO PIENSA SI HABRA COMETIDO UNA TERRIBLE EQUIVOCACION; SEGURAMENTE EL TIEMPO Y EL DINERO QUE SE INVIRTIO EN LA EMPRESA SE PERDERA. PERO EL SUEÑO, EL DESEO GENERALMENTE SON MAS FUERTES. LA ANSIEDAD ALTERNARA CUANDO LAS CONDICIONES ECONOMICAS CAMBIEN TAMBIEN, CUANDO LA COMPETENCIA TOME PARTE DE SU PARTICIPACION EN EL MERCADO, O CUANDO LOS COSTOS DE EXPANSION EXCEDAN A LAS VENTAS SUBSIGUIENTES. A VECES LOS PEORES TEMORES COMO LOS MEJORES DESEOS DE UN INGENIERO EMPRESARIO SE CONVIERTEN EN REALIDAD.

EL INGENUERO EMPRESARIO OPERA EN UN MEDIO HOSTIL, EN EL QUE PARECE TODO ESTAR EN CONTRA DE UNO. EN EL QUE LA GRAN EMPRESA ESTA INVADIENDO CON LA MANO EN LA CINTURA TODOS A LOS PEQUEÑOS NEGOCIOS. LAS ESTADISTICAS MUESTRAN OTRO DATO UN TANTO DESALENTADOR: EL CINCUENTA POR CIENTO DE LAS EMPRESAS FRACASAN EN EL PRIMER AÑO; DENTRO DE LOS SIGUIENTE CINCO AÑOS, EL 75 % DESAPARECEN POR UNA U OTRA RAZON. SIN EMBARGO, ALGUNAS DE LAS PERSONAS DE MAYOR EXITO EN NUESTRA SOCIEDAD LO LOGRARON CON UNA PEQUEÑA EMPRESA. TAMBIEN Y COMO PUNTO MUY IMPORTANTE: EL 68 % DE LOS NEGOCIOS QUE PERMANECIERON EN EL MERCADO POR MAS DE 6 AÑOS, TODOS ELLOS LOGRARON MAS EXITO ECONOMICO DE LO QUE ELLOS MISMOS SE LLEGARON A IMAGINAR.

EL INGENIERO EMPRESARIO TIENE QUE SER ESTRATEGA DE MERCADO, BUEN VENDEDOR, ESPECIALISTAS EN LOS PRODUCTOS, O SERVICIOS QUE LA EMPRESA OFRECE, ADMINISTRADOR FINANCIERO, PSICOLOGO, ABOGADO, ECONOMISTA, CONTADOR, FISCALISTA, INFORMATICO Y SOBRE TODO HOMBRE (MUJER) DE NEGOCIOS.

¿CUALES SON ESOS FACTORES, ESCENCIALES DEL MOVIMIENTO DE UNA EMPRESA, QUE HACEN LA DIFERENCIA ENTRE EL EXITO Y EL FRACASO?, ¿QUE ES LO QUE ALGUNOS DUEÑOS HACEN O DEJAN HACER, QUE LES PERMITE LLEVAR ADELANTE SU EMPRESA, YA SEA EN LA ETAPA DE INICIACION DURANTE LOS PRIMEROS AÑOS, O CUANDO ESTA APREMIANDO POR CONVERTIRSE EN MEDIANA EMPRESA?

PORQUE LAS PEQUEÑAS EMPRESAS SON DIFERENTES

UNA DE LAS DIFERENCIAS CLAVE ENTRE LAS PEQUEÑAS Y LAS GRANDES EMPRESAS ES LO MUCHO QUE SE DESCONOCE. EN UN PRINCIPIO HAY MUCHO ENTUSIASMO, SIN EMBARGO POCAS VECES POR MUCHAS RAZONES NO SE LLEVA A CABO UNA INVESTIGACION EN FORMA CONVENIENTE Y AUN ASI QUE % DE PRECISION ASEGURA A UN ESTUDIO PERFECTAMENTE BIEN REALIZADO QUE SE DARAN ESOS RESULTADOS EN LA REALIDAD.

VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE INICIAR UN NUEVO NEGOCIO.

ENTRE LAS DIVERSAS DIFERENCIAS ENTRE UNA PEQUEÑA EMPRESA A DIFERENCIA DE UNA EMPRESA GRANDE PODEMOS SEÑALAR:

- 1.- NUNCA HAY SUFICIENTE DINERO
- 2.- NUNCA HAY MUCHO TIEMPO
- 3.- SIEMPRE ABUNDANCIA DE TRAMPAS
- 4.- SE NECESITAN DESTREZAS DE MUY DIVERSA CATEGORIA
- 5.- EL PEQUEÑO EMPRESARIO ES UNA BANDA DE UNA SOLA PERSONA.
- 6.- NUNCA ENCONTRAMOS A LA GENTE IDONEA
- 7.- NUNCA TENEMOS A LA GENTE IDONEA

¿QUE HACE A UN INGENIERO EMPRESARIAL DE EXITO?

DE ACUERDO CON ENCUESTAS REALIZADAS CON PERSONAS DE EXITO EN EL AMBIENTE EMPRESARIAL, SE PODRIA CONCLUIR CON LAS SIGUIENTES CARACTERISTICAS:

- SALUD MENTAL; MUCHAS VECES LOS PROBLEMAS FINANCIEROS SON LOS QUE AHOGAN A LA EMPRESA; PERO SIN EMBARGO ESTOS ESTAN AGRAVADOS POR PROBLEMAS DEL DUEÑO. POR EQUILIBRIO MENTAL SE REFIERE A LA PERSONA QUE TIENE LA CAPACIDAD DE SOLVENTAR Y MANEJAR ADECUADAMENTE LOS PROBLEMAS, TOMANDO LAS DECISIONES MAS ADECUADAS. CONJUNTANDO IGUALMENTE LAS OCHO VARIABLES QUE DAN EL AJUSTE AL SER HUMANO. (ESTRELLA DE LOS OCHO PUNTOS).
- REALISMO; ES UNA CARACTERISTICA MUY IMPORTANTE, QUE AUNQUE " DUELA " HAY QUE SER VALIENTES Y AFRONTARLA. HAY QUE TENER LA HABILIDAD DE RECONOCER LOS PUNTOS DEBILES ASI COMO LOS PUNTOS FUERTES DE NUESTRO NEGOCIO: CUAL ES LA PARTICIPACION DEL MERCADO, HACIA DONDE VAMOS, QUE TAL ES NUESTRO PRODUCTO, LA CALIDAD DE MISMO?, COMO ES NUESTRO SERVICIO, QUE LE FALTA A NUESTRO PERSONAL ETC.

- SABER LEER ESTADOS FINANCIEROS; TANTO EL BALANCE GENERAL, EL ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS, LOS ESTADOS ANEXOS, TENER ESTA MISMA INFORMACION OPORTUNAMENTE, ANALIZARLA Y SABER QUE VAMOS HACER.
- ATENDER EL NEGOCIO; PUEDE SER QUE EL DUEÑO NO SEA UNA PERSONA EN EXTREMO HABIL PARA LOS NEGOCIOS, TAMBIEN PUEDE SER QUE ESTA MISMA PERSONA TAMPOCO SEA MUY HABIL COMO LIDER DE SU EMPRESA, TAMPOCO MUY PERSPICAZ O MUY " VISIONARIO "; UN HECHO DEMASIADO SIMPLE Y SENCILLO, ATENDER EL NEGOCIO. PONERLE LA ATENCION QUE REQUIERA, QUE ESTE AL TANTO DE LO QUE SE ESTA COMPRANDO, DE LO QUE SE ESTA VENDIENDO Y EN CUANTO, LA COMPETENCIA, LOS EMPLEADOS, EL FLUJO DE DINERO, LOS RIESGOS Y POR SUPUESTO HACIA DONDE VA.
- LA EXPERIENCIA DEL NEGOCIO; LA PREGUNTA CLAVE ES ¿COMO O CUANTO DEBE DURAR UNO PARA HACERSE EXPERIMENTADO ? SI TODOS A UN PRINCIPIO SOMOS INEXPERIMENTADOS. EL RUMBO DE LA EXPERIENCIA VIENE DE VARIAS FORMAS; UNO PUEDE SER HABIL PARA LOS NEGOCIOS, SIN EMBARGO NO PARA EL CONTROL DE PERSONAL, UNO TAMBIEN PUEDE SER MUY HABIL PARA EL MANEJO DE LA ADMINISTRACION INTERNA PERO NO PARA LAS VENTAS Y ASI SUCESIVAMENTE. EL OBJETIVO DE ESTE CURSO ES DAR EL JUEGO DE TODAS ESTAS HERRAMIENTAS QUE COMPLEMENTADAS AMPLIEN EN GRAN MEDIDA LA POSIBILIDAD DE TENER EXITO EN NUESTRO NEGOCIO.
- CAPACIDAD DE JUZGAR LOS CONSEJOS; ES RARO EL DUEÑO DE EMPRESA QUE PUEDE OPERAR SIN CONSULTAR; DE HECHO, ALGUNOS DEBEN SU EXITO EN PARTE A LA AYUDA DE UNO O VARIOS CONSEJEROS SUMAMENTE SAGACES, NO OBSTANTE MUCHOS CONSEJEROS CARECEN DE LA PERCEPCION NECESARIA O SIMPLEMENTE DE TODA LA INFORMACION COMPLETA PARA DAR UN VEREDICTO CORRECTO. NOS REFERIMOS A PUBLICISTAS, CONTADORES, FISCALISTAS, ABOGADOS, BANQUEROS ETC.

USTED ES EL DUEÑO; EN ESTA INVERSION ESTA EN JUEGO SU DINERO, TIEMPO, ESPERANZAS, AUTO-ESTIMA. MUCHAS VECES HASTA TERCERAS PERSONAS ESPECIALISTAS Y AL TANTO DE NUESTRO NEGOCIO, NO PUEDEN ESTAR AL TANTO DE LA PERSONALIDAD PROPIA QUE TRATEMOS DE DARLE AL NEGOCIO. SOLO USTED PUEDE HACERLO. PARA LOS QUE RESISTEN LOS AÑOS DE DURO TRABAJO Y SACRIFICIO PERSONAL, LA TORTURA NERVIOSA DE ESTAR EXPUESTO AL PELIGRO Y AL FRACASO, LAS PRESIONES DE LA TOMA DE DECISIONES, EL TENER QUE LLEVAR A CABO FUNCIONES ADMINISTRATIVAS QUE SON DESAGRADABLES PARA LOS EMPRESARIOS.

AL MISMO TIEMPO, MUCHAS VECES SACRIFICAR RECOMPENSAS QUE NO SON DE TIPO ECONOMICO PERO QUE AYUDARAN MAS ADELANTE A OBTENER MEJORES PERSPECTIVAS DE NEGOCIOS. LOS RIESGOS SON CLAROS: SE EXPERIMENTA UN DIA EL EXITO TOTAL Y EL CRECIMIENTO SEGURO DE LA EMPRESA Y AL DIA SIGUIENTE, LA SENSACION DE QUIEBRA DE LA EMPRESA; YA QUE EL CLIENTE MAS FUERTE DE NUESTRA CARTERA ESTA EN HUELGA O EN PROBLEMAS Y ESTAMOS EN EL MISMO BORDE DE QUIEBRA. SOLO DE UNA COSA PODEMOS ESTAR SEGUROS, NADA ES PREDECIBLE. INICIAR UN NUEVO NEGOCIO ES COMO UNA NUEVA AVENTURA QUE VALE LA PENA INTENTAR, DESARROLLAR Y OBTENER.

PLAN DE NEGOCIOS

PREPARANDO UN PLAN DE NEGOCIOS; HOY EN DIA, ES COMUN ENCONTRARNOS CON UNA GRAN CANTIDAD DE GENTE CON DESEOS DE INICIAR UN NUEVO NEGOCIO, SIN EMBARGO SIEMPRE NOS TOPAMOS CON UNA PRIMER PREGUNTA Y QUE FRECUENTEMENTE SE CONVIERTE EN UN OBSTACULO; ¿ CON QUE EMPEZAR ?

ALGUNOS AUTORES COMPARAN LA IMPORTANCIA DE REALIZAR UN "PLAN DE NEGOCIOS" COMO EL DE EMPEZAR UN EDIFICIO SIN PLANOS; DE HECHO SEGUN ESTUDIOS REALIZADOS, UN ALTO GRADO DE NEGOCIOS FRACASAN POR CARENCIA DE ESTE.

CUATRO IMPORTANTES RAZONES PARA PREPARAR UN PLAN DE NEGOCIOS SEGUN EXPERTOS EN EL TEMA SON:

1. VISUALIZACION DEL CAPITAL NECESARIO.
2. INFLUENCIA QUE ESTE EJERCE EN PROVEEDORES, ACREEDORES Y BANQUEROS.
3. TENER UN MAPA GENERAL DE MANEJO.
4. EVALUAR PERIODICAMENTE LA MARCHA DEL NEGOCIO.

UN BUEN PROYECTO DE UNA EMPRESA " GRANDE " SE CONSIDERA, DEBE DE TENER MAXIMO 70 PAGINAS; EN UNA EMPRESA " PEQUEÑA " DESDE 20 PAGINAS HASTA 25 ES UN BUEN NUMERO; ESTE DEBE DE TENER MUY BUENA CUBIERTA, UNA PORTADA CON BUEN DISEÑO; QUIZAS EL LOGO, CON COLORES ATRACTIVOS Y DE PREFERENCIA ESTE ENGARGOLADO. ESTE PLAN DE NEGOCIOS DEBE REFLEJAR LA PERSONALIDAD DE QUIEN ES EL PROPIETARIO; ESTO SIGNIFICA QUE NO TODOS LOS PLANES DEBER DE SER IGUALES.

DENTRO DEL CONTENIDO GENERAL DEBEMOS INCLUIR:

A) INDICE: CON EL NOMBRE DE LA EMPRESA, NOMBRE DEL EMPRESARIO Y LA NOTA DE INFORMACION CONFIDENCIAL, PROHIBICIONES DE REPRODUCCION Y/O VENTA SIN AUTORIZACION.

B) EL RESUMEN EJECUTIVO; SEGUN EXPERTOS LA PARTE MAS IMPORTANTE DEL PLAN, DONDE SE HABLA DEL TIPO DE NEGOCIO; LA CANTIDAD DE DINERO QUE REQUERIREMOS Y EN QUE PERIODO, COMO PENSAMOS VA A PROSPERAR EL NEGOCIO, EL MERCADO POTENCIAL, LA SECCION ESPECIFICA A DONDE VA DIRIGIDO, LA COMPETENCIA JUNTO CON UN ANALISIS IDENTIFICANDO FORTALEZAS DEBILIDADES Y DIFERENCIAS ENTRE USTED Y ESTA MISMA COMPETENCIA; FUERZA DE VENTAS, PUBLICIDAD TIPOS DE ANUNCIOS, ORGANIGRAMAS Y LINEAS DE AUTORIDAD; LOGROS DEL PERSONAL CLAVE; DESCRIPCION DE LA ESTRATEGIA Y COMENTARIOS DE ESTA, EL O LOS RIESGOS Y POSIBLES ALTERNATIVAS DE ACCION, EL RESPALDO QUE SE TIENE ETC. ETC.

EN LA PARTE FINAL (APENDICE), SE PUEDE ANEXAR LOS CURRICULUM'S DE LA GENTE QUE INTEGRARA NUESTRA EMPRESA, PROYECCIONES DE INGRESOS, DE FLUJOS DE EFECTIVO; GASTOS Y UTILIDADES; CONTRATOS Y FOLLETOS DEL NEGOCIO EN GENERAL ETC.

CUANDO SE TRATA DE INICIAR UN NUEVO NEGOCIO, EL PLAN DE NEGOCIOS ES EL QUE HABLA CON LA VOZ MAS ALTA.

TRÁMITES PARA DAR DE ALTA UN NEGOCIO (EN CASO DE QUE TENGA EL DINERO).

TODA PERSONA QUE DESEE INCURSIONAR EN EL CAMPO EMPRESARIAL, DEBE LLEVAR A CABO UNA SERIE DE GESTIONES Y TRÁMITES DE CARÁCTER LOCAL Y FEDERAL; EN ÉSTE SUB-TEMA NO ANOTAMOS EXACTAMENTE EL TRÁMITE DEBIDO A QUE COMO CADA COSA DE CARÁCTER FISCAL ESTÁ EN CONSTANTE CAMBIO; QUIZÁS PARA CUANDO ESTÉ LEYENDO ESTE LIBRO EXISTA ALGUNA MODIFICACIÓN AL REGLAMENTO, SIN EMBARGO ESTA MISMA PUEDE SER TOMADO COMO ORIENTACIÓN AL RESPECTO.

1) CONSTANCIA DE ZONIFICACIÓN DE USO DE SUELO. REQUISITO ÚNICAMENTE PARA LAS DELEGACIONES DEL D. D. F. Y OTRAS CIUDADES IMPORTANTES DE ACUERDO A LAS LEYES DE CADA ENTIDAD.

REQUISITOS QUE DEBE PRESENTAR: SOLICITUD, PAGO DE DERECHOS, CROQUIS DE LOCALIZACIÓN Y SUPERFICIE DEL PREDIO, FOTOCOPIA DE IDENTIFICACIÓN. Y ESPERAR VISITA DE VERIFICACIÓN EN EL NEGOCIO.

2) LICENCIA DE USO DE SUELO. REQUISITOS: SOLICITUD, PLANOS ARQUITECTÓNICOS, NARRACIÓN DE LAS CARACTERÍSTICAS DEL PROYECTO, OBJETO, DESTINO ETC.; ESTUDIO DE IMAGEN URBANA Y PROYECCIÓN DE SOMBRAS. Y ESPERAR VISITA DE VERIFICACIÓN EN EL NEGOCIO.

3) REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES. REQUISITOS PARA PERSONAS MORALES: COPIA CERTIFICADA DEL ACTA CONSTITUTIVA, SOLICITUD. PARA PERSONAS FÍSICAS: SOLICITUD, ACTA DE NACIMIENTO (ORIGINAL Y COPIA CERTIFICADA).

4) PADRÓN DELEGACIONAL. REQUISITO ÚNICAMENTE PARA LAS DELEGACIONES DEL D. D. F. Y OTRAS CIUDADES IMPORTANTES DE ACUERDO A LAS LEYES DE CADA ENTIDAD.

5) AVISO DE MANIFESTACIÓN ESTADÍSTICA. REQUISITO ANTE INEGI, ÚNICAMENTE PARA LAS DELEGACIONES DEL D. D. F. Y OTRAS CIUDADES IMPORTANTES DE ACUERDO A LAS LEYES DE CADA ENTIDAD.

6) ALTA ANTE LA CÁMARA DE COMERCIO. REQUISITO DE PERSONAS MORALES: ACTA CONSTITUTIVA DE LA SOCIEDAD, SOLICITUD DE INSCRIPCIÓN Y REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES; PARA PERSONAS FÍSICAS SIN EL ACTA CONSTITUTIVA DE LA SOCIEDAD.

7) LICENCIA SANITARIA. ENTRE LO GIROS DE NEGOCIOS QUE REQUIEREN LICENCIA SANITARIA ESTÁN: AGENCIA FUNERARIA, AMBULANCIAS, ANÁLISIS CLÍNICOS, BOTICAS, LABORATORIOS, CONSULTORIOS, FARMACIAS, EXPENDIOS DE FERTILIZANTES, GASES MEDICINALES, MEDICINAS, PLANTAS; HOSPITALES SANATORIOS Y MATERNIDADES; RESTAURANTES, BARES, CANTINAS; RAYOS X, ULTRASONIDOS; CLÍNICAS, ESCUELAS, TLAPALERÍAS ETC.

SE DEBERÁ PRESENTAR: FOTOCOPIA DEL ALTA ANTE S. H. C. P.; CARTA COMPROMISO FIRMADA POR EL PROPIETARIO DEL ESTABLECIMIENTO O REPRESENTANTE LEGAL (CON CARTA PODER), RESPONSABILIZÁNDOSE DE LOS REQUISITOS SANITARIOS; FOTOCOPIA DE IDENTIFICACIÓN DEL PROPIETARIO. PARA PERSONAS MORALES FOTOCOPIA DEL ACTA CONSTITUTIVA. Y ESPERAR VISITA DE VERIFICACIÓN EN EL NEGOCIO.

8) AVISO DE APERTURA (PARA ESTABLECIMIENTOS QUE NO REQUIERAN DE LICENCIA SANITARIA): FOTOCOPIA DEL ALTA ANTE S. H. C. P., FOTOCOPIA DE IDENTIFICACIÓN DEL PROPIETARIO, (CARTA PODER EN CASO DE REPRESENTANTE LEGAL), LAS PERSONAS MORALES CON FOTOCOPIA DEL ACTA CONSTITUTIVA.

9) VISTO BUENO DE PREVENCIÓN DE INCENDIOS. DEBERÁ PRESENTAR FOTOCOPIA DEL R. F. C. Y ESPERAR VISITA DE VERIFICACIÓN EN EL NEGOCIO.

10) LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO: ENTRE LO GIROS DE NEGOCIOS QUE REQUIEREN LICENCIA SANITARIA ESTÁN: VENTA DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS; CABARET'S, DISCOTECAS, SALONES DE BAILE Y DE FIESTA; ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE; CLUBES Y CENTROS DEPORTIVOS; BAÑOS Y ALBERCAS PÚBLICAS; SALONES DE BOLICHE Y DE BILLAR; JUEGOS ELÉCTRICOS, MECÁNICOS Y DE VIDEO. REQUISITOS: R. F. C.; CONSTANCIA DE USO DE SUELO; LICENCIA DE USO DE SUELO; LICENCIA SANITARIA (CUANDO SE REQUIERA); AUTORIZACIÓN DE USO Y OCUPACIÓN DE INMUEBLES; TÍTULO DE PROPIEDAD O CONTRATO DE ARRENDAMIENTO; PAGO DE DERECHOS ESTABLECIDOS POR HACIENDA.

11) DECLARACIÓN DE APERTURA; R. F. C.; CONSTANCIA DE USO DE SUELO; LICENCIA DE USO DE SUELO; LICENCIA SANITARIA; TÍTULO DE PROPIEDAD O CONTRATO DE ARRENDAMIENTO.

12) LICENCIA DE ANUNCIO (CORRESPONDE A TODA FIJACIÓN, INSTALACIÓN, COLOCACIÓN, AMPLIACIÓN O MODIFICACIÓN DE ANUNCIOS PERMANENTES). REQUISITOS: SOLICITUD CON NOMBRE O RAZÓN SOCIAL Y DOMICILIO DEL SOLICITANTE; FOTOGRAFÍA, DIBUJO O CROQUIS QUE MUESTRE FORMA, DIMENSIONES, COLORES, TEXTO Y DEMÁS QUE CONSTITUYAN EL MENSAJE PUBLICITARIO; MATERIALES DE QUE ESTARÁ CONSTRUÍDO.

ADEMÁS DEBERÁ ACOMPAÑAR LOS SIGUIENTES DOCUMENTOS: R. F. C.; DECLARACIÓN DE APERTURA O LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO; CONSTANCIA DE USO DE SUELO O LICENCIA DE USO DE SUELO; COPIA DEL CONTRATO DE ARRENDAMIENTO O BOLETA PREDIAL; FOTOGRAFÍA A COLOR DE LA PERSPECTIVA DE LA CALLE Y DE LA FACHADA DEL EDIFICIO, MARCANDO EL CONTORNO; SI EL LOCAL SE ENCUENTRA DENTRO DE ZONA PATRIMONIAL O CULTURAL, LICENCIA DEL I. N. A. H. O BIEN DEL I. N. B. A.; CUANDO LA COLOCACIÓN REQUIERA DEL USO DE ESTRUCTURAS DEBERÁ ACOMPAÑAR: EL PROYECTO DE LA ESTRUCTURA EN INSTALACIONES; CÁLCULOS DE ESTABILIDAD, SEGURIDAD DEL ANUNCIO Y ELEMENTOS QUE LA INTEGRAN; RESPONSIVA DEL DIRECTOR DE OBRA Y CORRESPONSABLE EN INSTALACIÓN; PARA PERSONAS MORALES COPIA DEL ACTA CONSTITUTIVA.

13) VISTO BUENO DE SEGURIDAD Y OPERACIÓN. ENTRE LO GIROS DE NEGOCIOS QUE REQUIEREN LICENCIA SANITARIA ESTÁN: ESCUELAS PÚBLICAS O PRIVADAS O CUALQUIER OTRA INSTALACIÓN DESTINADA A LA ENSEÑANZA; CENTROS DE REUNIÓN (CINES, TEATROS, SALAS DE CONCIERTO, SALAS DE CONFERENCIAS, AUDITORIOS, CABARET'S, RESTAURANTES, SALONES DE FIESTA, MUSEOS, ARENAS, HIPÓDROMOS, PLAZAS DE TOROS, HOTELES, TIENDAS DE AUTOSERVICIO; ESTADIOS, INSTALACIONES DEPORTIVAS O RECREATIVAS QUE SEAN OBJETO DE EXPLOTACIÓN MERCANTIL EN GENERAL; TRANSPORTES ELECTROMECAÑICOS. SE PRESENTA SOLICITUD FIRMADA POR UN DIRECTOR RESPONSABLE (PERITO).

14) TRASPASO; (AL ADQUIRIR UN ESTABLECIMIENTO POR TRASPASO) REQUISITOS: SOLICITUD; LICENCIA RESPECTIVA O DECLARACIÓN DE APERTURA; DOCUMENTO TRASLADO DE DOMINIO.

15) PROGRAMA DE PROTECCIÓN CIVIL; (TODO ADMINISTRADOR O PROPIETARIO DE INMUEBLE QUE RECIBAN AFLUENCIA MASIVA Y PERMANENTE DE PERSONAS, ESTÁN OBLIGADOS A UN PROGRAMA DE PROTECCIÓN CIVIL). PRESENTAR POR ESCRITO SOLICITUD PARA QUE LES SEA PROPORCIONADA ASESORÍA TÉCNICA CORRESPONDIENTE Y SE LES OTORQUE DOCUMENTO O CERTIFICADO DE CUMPLIDO.

16) TRABAJADORES O EMPLEADOS. REQUISITOS: CONTRATO INDIVIDUAL DE TRABAJO DONDE CONTENDRÁ DATOS COMO: NOMBRE, NACIONALIDAD, ESTADO CIVIL, DOMICILIO DEL TRABAJADOR Y DEL PATRÓN, ESTABLECIMIENTO DEL CONTRATO SI ES POR TIEMPO

DETERMINADO O TIEMPO INDEFINIDO; EL SERVICIO QUE DEBERÁ PRESTARSE, EL LUGAR DONDE DEBE DESARROLLARSE EL TRABAJO, LA DURACIÓN DE LA JORNADA DE TRABAJO, HORARIO, LA FORMA Y EL MONTO DEL SALARIO, EL DÍA Y LUGAR DEL PAGO DEL SALARIO, CONDICIONES DE TRABAJO COMO: DÍAS DE DESCANSO OBLIGATORIO, VACACIONES, AGUINALDO ETC. ETC.

SI EL TRABAJADOR NO SE ENCUENTRA INSCRITO EN EL R. F. C. (REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES), EL PATRÓN TIENE LA OBLIGACIÓN DE EFECTUAR LA INSCRIPCIÓN CORRESPONDIENTE; DE IGUAL MANERA EL PATRÓN TIENE LA OBLIGACIÓN DE OBTENER EL REGISTRO DEL TRABAJADOR EN EL I. M. S. S. (INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL) Y EN EL I N F O N A V I T EFECTUANDO LOS PAGOS MEDIANTE LOS FORMATOS CORRESPONDIENTES. POR OTRA PARTE DEBERÁ EFECTUAR EL PAGO DEL 2 % DEL SALARIO DEL TRABAJADOR POR CONCEPTO DEL SEGURO DE RETIRO (S A R).

DEBE PRESENTAR AVISO A LA ADMINISTRACIÓN LOCAL DE LA TESORERÍA QUE CORRESPONDA, LOS IMPUESTOS CORRESPONDIENTES.

VISITAS DE INSPECCIÓN

LAS AUTORIDADES TIENEN LA FACULTAD PARA ORDENAR QUE SE PRACTIQUEN VISITAS DE INSPECCIÓN CON EL OBJETO DE CORROBORAR SE CUMPLAN CON LAS DISPOSICIONES LEGALES VIGENTES, DEBIENDO PARA ELLO CUMPLIR CON LOS SIGUIENTES REQUISITOS:

A) PRESENTACIÓN DE OFICIO CON LA AUTORIDAD QUE ORDENA LA VISITA, NOMBRE Y DIRECCIÓN DE LA PERSONA A LA QUE VA DIRIGIDA, NOMBRE DEL INSPECTOR Y FACULTADES, PARA LLEVAR A CABO LA VISITA, OBJETO Y ALCANCE DE LA VISITA, FECHA Y TÉRMINO PARA REALIZARLA, FIRMA DE LA AUTORIDAD.

B) IDENTIFICACIÓN DEL INSPECTOR CON FOTOGRAFÍA.

C) DESIGNACIÓN Y PRESENCIA DE TESTIGOS.

D) COMO CONDUCIRSE DURANTE LA INSPECCIÓN (EL COMERCIANTE COMO LOS EMPLEADOS DEBEN PERMITIR EL ACCESO AL PERSONAL COMISIONADO).

E) LEVANTAMIENTO DEL ACTA ASÍ COMO EL CONTENIDO DEL MISMO; EL INSPECTOR DEBERÁ ENTREGAR UNA COPIA DEL ACTA LEVANTADA.

NOTA: EN CASO DE QUE EL VISITADO NO ESTÉ DE ACUERDO CON LO ASENTADO EN EL ACTA DISPONE EN UN TÉRMINO DE CINCO A DIEZ DÍAS (DEPENDIENDO DEL CASO) PARA PRESENTAR SU INCONFORMIDAD.

COMERCIALIZACION y VENTAS

LA PALABRA COMERCIALIZACION SE DERIVA DE COMERCIO; " COMPRA-VENTA-UTILIDAD-GANANCIAS O PERDIDA". DE AQUI SE DERIVAN OTRO TIPO DE TERMINOS MUY SEMEJANTES TALES COMO MARKETING, VENTAS, MERCADEO ETC.

LAS VENTAS SON EL MOTOR DE UN NEGOCIO

TODO COMIENZA CON LAS VENTAS. SI SU EMPRESA PUEDE GENERAR VENTAS, ENTONCES LOS GERENTES O PERSONAS DE LAS DEMAS OPERACIONES PUEDEN PRODUCIR EFICIENTEMENTE EL PRODUCTO O SERVICIO. SIN VENTAS, DE NADA VALE TODO LO DEMAS. NI EXCELENTES SERVICIOS, NI SUPERPRODUCTOS, NO SUPER ESTRELLAS DE RECURSOS HUMANOS, NADA.

EL CORAZON MISMO DEL EXITO DE UNA EMPRESA ESTA EN LA CREACION DE UNA ESTRATEGIA DE MERCADEO. LAS PREGUNTAS CLAVE DEL MERCADEO SON: CUAL ES MI PRODUCTO O SERVICIO?; ¿ A QUIEN SE LO VOY A OFRECER ?; ¿ EN DONDE ESTA UBICADO ESE SEGMENTO DE MERCADO, ESE TIPO DE CLIENTE ? ¿COMO VOY A FIJAR MI PRECIO DE VENTA? ¿COMO PODRE PROMOCIONAR MI NEGOCIO?; ¿CUAL SERA LA ESTRATEGIA DE PUBLICIDAD?; ¿SERÁ NECESARIO LA VENTA DIRECTA ?; ¿ COMO VOY A EMPACAR ESTOS PRODUCTOS O SERVICIOS ?

PUNTOS A CONSIDERAR EN EL DESARROLLO DE UNA ESTRATEGIA DE MERCADEO.

- METAS PERSONALES; LO QUE NOS PROPONEMOS HACER O LLEGAR DONDE; CRECER ILIMITADAMENTE; (MEDIANTE LA UNION DE VARIAS EMPRESAS DE LA MISMA INDOLE); DESARROLLAR UNA CADENA NACIONAL, O SOLO UNA CASA MATRIZ Y SUCURSALES EN EL AREA METROPOLITANA; ADQUIRIR OTRAS COMPAÑIAS, PERMANECER PEQUEÑA Y TRATAR DE NO TENER PROBLEMAS CON SINDICATOS ETC. UN PUNTO MUY IMPORTANTE ES DISTINGUIR LAS VENTAS O LA CANTIDAD DE ESTAS CON RESPECTO A LAS UTILIDADES, EL MARGEN DE GANANCIA.
- ENUNCIAR CLARAMENTE LA POSICION EN EL MERCADO. (DETECTANDO PUNTOS FUERTES Y PUNTOS DEBILES DE LA COMPETENCIA, APROVECHAR LOS DEBILES Y ARMAR NUESTRA ESTRATEGIA DE MERCADEO).
- ANALISIS DEL MERCADO, CUALES SON LOS CLIENTES EFECTIVOS Y POTENCIALES. MUCHA GENTE SE BASA EN EL SENTIDO COMUN, DESCUIDANDO ESTADISTICAS INDUSTRIALES Y TENDENCIAS DEL NEGOCIO Y ECONOMICAS EN GENERAL.
- FIJACION DE PRECIOS, LA CLAVE DE LA FIJACION DE PRECIOS ESTA EN CONOCER PRIMERO LOS GASTOS Y COSTOS IMPLICITOS ABSOLUTAMENTE TODOS. (EJERCICIO DE FIJACION DE PRECIOS).
- CONCENTRAR NUESTROS RECURSOS EN NUESTRA ESTRATEGIA DE MERCADO.
- "PUNTO IMPORTANTE ES EL SEGUIMIENTO DE LA VENTA, EL 50 % DE LAS VENTAS SE PIERDEN POR FALTA DE SEGUIMIENTO ".

DIEZ " DESTELLOS " PARA CERRAR LA VENTA

- 1) REPASE MENTALMENTE SUS METAS PERSONALES, QUE ES LO QUE DESEO OBTENER DE MI TRABAJO COMO VENDEDOR: VIAJES, CASA DE CAMPO, AUTOMOVIL NUEVO ETC.
- 2) LLEVAR UN REGISTRO DE LAS VENTAS QUE HA LOGRADO CERRAR, ¿ CUAL ES EL PROMEDIO DE MIS VENTAS ? 1 DE 5; 3 DE 5 ETC.
- 3) PRACTIQUE, PRACTIQUE, PRACTIQUE; ENSAYAR A SOLAS, O CON ALGUIEN QUE DESEE ESCUCHARLO.
- 4) ESTAR PREPARADO PARA LUCHAR; ESTAR PREPARADO PARA LA RESISTENCIA DEL CLIENTE.
- 5) CONFIE EN QUE COBRARA NUEVOS ANIMOS DURANTE TODO EL TIEMPO DE LA ENTREVISTA.
- 6) ANTES DE VISITAR A SU POSIBLE COMPRADOR, LEER LAS CARTAS RECOMENDATORIAS DE CLIENTES ANTERIORES. LA LECTURA DE CARTAS, DESCRIBEN ENFATICAMENTE LOS MERITOS DE SU PRODUCTO O SERVICIO, RESULTAN DE MUCHA UTILIDAD.
- 7) CONSERVE LA CALMA DURANTE LA VENTA; NO MANIFESTAR SUS EMOCIONES, NO PERMITIR QUE EL CLIENTE SEPA QUE UD. SE SIENTE FELIZ O DESILUSIONADO. SI EL CLIENTE DICE " TUS PRECIOS SON MUY ALTOS ", APRENDER A REACCIONAR CON INDIFERENCIA.
- 8) LA CONCENTRACION CONTRIBUYE A MANTENER LA DETERMINACION; A MEDIDA QUE TRANSCURRE LA ENTREVISTA, NO SE DEBE PERMITIR QUE OTRAS PERSONAS, EL TELEFONO, O LAS INTERRUPCIONES LE DISTRAIGAN; PERMANECER RELAJADO PERO ATENTO.
- 9) SER OPTIMISTA ANTES, DURANTE Y DESPUES DE LA VENTA.
- 10) NO PERDER NUNCA EL ANIMO, GANANDO O PERDIENDO, NO PERMITIR QUE UN SENTIMIENTO DE DERROTA LO DOMINE.

OCHO DEFECTOS QUE DISGUSTAN A LOS COMPRADORES

- 1.- HABLAR DEMASIADO, DEJE HABLAR A SU POSIBLE COMPRADOR.
- 2.- INTERRUMPIR. SU CLIENTE PUEDE ESTAR A LA MITAD DE SU DISCURSO DE ACEPTACION.
- 3.- VESTIR MAL; INADECUADO.
- 4.- NO SABER ESCUCHAR. SU CLIENTE " DESEA COMPRAR " NO QUE LE VENDAN.
- 5.- RASCARSE, ERUCTAR, COSAS POR EL ESTILO.
- 6.- ARREGLO PERSONAL DESCUIDADO O DESASEADO.
- 7.- ABSTRAERSE DURANTE LA ENTREVISTA, CURIOSOANDO LAS COSAS SOBRE EL ESCRITORIO.
- 8.- FALTA DE SINCERIDAD Y HONESTIDAD

INGREDIENTES DEL SUPERVENDEDOR

- UN GRAN DESEO DE CERRAR LAS VENTAS
- CONOCIMIENTO 100 % DE NUESTRO PRODUCTO
- CONOCIMIENTO DEL 100 % DE PRODUCTO O SERVICIO DE LA COMPETENCIA
- IMAGINACIÓN; ¿MANERAS ALTERNATIVAS DE VENDER DE COMERCIALIZAR NUESTRO PRODUCTO O SERVICIO.
- SISTEMA PARA CONSEGUIR NUEVOS CLIENTES: 12 MESES AL AÑO.
- SENTIDO DEL HUMOR
- ESTUDIO, ASIDUOS ASISTENTES A CURSOS, COMPRA DE LIBROS RELACIONADOS CON SU CAMPO, DIRECTA O INDIRECTAMENTE.
- SER VENDEDOR DE EXITO.

DIEZ EXCUSAS PARA NO CERRAR UNA VENTA

- "ESTAMOS VIVIENDO UNA RECESION, Y POR ESO LOS VENDEDORES NO VENDEN " OK. NO ARROJAR MAS GASOLINA AL FUEGO DEJANDO DE VENDER.
- "ES LA EPOCA PREVIA AL PAGO DE IMPUESTOS ", ENTONCES NO ESPERAR A QUE LLEGUE ESE MOMENTO, PORQUE NADIE TENDRA DINERO PARA COMPRAR.
- "NO HA ILLOVIDO O LLUEVE DEMASIADO " EXCUSAS PARA TRATAR DE OCULTAR LO OBVIO.
- "LA GUERRA DEL PERSICO " EMBARGO DEL PETROLEO, UN BUEN VENDEDOR SALDRIA A BUSCAR A LOS ARABES.
- "HACE MUCHO CALOR, O MUCHO FRIO ". SI EL TIEMPO ES BUENO, ESTA EXCUSA SE PODRIA MODIFICAR PARA QUE FUERA " EL TIEMPO ES DEMASIADO BUENO".
- "APENAS VA A COMENZAR EL MES ", ES BUENA EXCUSA PARA EL PERDEDOR Y SE PUEDE UTILIZAR 12 VECES AL AÑO.
- "NUESTROS PRECIOS SON MUY ALTOS ", ENTONCES REDUCIR EL PRECIO Y TAMBIEN LOS MARGENES DE UTILIDAD. PERO HABRA NUEVA EXCUSA " NUESTRAS COMISIONES SON MUY BAJAS".
- "MI TERRITORIO ES MUY GRANDE ", O MUY PEQUEÑO, LO QUE ANDA MAL, ES QUE EL TERRITORIO ESTA EN MANOS DE LA PERSONA EQUIVOCADA.
- "LA COMPETENCIA TIENE UN PRODUCTO MEJOR, O UN SERVICIO MEJOR " LA PUEDEN UTILIZAR TANTOS VENDEDORES COMO COMPAÑIAS HAYA.
- "EL COMPRADOR NO ESTA EN DISPOSICION DE COMPRAR ", PARECE QUE NUNCA HAY EL MOMENTO ADECUADO, " VISITEME A FINALES DEL AÑO, TELEFONEEME A PRINCIPIOS DE AÑO "; SI ANOTAMOS ESTAS FORMAS DE POSPONER LA COMPRA, HABRA PERMITIDO QUE EL CLIENTE CREA QUE COMPRARA LA PROXIMA VEZ, SI UD. ANOTA ESTA INFORMACION EN SU AGENDA, SIMPLEMENTE CERRARA EL CIRCULO VICIOSO. IGUAL QUE 2 PERSONAS EXTRAVIADAS EN EL BOSQUE, LOS DOS CAMINANDO EN CIRCULO, DE LADOS OPUESTOS.

EL "INGENIERO VENDEDOR PROFESIONAL "DEBE ESTAR PREPARADO PARA ESCUCHAR OBJECIONES Y RESPONDALAS ANTES DE QUE EL COMPRADOR LAS EXPRESE; ENSAYAR Y GANAR.

LA PRESENTACION MERECE UN RENGLON APARTE, EL " PROFESIONAL " ES CONSIDERADO ACTUALMENTE UN HOMBRE DE NEGOCIOS; LAS UÑAS LIMPIAS, EL OLOR FRESCO Y LIMPIO, ACCESORIOS ELEGANTES SIGUEN SIENDO LA MARCA DEL CAMPEON. DESODORANTES EFECTIVOS, BILLETERA ATRACTIVA, TRAJE BIEN PLANCHADO Y ALIENTO FRESCO SIN OLER A ALCOHOL.

UN PEDIDO DE CIEN MILLONES DE PESOS, SE PUEDE PERDER A CAUSA DE PEQUEÑOS DETALLES: TRAJE RIDICULO, CORBATA PASADA DE MODA, FUMAR UN CIGARRILLO, E INCLUSO UNA BROMA INADECUADA. EL PROFESIONAL SE LIMITA A NEGOCIOS, SE GUARDA SUS OPINIONES SOBRE POLITICA, RELIGION, RAZA Y SEXO; EL DEBER DEL VENDEDOR ES VENDER Y NO OPINAR.

MUCHAS OCASIONES LOS CLIENTES PIDEN FOLLETOS O PROYECTOS COMPLETOS, NO ES ACONSEJABLE QUE EL CLIENTE SE QUEDE CON ELLOS. CUANDO EL COMPRADOR TIENE EL FOLLETO, PIENSA QUE YA LO SABE TODO, SE SIENTE SATISFECHO Y CON FRECUENCIA NO COMPRA. EL FOLLETO DE DEBE DAR CUANDO EL CLIENTE LO SOLICITA, PERO EN UNA ENTREVISTA PERSONAL EL FOLLETO DEBE PERMANECER GUARDADO.

UNA DE LAS LABORES MAS DIFICILES DEL VENDEDOR, ES EL SERVICIO QUE SE LE DEBE PRESTAR A UN CLIENTE IMPORTANTE. ANUALMENTE SE PIERDEN CLIENTES REALMENTE IMPORTANTES, POR RAZONES AJENAS AL VENDEDOR. ESTO SIGNIFICA QUE ESTAREMOS CAMINO A LA RUINA SI VIVIMOS POR UN SOLO CLIENTE; LA PERDIDA DE ESTE SOLO CLIENTE NOS DEJARA FUERA DEL NEGOCIO. LA MEJOR MANERA DE RETENER A UN CLIENTE CLAVE, ES ESTAR CONSCIENTE DE LA DIFERENCIA ENTRE COMPRADOR Y CLIENTE. A LOS COMPRADORES SE LES VENDE, PERO A LOS CLIENTES SE LES PRESTA UN SERVICIO.

ESTRUCTURA DEL PROCESO DE UNA VENTA

PREPARACION

LA PIEDRA ANGULAR DE ESTA ETAPA ES SABER UTILIZAR EL HISTORIAL DE LOS CLIENTES. EN REALIDAD SON MUY POCOS LOS VENDEDORES QUE VEN EN DICHO HISTORIAL UNA AYUDA PARA SU TRABAJO. UN SISTEMA EFICAZ DE REGISTRO PROPORCIONA AL VENDEDOR EL BENEFICIO DE CONTAR CON INFORMACION SOBRE LAS NECESIDADES, LOS HABITOS Y LAS TENDENCIAS DE LOS CLIENTES Y POSIBLES CLIENTES.

APERTURA

AL COMIENZO DE CADA ENTREVISTA, EL VENDEDOR DEBE CONTEMPLAR 4 OBJETIVOS:

1. CREAR UNA BUENA IMPRESION; SOBRESALE: GESTOS, ACTITUD, FORMA DE VESTIR; HACER Y DECIR COSAS CON LA IDEA DE QUE LA ENTREVISTA SE DESENVUELVA LO MAS FACIL Y LIGERA POSIBLE; IMPONE RESPETO SIENDO CORTES SIN SER SERVIL.

2. GANARSE LA ATENCION DEL CLIENTE; LOGRA QUE EL CLIENTE LO ESCUCHE POR DESEO Y NO POR OBLIGACION ?.

3. EXPLORAR LAS NECESIDADES DEL CLIENTE; ANTES DE ESTABLECER UNA VERDADERA COMUNICACION, AL CLIENTE DEBE CONCEDERSELE LA OPORTUNIDAD, EL TIEMPO Y LOS MOTIVOS PARA EXPRESARSE, LA MEJOR MANERA DE HACERLO ES FORMULAR PREGUNTAS ABIERTAS Y MUY EXPLICITAS QUE LO INDUZCAN A EXPLICAR EN VEZ DE CONTESTAR CON MONOSILABOS. LAS PREGUNTAS Y LAS PALABRAS EMPLEADAS SON MUY IMPORTANTES. LAS PREGUNTAS QUE COMIENZAN CON PALABRAS: COMO, QUE, DONDE, CUANDO, QUIEN, PORQUE, O CUAL INVITAN AL CLIENTE A HACER COMENTARIOS.

EL CONOCER E IDENTIFICAR LAS NECESIDADES DE CADA UNO DE LOS CLIENTES ES UNO DE LOS REQUISITOS MAS IMPORTANTES EN EL EXITO DE LAS VENTAS.

4. HACER QUE EL CLIENTE HABLE SOBRE ELLAS; SI EL VENDEDOR LOGRA ESTABLECER LAS NECESIDADES DE UNA PERSONA O IDENTIFICAR SU PROBLEMA, HABRA RECORRIDO LA MITAD DEL CAMINO HACIA EL EXITO. EL CLIENTE SE SENTIRA INTERESADO, PERO QUERRA SABER SI LA PROPUESTA DEL VENDEDOR PRODUCIRA LOS BENEFICIOS PARA SATISFACER SUS NECESIDADES O SOLUCIONAR SUS PROBLEMAS.

PRESENTACION

ES IMPORTANTE RECORDAR QUE LOS BENEFICIOS SON LOS RESULTADOS DESEABLES DESDE EL PUNTO DE VISTA DEL CLIENTE Y EN TERMINOS COMERCIALES Y TODAS LAS PERSONAS QUE SE RELACIONAN CON EL; ES DECIR SUS CLIENTES, SU PERSONAL Y SU FAMILIA. LA GENTE COMPRO PRODUCTOS, SERVICIOS E IDEAS POR LOS EFECTOS QUE PRODUCEN Y NO POR LO QUE SON.

AQUI TAMBIEN ES IMPORTANTE QUE EL VENDEDOR EXPLIQUE LO QUE OTRAS CIAS. O CLIENTES HAN DICHO REALMENTE SOBRE EXPERIENCIAS TENIDO CON SU PRODUCTO ANTES Y/O DESPUES DE LA VENTA; O SEA UTILIZANDO REFERENCIAS DE TERCEROS. MODELOS, CATALOGOS, FOLLETOS AGREGAN VARIEDAD A LA PRESENTACION E ILUSTRAN LAS PALABRAS DEL VENDEDOR, ES DECIR UTILIZAR AYUDAS VISUALES. SON PUNTOS CLAVE EN ESTA ETAPA.

MANEJO DE OBJECIONES

EN LA MAYORIA DE LAS ENTREVISTAS, LOS CLIENTES TARDE O TEMPRANO EXPRESAN ALGUNA OBJECION; LOS VENDEDORES, OBIAMENTE DEBEN TENER UNA RESPUESTA PREPARADA, DE HECHO SI YA ESTA ESTUDIADA Y ANALIZADA PREVIAMENTE MUCHO MEJOR SERA.

GANAR UNA DISCUSION PARA UN VENDEDOR, PUEDE SER MOTIVO DE GRAN ORGULLO PERO NO RESULTA MUY PRODUCTIVO; ANTE TODO, ES NECESARIO SABER QUE TODO CLIENTE SIEMPRE TENDRA EMOCIONES DESFAVORABLES HACIA NUESTRO

PRODUCTO O SERVICIO, ENTONCES UN BUEN VENDEDOR DEBERA CONOCER CUALES SON ESTAS LAS MAS PROBABLES Y ASI ASENTAR EL CONTRAGOLPE CON MUCHO MAYORES POSIBILIDADES DE EXITO.

CIERRE

LA AREA MAS CRITICA DENTRO DEL PROCESO DE VENTAS SIN NINGUNA DUDA ES EL CIERRE DE LA VENTA; ES EL " GOL " EN TODO LA LABOR COMPRA VENTA. SON 2 LOS PROBLEMAS PRINCIPALES:

A) EL 1o. ESTA EN LA MENTE DEL VENDEDOR; EL TEMOR AL RECHAZO SOCIAL
 B) EL 2o. RADICA EN QUE LOS VENEDORES CREEN QUE EL CIERRE NO TIENEN NADA QUE VER CON EL PROGRESO DE LA VENTA Y QUE LA PRESENTACION SERA LO SUFICIENTEMENTE ATRACTIVA COMO PARA QUE EL CLIENTE COMPRE SIN QUE NADIE SE LO PIDA. EL CIERRE DE LA VENTA UNICAMENTE CONVIERTE LA ACEPTACION DE LA IDEA, DEL PLANO DEL PRODUCTO EN ALGO NORMAL.

PUNTO CLAVE ES SABER CUANDO CERRAR LA VENTA; Y ESTE MOMENTO DEBERA SER CUANDO O TAN PRONTO COMO SE PERCIBA QUE EL CLIENTE HA ACEPTADO SU IDEA; ES DECIR CUANDO EMITA SEÑALES DE COMPRA.

COMO CERRAR?

- CON PREGUNTAS DIRECTAS; LO MOLESTO CON SU FIRMA ?
- VENTAJA INMEDIATA DECISION INMEDIATA; " SI UD LO COMPRA AHORA MISMO, GOZARA DEL 35 % DE DESCUENTO "
- ALTERNATIVAS; " CUAL DE ESTOS 2 MODELOS PREFIERE ? "
- SUPOSICION; " UD. OBTIENE YA HA TOMADO UNA DECISION, EL UNICO PROBLEMA QUE NOS QUEDA ES SABER SI NO HAY PROBLEMA EN QUE LO RECIBA EN QUINCE DIAS "
- REFERENCIA DE UN TERCERO; " Z y P " S.A. UNA EMPRESA SIMILAR A LA SUYA DESDE EL TERCER DIA YA HA EMPEZADO A REDUCIR LOS COSTOS FIJOS DE SU ORGANIZACION; PARA LA PROXIMA SEMANA AQUI YA ESTARIAMOS NIVELADOS.
- RESUMEN; " SON 4 LOS BENEFICIOS DE QUE UD. DISFRUTARA....." (SE ENUMERA 1 x 1 DEJANDO EL MAS IMPORTANTE PARA EL FINAL).
- CERRANDO A PARTIR DE UNA OBJECION: " QUE PRESENTACION OFRECE ? (NO DECIR DE 2 DE 4 DE 6 O DE 8 SINO " COMO DESEA USARLO ? ".

DESPUES DE CERRAR LA VENTA

LO REALMENTE RELEVANTE EN ESTA ETAPA ES ANALIZAR EL TIPO DE CLIENTE, EL TIPO DE INDUSTRIA ASI COMO VENTAS POSTERIORES QUE PUDIEMOS SEGUIR HACIENDO A ESTA MISMA PERSONA Y OBIAMENTE LLAMARLE EN 1 O 2 SEMANAS PARA IR VIENDO COMO VA TODO EL PROCESO DE SU NUEVA ADQUISICION; DEPENDIENDO DEL TIPO DE CLIENTE, VENTA.

EQUILIBRIO FINANCIERO

SIN DUDA ALGUNA, LA ADMINISTRACION FINANCIERA, ES UNO DE LOS RENGLONES MAS IMPORTANTES PARA EL DESARROLLO DE UN NEGOCIO.

PUNTO INICIAL Y DE VITAL IMPORTANCIA ES EL FLUJO DE EFECTIVO; NO HAY QUE CONFUNDIR LAS UTILIDADES NETAS CON EL FLUJO DE EFECTIVO. SABER CONTROLAR EL FLUJO DE EFECTIVO A VECES ES UN VERDADERO ACTO DE MALABARISMO; UN PORCENTAJE QUE PUEDE CUBRIR DESDE UN 55 % HASTA UN 76 % DE CAUSAS DE QUIEBRA DE UN NEGOCIO SE DEBE INDUDABLEMENTE A LA MALA ADMINISTRACION DEL "CASH FLOW"; A VECES SE REQUIERE DE ELABORAR PRESUPUESTOS SEMANALES PERA PODER LLEVAR A CABO UN ADECUADO CONTROL.

PARA ANALIZAR LA POSICION FINANCIERA DE UN NEGOCIO PRIMERO ES NECESARIO CONOCER LAS BASES CONTABLES:

CONTABILIDAD PARA PERSONAS NO CONTADORAS

CONTABILIDAD; ANTECEDENTES

PODEMOS DECIR, QUE LOS INICIOS DE LA CONTABILIDAD APARECEN A RAIZ DE LAS ACTIVIDADES DEL COMERCIO, UNA FORMA ELEMENTAL DE ESTA ES EL TRUEQUE, EL CUAL TIENE SU ORIGEN EN LOS HOMBRES MAS PRIMITIVOS Y SE VA DESARROLLANDO CON LA FORMACION DE CIUDADES.

DESDE LA EPOCA DE BABILONIA, UNA DE LAS CIUDADES MAS ANTIGUAS, SE UTILIZO LA CONTABILIDAD PARA EL COMERCIO; AQUI SE ENCUENTRAN LOS PRIMEROS INICIOS COMO ACTIVIDAD PROPIAMENTE DICHA.

EN LA EDAD MEDIA, LA CONTABILIDAD SIGUIO EN PRACTICA; EN ITALIA ERA UNA ACTIVIDAD USUAL Y NECESARIA, EN ESTA HAY TESTIMONIOS FEHACIENTES DE LA PRACTICA CONTABLE; LIBROS Y COMPAÑIAS DEDICADAS A ESTA ACTIVIDAD.

EN LA EDAD MODERNA, SE EMPIEZA A FORMAR UN NUEVO SISTEMA DE PRODUCCION, EL "CAPITALISMO". ESTE CAMBIO TRAE CONSIGO LA DENOMINADA REVOLUCION INDUSTRIAL, DONDE SE CREA UNA GRAN ACTIVIDAD ECONOMICA SUPERIOR A LA DE LAS EPOCAS PASADAS; LA APARICION DE MAQUINAS HACE AUMENTAR LA

PRODUCCION, INCREMENTANDO EL COMERCIO INTERNACIONAL. AQUI LA CONTABILIDAD SE CONVIERTE EN UNA ACTIVIDAD NECESARIA PARA EL MANEJO DE CAPITALES, SURGIENDO RAMAS YA ESPECIALIZADAS EN CADA AREA DE LA MISMA CONTABILIDAD.

DEFINICIONES:

A CONTINUACION MENCIONAMOS ALGUNAS DEFINICIONES CON EL FIN DE PUNTUALIZAR TODAS LAS DIFERENCIAS QUE PUDIERAN EXISTIR ACERCA DE LO QUE ES LA CONTABILIDAD.

SEGUN, ELIAS LARA FLORES; LA CONTABILIDAD ES LA CIENCIA QUE ENSEÑA LAS NORMAS Y PROCEDIMIENTOS PARA ORDENAR, ANALIZAR Y REGISTRAR LAS OPERACIONES PRACTICADAS POR UNIDADES ECONOMICAS INDIVIDUALES O CONSTITUIDAS BAJO LA FORMA DE SOCIEDAD CIVIL O MERCANTIL.

EL INSTITUTO MEXICANO DE CONTADORES PUBLICOS DICE: " ES LA TECNICA QUE PRODUCE SISTEMATICA Y ESTRUCTURALMENTE INFORMACION CUANTITATIVA EN UNIDADES MONETARIAS, DE LAS TRANSACCIONES NORMALES QUE REALIZA UNA EMPRESA Y DE CIERTOS EVENTOS ECONOMICOS QUE LA AFECTAN, CON EL OBJETO DE FACILITAR A LOS DIVERSOS INTERESADOS, EL TOMAR DECISIONES DE CARACTER FINANCIERO, EN RELACION CON DICHAS EMPRESAS ".

EL BALANCE Y EL ESTADO DE RESULTADOS

ACTIVO; PASIVO Y CAPITAL

ACTIVO: EL ACTIVO DE UNA EMPRESA REPRESENTA LOS BIENES DE DISTINTA NATURALEZA QUE ESTA POSEA.

CLASIFICACION DEL ACTIVO:

- A) CIRCULANTE: SON TODOS LOS VALORES DE LOS CUALES EL COMERCIANTE PUEDE DISPONER DE INMEDIATO.
- B) FIJO: SON TODAS AQUELLAS INVERSIONES O BIENES QUE SE ADQUIEREN CON EL PROPOSITO DE USARLOS Y NO DE VENDERLOS
- C) DIFERIDO: EN ESTE GRUPO; SE INCLUYEN TODOS LOS VALORES INTANGIBLES Y QUE DEBEN ESTAR REFLEJADOS NUMERICAMENTE.

PASIVO:

LOS PASIVOS DE UNA EMPRESA; SON TODAS LAS DEUDAS DEL COMERCIANTE; SE CLASIFICA IGUALMENTE QUE EL ACTIVO EN 3 GRUPOS:

- A) CIRCULANTE O A CORTO PLAZO: SON TODAS LAS DEUDAS A CORTO PLAZO.
- B) FIJO O A LARGO PLAZO: DEUDAS MAYORES A 1 AÑO.
- C) DIFERIDO: SON TODAS AQUELLAS OPERACIONES QUE EL COMERCIANTE COBRA ANTES DE LA FECHA DE VENCIMIENTO O ANTES DE OFRECER EL SERVICIO.

CAPITAL:

EL CAPITAL ESTA CONSIDERADO COMO LA APORTACION INICIAL DE LOS ACCIONISTAS PARA FORMAR EL NEGOCIO; EL CAPITAL SE CLASIFICA EN:

- A) CAPITAL SOCIAL: APORTACION DE LOS SOCIOS.
- B) CAPITAL CONTABLE: APORTACION DE LOS SOCIOS MAS LAS UTILIDADES O GANANCIAS QUE SE HAN OBTENIDO A LA FECHA; O MENOS LAS PERDIDAS CONSIDERADAS A LA FECHA DEL CIERRE CONTABLE.

LA IGUALDAD ENTRE EL TOTAL DE LOS VALORES DEL ACTIVO, DEBERA SER IGUAL AL TOTAL DE LOS VALORES DE LA SUMA DEL PASIVO Y EL CAPITAL.

ES DECIR: ACTIVO ES IGUAL AL PASIVO MAS EL CAPITAL

$$\mathbf{A = P + C \quad \text{o BIEN: } A - P = C.}$$

LLAMADAS LAS FORMÚLAS DE LA PARTIDA DOBLE.

ANALISIS E INTERPRETACION DE ESTADOS FINANCIEROS

ANALISIS: ES LA SEPARACION Y/O DISTINCION DE LAS PARTES DE UN TODO, HASTA LLEGAR A CONOCER SUS PRINCIPIOS CONSTITUTIVOS.

ESTADOS FINANCIEROS: ESTADO QUE NOS MUESTRA LA SITUACION Y DESARROLLO FINANCIERA QUE LLEVA UNA EMPRESA, COMO CONSECUENCIA DE LAS OPERACIONES ECONOMICAS, NORMALES REALIZADAS A LA FECHA.

OBJETIVO; PROPORCIONAR INFORMACION VERAZ, CLARA, OPORTUNA, PRECISA Y SUFICIENTE; PARA USO DE ACCIONISTAS, DIRECTORES, BANQUEROS, PROVEEDORES Y ACREEDORES EN GENERA.

FACTORES DE OPERACION: (NO MONETARIOS o EXTERNOS).

- MEDIO AMBIENTE: REPRESENTADO POR TODOS AQUELLOS FACTORES QUE EXTERNAMENTE PUEDEN AFECTAR DETERMINANTEMENTE, EL DESENVOLVIMIENTO DE NUESTRO NEGOCIO. (INFLACION MUNDIAL, NACIONAL, DEVALUACIONES, DEFLACIONES, ESCASEZ DE MATERIA PRIMA, DE MANO DE OBRA, PETROLEO, ORO, GUERRAS ETC.
- DIRECCION: SON TODOS AQUELLOS PLANES, OBJETIVOS DE LA ORGANIZACION.
- PRODUCTOS Y PROCESOS: ARTICULOS, SERVICIOS, COMPETITIVOS Y O RENTABLES?
- SOCIAL: CAMBIOS EN FUNCION DE LOS CONSUMIDORES, POR GIROS, POR TIPOS DE INDUSTRIA ETC.
- FINANCIERA: MAXIMIZAR EL VALOR DEL PATRIMONIO, MANTENER A TIEMPO Y EN CANTIDAD LOS FONDOS REQUERIDOS; LA COMPOSICION DE LOS ACTIVOS; PLANES FINANCIEROS ETC.
- PRODUCCION: INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS; EQUIPOS, HERRAMIENTAS, MATERIALES ETC.
- MANO DE OBRA: TECNICOS CAPACITADOS; HUELGAS, OBREROS, SINDICATOS ETC.

MÉTODOS DE ANALISIS

EL METODO DE ANALISIS, DEPENDERA AL TIPO DE EMPRESA EN QUE SE ESTEN REALIZANDO LAS OPERACIONES, ES DECIR, QUIZAS PARA UN TIPO DE NEGOCIO NOS SEA MUCHO MÁS REPRESENTATIVA UNA HERRAMIENTA DE ANALISIS QUE OTRA, MIENTRAS QUE EN OTRO NEGOCIO, AUNQUE SE TRATASE DEL MISMO GIRO SEA AL REVES, SOLO MEDIANTE LA APLICACION Y PRACTICA DE ESTAS, VEREMOS CUALES CONCUERDAN MAS Y CUALES NOS SON MAS UTILES PARA NUESTROS OBJETIVOS ESPECIFICOS.

PORCIENTOS INTEGRALES:

ESTA TECNICA CONSISTE EN DARLE UN PORCIENTO A CADA CIFRA DE CADA CUENTA DEL BALANCE, Y DEL ESTADO DE RESULTADOS; PARTIENDO DE UN 100 %. AYUDANDONOS A VER DE UNA MANERA MUCHO MAS AMPLIA, LOS RESULTADOS OBTENIDOS.

RAZONES FINANCIERAS:

ES LA RELACION QUE RESULTA DE LA COMPARACION ENTRE 2 RESULTADOS, DE CUENTAS DEL ESTADO FINANCIERO; SUMAMENTE IMPORTANTE YA QUE NOS INDICA LAS DEBILIDADES Y LOS PUNTOS FUERTES DE LA EMPRESA, DE IGUAL MANERA NOS DA LA PAUTA PARA TOMAR LAS DECISIONES MAS ADECUADAS.

2.A.- RAZONES SIMPLES DE SOLVENCIA:

- 2.A.1.- ACTIVO DISPONIBLE / PASIVO CIRCULANTE =
 2.A.2.- (ACIDO)= ACTIVO CIRCULANTE - INVENTARIOS / PASIVO CIRCULANTE =
 2.A.3.- ACTIVO CIRCULANTE / PASIVO CIRCULANTE =
 2.A.4.- CUENTAS X COBRAR = VENTAS A CREDITO / PROMEDIO CUENTAS X COBRAR; O BIEN: VENTAS A CREDITO / 360 DIAS =
 2.A.5.- INVENTARIOS= COSTO VENTAS / PROMEDIO DE INVENTARIOS =
 * CASO INDUSTRIA: COSTO VENTAS / PROMEDIO DE MATERIA PRIMA; PRODUCCION EN PROCESO; PRODUCCION TERMINADA =

2.B.- ANALISIS DE ESTABILIDAD:

- 2.B.1.- (APALANCAMIENTO)= PASIVO TOTAL / CAPITAL =
 2.B.2.- PASIVO FIJO / CAPITAL =
 2.B.3.- ACTIVO TOTAL / PASIVO TOTAL =
 2.B.4.- CAPITAL SOCIAL / PASIVO TOTAL * (FINES DE INTERPRETACION) =

2.C.- ANALISIS DE PRODUCTIVIDAD:

- 2.C.1.- UTILIDAD NETA / CAPITAL =
 2.C.2.- UTILIDAD NETA / VENTAS NETAS =
 2.C.3.- COSTO DE VENTAS / VENTAS NETAS =
 2.C.4.- GASTOS DE OPERACION / VENTAS NETAS =
 (TOTAL Y/O DESGLOSADOS)
 2.C.5.- VENTAS NETAS / ACTIVO TOTAL =

DECDFI

RELACIONES BANCARIAS

EL PRIMER PASO QUE DEBE DAR UN DUEÑO, CUANDO EL EFECTIVO ESCASEA, ES FUNDAMENTALMENTE LAS BUENAS RELACIONES CON:

- A) PROVEEDORES Y ACREEDORES; MEDIANTE LINEAS DE CREDITO
 B) BANCOS; DENTRO DE LAS OPERACIONES BANCARIAS, PUNTO IMPORTANTISIMO ES MANTENER BUENAS RELACIONES CON LOS GERENTES O SUB-GERENTES BANCARIOS.

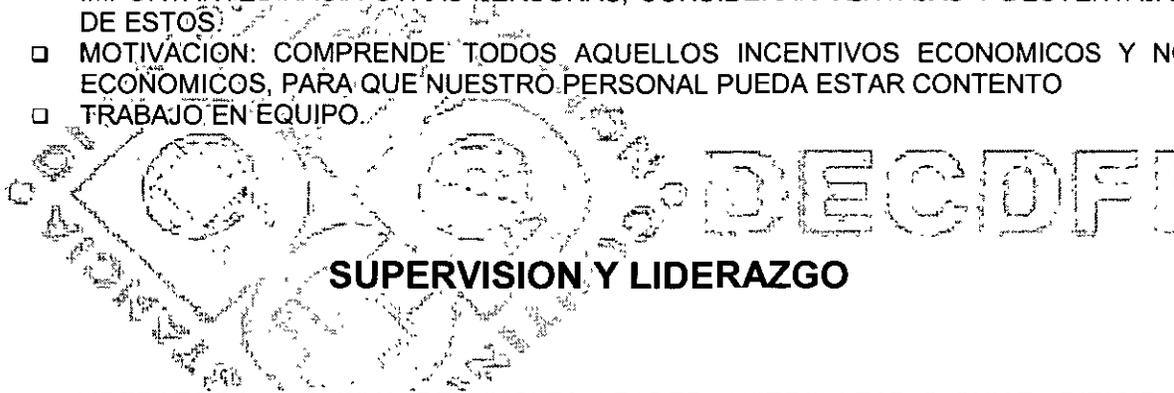
ADMINISTRACION DEL PERSONAL

DENTRO DEL AREA DE RECURSOS HUMANOS SE CONTEMPLAN VARIOS TEMAS IMPORTANTES. SOBRA DECIR QUE CUANDO UN NEGOCIO EMPIEZA A FUNCIONAR REQUIERE DE GENTE, GENTE QUE ESTE DE ACUERDO EN LO QUE SE ESTA HACIENDO EN EL NEGOCIO Y EN LAS CONDICIONES DE PAGO. MUCHAS VECES RESULTA MUY BUENA

OPCION LA CONTRATACION DE PERSONAL NO PROFESIONAL PERO SI CON EL CONOCIMIENTO REQUERIDO. (PLATICA ACERCA DE LA TEORIA DE PETER, L.PETER; ASI COMO DEL EFECTO PIGMALION).

REGLONES CLAVE:

- ❑ RECLUTAMIENTO: ES JALAR AL MAYOR No. DE ASPIRANTES AL PUESTO REQUERIDO, CON LA IDEA DE TENER LAS MEJORES OPCIONES.
- ❑ SELECCION: ES ESCOGER A LA(S) MEJOR PERSONA DE ACUERDO A LAS CARACTERISTICAS DE NUESTRO NEGOCIO.
- ❑ ENTREVISTAS: MANEJO ADECUADO DE ESTAS, PUEDEN SER DE ENTRADA, DE PERMANENCIA O DE SALIDA.
- ❑ DESARROLLO: ES DARLE LAS HERRAMIENTAS NECESARIAS A CADA UNO DE NUESTROS EMPLEADOS PARA QUE SIGAN A GUSTO, TRABAJANDO CON NOSOTROS, A VECES NO TAN SOLO ES EL DINERO.
- ❑ SUPERVISION: ES VER QUE LOS SUBORDINADOS REALICEN CON EFICIENCIA LO QUE SE LES HA ENCOMENDADO REALIZAR. (TEORIA GERENCIAL, DESARROLLO).
- ❑ DELEGACION: ES LA TRANSMISION DE TRABAJOS CONSIDERADOS COMO IMPORTANTES HACIA OTRAS PERSONAS, CONSIDERAR VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE ESTOS.
- ❑ MOTIVACION: COMPRENDE TODOS AQUELLOS INCENTIVOS ECONOMICOS Y NO ECONOMICOS, PARA QUE NUESTRO PERSONAL PUEDA ESTAR CONTENTO
- ❑ TRABAJO EN EQUIPO.



LIDERAZGO SE DERIVA DEL INGLES LEADER. VERBO LEAD " GUIAR, DIRIGIR ". SIEMPRE Y POR REGLA GENERAL, TODOS SOMOS LIDERES, LOS PRIMEROS LIDERES QUE TENEMOS EN LA VIDA SON NUESTROS PADRES, LUEGO NUESTROS MAESTROS, TAMBIEN Y EN CIERTA ETAPA NUESTROS AMIGOS, PARIENTES ETC. CUANDO YA TRABAJAMOS, NUESTROS JEFES, (EN FRANCES CHEF, EN ITALIANO CAPO), NUESTROS SUPERVISORES ETC. UNA PERSONA QUE CONTRATA LOS SERVICIOS DE UN PLOMERO DE UN CARPINTERO O DEL JARDINERO, TAMBIEN SE CONVIERTE EN LIDER.

UN BUEN LIDER DEBE "GANARSE LA OBEDIENCIA" A TRAVES DE SU HABILIDAD PARA MEJORAR SITUACIONES Y TRATAR A LA GENTE. EL JEFE NO NECESARIAMENTE ES HACER USO DE LA AMENAZA NI DE LA PRESION. EN ESTAS CONDICIONES, FORMAR LIDERES ES PROMOVER EL PROGRESO DE NUESTROS PAISES Y EL DESARROLLO CONJUNTO DE TODOS LOS HABITANTES. UN BUEN LIDER ES LA PERSONA QUE SABE DIRIGIR, GUIAR ENTENDER Y ASESORAR.

CUALIDADES DEL EXCELENTE SUPERVISOR:

SER: CORTES, JUSTO, HONESTO, EQUITATIVO, CUIDADOSO, IMPARCIAL, PRESTANTE, COMUNICATIVO, CALMADO, AMISTOSO, DISPONIBLE, CONSECUENTE, CONFIABLE, TRATARME CON RESPETO, DARME RECONOCIMIENTO, APRECIARME, UTILIZAR TACTO Y DIPLOMACIA, TENER CATEGORIA DENTRO DE LA ORGANIZACION, MANTENER ALTAS NORMAS DE TRABAJO Y DISCIPLINA, DAR UN BUEN EJEMPLO, PRODUCIR BUEN AMBIENTE, NO GRITAR NI REGAÑAR, DELEGAR, MOTIVAR, INCENTIVAR, SER BUENO PARA RESOLVER PROBLEMAS, SABER ESCUCHAR, SER COMPRENSIVO ETC.

TIPOS DE LIDER

EXISTEN DIVERSAS TEORIAS ACERCA DEL LIDERAZGO, ALGUNAS MUY VALIDAS POR CIERTO, TAMBIEN. EXISTEN DIFERENTES TIPOS DE LIDER, ALGUNOS OBVIAMENTE TENDRAN UNA SERIE DE CUALIDADES QUE LOS DISTINGUEN DE LOS DEMAS Y OTROS, OTRAS. DE LA EXPLORACION DE CADA UNO DE SUS CUALIDADES DEPENDERA SU EXITO COMO JEFE

SON:

- CARISMÁTICO; ESTE TIPO DE PERSONA SE CARACTERIZA POR SER BRILLANTE, CONTAGIANTE, DE FUERZA, AGILIDAD Y VALENTIA ADÉMÁS DE SER INTELIGENTE, ACTIVO Y AUDAZ.
- TRADICIONAL; ESTE TIPO DE PERSONA SE CARACTERIZA POR SER TRABAJADOR Y SEGUIR LOS LINEAMIENTOS MARCADOS, SE BASA EN LOS RESULTADOS PRIMERO Y EN LOS ANTECEDENTES QUE EL MISMO VIVIO.
- AUTOCRÁTICO; ESTA PERSONA SE IMPONE EN BASE A SU FUERZA QUE VIENE DESDE ARRIBA, LO ÚNICO QUE LE INTERESA ES QUE SUS ORDENES FUERAN CUMPLIDAS.
- PATERNALISTA; ES UNA PERSONA, QUE LE INTERESA MAS EL SER HUMANO COMO PERSONA, POR AMISTAD, POR EVITAR DOLOR AJENO, NO DESEA LASTIMAR A LA DEMAS GENTE. LUEGO SON LOS RESULTADOS.
- BUROCRATIZADO; ESTA PERSONA TIENDE A IRSE UNICAMENTE POR QUE TODO ESTE BIEN, MUCHAS VECES SE AHOGA POR PROCEDIMIENTOS OBSOLETOS QUE LO LLEVAN A AHOGARSE EN PAPELEO INNECESARIO.
- DESPREOCUPADO; ESTE TIPO DE DIRIGENTE TIENE LA TENDENCIA Y LA HABILIDAD MUCHAS VECES DE SABER QUE TODO IRA BIEN, QUE CADA PERSONA CONOCE PERFECTAMENTE SU TRABAJO Y POR LO TANTO LO SACARA ADECUADAMENTE, CON O SIN SU AYUDA.
- DEMÓCRATA; ESTE TIPO DE GENTE, TIENDE A HACER PARTICIPE A SUS COLABORADORES, LOS ESCUCHA Y LOS CONSIDERA, DELEGA Y ENTIENDE A SU GENTE. EL RIESGO DEL DEMOCRATA ES CORRER EL RIESGO DE QUE SE LE SALGA LA GENTE DE SUS FUNCIONES CORRESPONDIENTES Y POR LO TANTO DE LOS RESULTADOS ESPERADOS.

TEORIAS DE LIDERAZGO:

DESDE LA ANTIGÜEDAD CLASICA, YA SE OBSERVABA UN INTERES POR EL CONOCIMIENTO DE ESTE IMPORTANTE TEMA:

- PLATON Y ARISTOTELES, EN SUS OBRAS " LA REPUBLICA Y LA POLITICA " (AMBAS ESCRITAS HACE MAS DE 2000 AÑOS), HACEN HINCAPIE EN LA IMPORTANCIA DE LA JUSTICIA.
- EN LA EPOCA ROMANA; LA TENDENCIA ES HACIA UN ABSOLUTISMO IMPERIAL Y UNIVERSAL.
- EN LA EDAD MEDIA (1469-1527), UN LIBRO POLEMICO Y DESAFIANTE " EL PRINCIPE " DE NICOLAS MAQUIAVELO, NO SOLO DESCRIBE LOS CAMINOS TORTUOSOS DEL PODER, SINO TAMBIEN LAS CONDUCTAS CRUELES DE GOBERNACION. RUTAS HASTA LA EPOCA DE LA REVOLUCION FRANCESA, A FINES DEL SIGLO XIX.
- A PRINCIPIOS DEL SIGLO XX, CON LA REVOLUCION INDUSTRIAL; SE DA LA IMPORTANCIA DEBIDA A LA PERSONA COMO SER HUMANO. SIENDO EN CHICAGO CUNA DE ESTAS INVESTIGACIONES:
- TAYLOR, MAYO, Mc. GREGOR Y LICKERT; DETERMINAN LA IMPORTANCIA DE SATISFACER LOS REQUERIMIENTOS ORGANIZACIONALES MEDIANTE LA MOTIVACION DE LA PERSONA. EN BASE A ESTUDIOS DE TIEMPOS Y MOVIMIENTOS, REQUERIDOS DE CADA PUESTO, VEN A LA PERSONA COMO INSTRUMENTO VITAL DE FUNCIONAMIENTO.

ALREDEDOR DE LOS AÑOS DE 1927, SE HACEN ESTUDIOS EN HAWTHORNE, SOBRE LAS NECESIDADES DEL PERSONAL, DEL RECURSO HUMANO; SOBRE MOTIVACIONES, ACTITUDES, SENTIMIENTOS Y ASPIRACIONES.

PASO UNO: DESARROLLAR ESPECIFICACIONES DE EMPLEO

EL PUNTO DE PARTIDA PARA DESARROLLAR ESPECIFICACIONES DE EMPLEO ES OBTENER UN CUADRO CLARO DE LOS DEBERES Y RESPONSABILIDADES ESPECIFICAS DEL TRABAJO. UN PROCEDIMIENTO DE LA DESCRIPCION DEL PUESTO, PROPORCIONA UNA GRAN PARTE DE LA INFORMACION REQUERIDA A DESARROLLAR, SI SE USA CON UN POCO DE SENTIDO COMUN, EL PROCEDIMIENTO SERIA:

A) SE PIDE A TODOS Y CADA UNO DE LOS EMPLEADOS DEL DEPARTAMENTO, ESCRIBIR SUS FUNCIONES O TAREAS A DESARROLLAR, TODO AQUELLO QUE COMPONE EL PUESTO, NO DE VECES QUE SE REALIZA LA TAREA EN UNA MEDIDA ESTANDAR, POR EJEMPLO UNA SEMANA O UN MES.

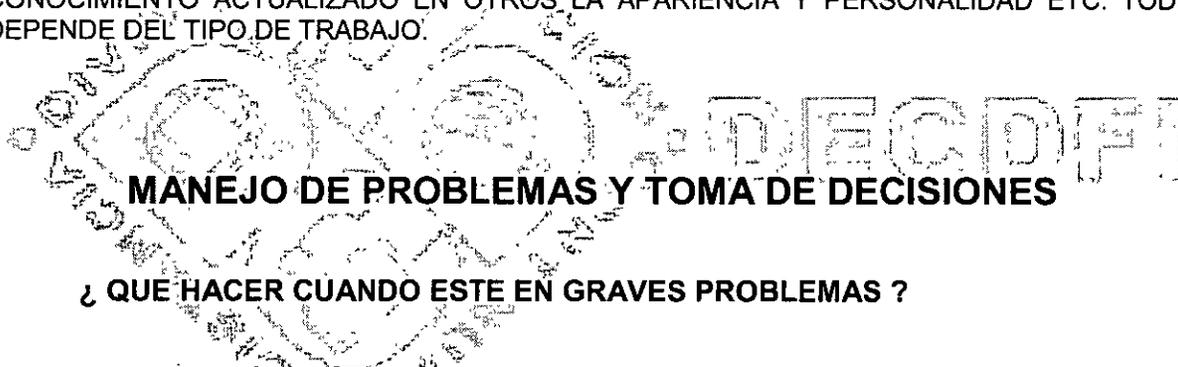
B) SE ESTABLECEN OBJETIVOS DE CADA UNA DE ESTAS TAREAS, ASI COMO UNA MEDIDA ESTANDAR QUE EQUILIBRE TIEMPO, CANTIDAD, COSTO Y CALIDAD.

ESTOS INFORMES ESCRITOS SON COMPARADOS CUIDADOSAMENTE Y COTEJADOS PARA DETERMINAR:

1. CUALES SON LOS ALCANCES DE LA TAREA
2. QUE PASOS SE TOMAN PARA LOGRAR ESOS ALCANCES

3. QUE EQUIPOS O HERRAMIENTAS SE USAN
4. CUALES SON LAS CONDICIONES DE TRABAJO BAJO LAS CUALES LA TAREA SE REALIZA
5. LAS RELACIONES DEL TRABAJO A EFECTUAR CON OTRAS HABILIDADES, O PROCEDIMIENTOS.
6. LAS RESPONSABILIDADES ESPECIFICAS.
7. EL GRADO DE AUTORIDAD DELEGADA Y A DELEGAR.
8. QUE REQUIERE EL PUESTO PARA SER PERFECCIONADO. QUE CONOCIMIENTOS SERIAN LOS IDEALES.

C) AL ANALIZAR LAS DESCRIPCIONES DE TAREAS, MUCHAS PERSONAS ENCUENTRAN QUE ALGUNAS ACTIVIDADES SERAN MUCHO MAS IMPORTANTES QUE LAS OTRAS, POR LO QUE SU PESO ES DISTINTO. POR EJEMPLO, SI ESTAMOS REQUIRIENDO DE UNA SECRETARIA, UN PUNTO CONSIDERADO COMO CLAVE ES LA MECANOGRAFIA; ENTONCES REQUERIREMOS UNA PERSONA CON CONSIDERABLE RAPIDEZ Y PRECISION MECANOGRAFICA, PUDIENDO EXIGIR UN MINIMO DE 50 PALABRAS POR MINUTO, CON 90% DE EXACTITUD. Y ESTE RENGLON OBVIAMENTE TENDRA UN PESO DISTINTO A LAS OTRAS ACTIVIDADES DENTRO DE LA DESCRIPCION DEL PUESTO. PARA ALGUNOS OTROS PUESTOS, LOS PUNTOS CLAVES QUIZAS SEAN LA EFICIENCIA, PARA OTROS LA LIMPIEZA, EN OTROS LA LEALTAD, EN OTROS EL TRABAJO DURO, LA EXPERIENCIA, EL CONOCIMIENTO ACTUALIZADO EN OTROS LA APARIENCIA Y PERSONALIDAD ETC. TODO DEPENDE DEL TIPO DE TRABAJO.



MANEJO DE PROBLEMAS Y TOMA DE DECISIONES

¿ QUE HACER CUANDO ESTE EN GRAVES PROBLEMAS ?

1o. DESCUBRIR DONDE ESTA UD. ¿ CUANTO DINERO SE NECESITA PARA SOBREVIVIR, CUANTO ESTAMOS PERDIENDO, Y A QUE TASA; QUE VENTAS MENSUALES SE NECESITAN PARA ESTAR EN EL PUNTO DE EQUILIBRIO; CUANTO TENGO DE CUENTAS POR PAGAR Y A QUE TASA; PROBLEMAS Y ERRORES OPERATIVOS, CUALES ATACAR PRIMERO ? SON PREGUNTAS CLAVE QUE HAY QUE SABER RESPONDER.

COMO ESTIMAR EL GRADO DEL PROBLEMA

PARA LOGRAR UN CONTROL SE REQUIEREN LAS MISMAS HERRAMIENTAS ANALITICAS QUE CUANDO LA COMPAÑIA ESTA EN BUENA FORMA; SOLO QUE HAY QUE HACERLO EN MEDIO DE UN BOMBARDEO. NO HAY MUCHO TIEMPO, DE MANERA QUE HAY QUE ATACAR RAPIDA Y EFECTIVAMENTE.

A) ¿ CUAL ES LA SITUACION DEL MERCADO ? ¿ LAS VENTAS SE VINIERON DEBIDO A CIRCUNSTANCIAS GENERALES ECONOMICAS; UN NUEVO COMPETIDOR HA TOMADO EL LIDERAZGO DEL MERCADO; HA FALLADO LA DIRECCION DE VENTAS ?.

B) ¿ CUAL ES LA PROYECCION DE VENTAS MAS REALISTA PARA LOS PROXIMOS TRES MESES ? EN BASE A ESTO REACONDICIONAR EL TOTAL DE GASTOS; FIJOS, VARIABLES ETC. EN ABSOLUTO.

C) ¿ ELABORAR UN PLAN DE UTILIDADES VIGOROSO, UTILIZANDO COMO BASE LA PROYECCION DE VENTAS ? EN BASE AL RECORTE DE COSTOS Y GASTOS, TENDREMOS QUE DECIDIR DEL EQUIPO ACTUAL QUE TENEMOS, QUE VENDEREMOS, QUE RENTAREMOS Y QUE DESECHAREMOS.

D) PREPARAR UN PLAN DE FLUJO DE CAJA HONESTO Y REALISTA. ¿ CUALES SON LOS PAGOS PRIORITARIOS ? Y COMO PODRE PAGAR. PREPARAR EL FLUJO DE PAGOS, HABLAR CON PROVEEDORES Y ACREEDORES, PIDIENDOLES SU AYUDA Y COMPRESION; LA HONESTIDAD RESULTA MUY IMPORTANTE. HACER CONVENIOS CON EMPLEADOS, ACREEDORES BANQUEROS ETC.

2o. PASO.- RECORTE LOS GASTOS INMEDIATAMENTE; SEA TERMINANTE Y RAPIDO. PEQUE POR MUCHO PERO NO POR POCO; EXISTE INFINIDAD DE EMPRESARIOS QUE AUN ANTE INMINENCIA DEL DESASTRE SE COHIBEN PARA REDUCIR GASTOS. " NO PUEDO FUNCIONAR CON MENOS GENTE, O SIMPLEMENTE NO QUIERO DEJAR A GENTE DESEMPLEADA, ME DARIA MUCHA PENA DESEMPLEAR A: X, Y y Z PERSONAS, HAN SIDO TAN LEALES" , O IGUALMENTE " NO PUEDO LOGRAR VENTAS SIN LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD, O SI NO DESARROLLO ESÉ NUEVO PRODUCTO NO TENDRE NINGUN FUTURO Y ASI SUCESIVAMENTE LA FORMULA A DESARROLLAR EN CASOS DE CRISIS ES MUY SENCILLO. HAY QUE IMAGINAR QUE ESTA GRAVEMENTE ENFERMO; SI NO RECORTA LA NOMINA O EL GASTO QUE SEA, MORIRA. SI LA RECORTA VIVIRA. ¿ QUE SE DEBE ESCOGER ?.

ES CIERTO RECORTAR NUESTROS EMPLEADOS LEALES Y FAVORITOS CUESTA MAS QUE DINERO, TAMBIEN NO ECHAR A ANDAR EL PRODUCTO QUE TANTO TIEMPO ESTUVIMOS INVESTIGANDO Y PREPARANDO, PUES TIENE UN VALOR MAS QUE LO ECONOMICO Y ES ALGO DIFICIL DE CUANTIFICAR. PERO SI NO SE RECORTAN LOS GASTOS DE TODOS MODOS NO SE ECHARA A ANDAR EL PRODUCTO Y LOS EMPLEADOS LEALES TAMBIEN DESAPARECERAN, TARDE O TEMPRANO. ENTONCES NO HAY OTRA ALTERNATIVA QUE RECORTAR TODO, LO QUE GUSTE Y LO QUE NO GUSTE. Y UNICAMENTE QUEDARNOS CON LO INDISPENSABLE PARA GENERAR LO QUE LLEGAMOS A SER, ES DECIR LA HERRAMIENTA DONDE NOSOTROS RECORDEMOS NOS HABIAMOS QUEDADO ANTES DE QUE EMPEZARA A SURTIR EFECTO LA CRISIS. LO UNICO INDISPENSABLE PARA RESURGIR NUEVAMENTE Y ESPERAR NUEVAS OPORTUNIDADES PARA QUE TAMBIEN PODAMOS CONTAR CON EL PERSONAL LEAL QUE TENIAMOS ANTERIORMENTE, O EL LANZAMIENTO DE NUESTROS NUEVOS PRODUCTOS ETC. PUNTO IMPORTANTE A CONSIDERAR, ES EL DE DEJAR IR AL PERSONAL MENOS EFICIENTES Y CONSERVAR A LOS MEJORES EMPLEADOS, ADEMAS DE SALVAR LA EMPRESA SE LES DARA UN IMPULSO JUSTO A LOS QUE HAN TRABAJADO DURO, Y AL MISMO TIEMPO SE ES HONESTO CON LOS QUE NO TRABAJARON IGUAL.

CONSEGUIR DINERO PARA UNA COMPAÑIA EN PROBLEMAS TOMA MAS TIEMPO DE LO NORMAL. ENTONCES LAS OPCIONES SERIAN DE OTRO MODO. QUIZAS LAS OPCIONES CORRECTAS SEAN:

- A) CONSEGUIR UN SOCIO CAPITALISTA.
- B) VENDER UNA LINEA DE NUESTROS PRODUCTOS (INCLUSO A LA COMPETENCIA).
- C) VENDER ACCIONES CON LOS EMPLEADOS.

CON RESPECTO A LA FINANCIACION BANCARIA, EL ESCENARIO PARA CONSEGUIR EL PRESTAMO Y LA ESTRATEGIA SON LAS SIGUIENTES:

- ❑ TENER LA SOLICITUD Y LOS BALANCES PERFECTAMENTE AL DIA.
- ❑ TENER UN DOCUMENTO BIEN REDACTADO Y BIEN ESTUDIADO CON RESPECTO AL PORQUE LA EMPRESA CAYO EN PROBLEMAS Y COMO SE HAN EMPEZADO A CORREGIR ESTOS PROBLEMAS.
- ❑ TENER LOS PROYECTOS Y ALTERNATIVAS DE ACCION, TODOS PARA SALVAR Y REHACER LA EMPRESA.
- ❑ OFRECER UNA GARANTIA PARA RESPALDAR EL PRESTAMO.

¿ QUE MANTIENE VIVA A UNA EMPRESA ?

EN MUCHAS OCASIONES SE HAN MOSTRADO HOJAS DE BALANCE QUE DEMOSTRABAN LA BANCARROTA MAS TREMENDA Y RAPIDA DE LO QUE SE PUDIESE IMAGINAR Y, SIN EMBARGO, LAS COMPANIAS SIGUEN DESPUES DE UN PERIODO LARGO DE TIEMPO, OPERANDO. ¿ COMO PUEDE SER ? ALGUNOS DUEÑOS SE MANTIENEN EN PIE, SOLO POR SU VEHEMENTE DESEO DE SOBREVIVIR. EXCUSANDOSE CON SU PROVEEDOR, HACIENDOLE UN PAGO PARCIAL A OTRO, ACORDANDO CON UN TERCERO LA CONVERSION DE SU CUENTA PARA PAGARLA MENSUALMENTE. CON EL I.S.R. e I.M.S.S., PUEDE NEGOCIARSE EL PAGO DIFERIDO DE VARIOS MESES. MIENTRAS NADIE PONGA UNA DEMANDA PARA LOGRAR EL EMBARGO DE LA CUENTA, MIENTRAS EL BANCO NO ECHE MANO DE SUS PRESTIGIADOS ABOGADOS, EL NEGOCIO PUEDE MANTENERSE EN PIE.

CARACTERISTICAS DE LOS NEGOCIOS QUE SE RECUPERARON:

- 1a.- EL PROPIETARIO FUE CAPAZ DE RECORTAR SUSTANCIALMENTE LOS GASTOS.
- 2a.- HABIA EN EL MERCADO DEMANDA POR LOS BIENES Y SERVICIOS DE LA COMPANIA. LAS VENTAS AL PIE DEL CAÑON.
- 3a.- ESTOS NEGOCIOS TENIAN UN ACTIVO OCULTO; EN MUCHOS CASOS ESTE SE OCULTA EN EL BALANCE A PRECIO DE COMPRA Y CON UNA REPARACION MENOR Y UN PEQUEÑO CARGO DE MANTENIMIENTO SE PUEDE VENDER A MUY BUEN PRECIO (VALOR ACTUAL), QUE CONJUNTAMENTE CON OTRAS MAQUINAS QUE NO SEAN INDISPENSABLES E INCLUSO ALGUNOS DESPERDICIOS PUEDEN DAR UNA ENTRADA MAS QUE DE DINERO DE OXIGENO QUE REVITALICEN TODA LA ORGANIZACION.

LOS SIETE REMEDIOS PARA UNA BOLSA POBRE

- 1o. COMIENZA A ENGORDAR TU BOLSA; AQUI LO IMPORTANTE ES TENER UN TRABAJO HONRADO Y DECENTE, Y DE CADA 10 MONEDAS GUARDAR UNA, LA BOLSA EMPEZARA POCO A POCO PERO SEGURO A ENGORDAR, DE TODOS MODOS SOMOS POBRES CON 9 O CON 10 MONEDAS, SEAMOS POBRES CON 9.
- 2o. REMEDIO; CONTROLA TUS GASTOS. HACER UNA DIFERENCIA ENTRE LOS GASTOS NECESARIOS (TECHO, ALIMENTO, ABRIGO) DE LOS DESEADOS. NO CONFUNDIR

NECESARIO CON DESEADO; Y VER QUE DESEOS PUEDEN SER SATISFECHOS CON LAS 9 MONEDAS QUE TENEMOS.

3er. REMEDIO; HAZ QUE TU ORO SE MULTIPLIQUE. AL VER QUE ESTA ENGORDANDO TU BOLSA Y AL ESTAR CONTROLANDO TU GASTO, DEBEMOS A EMPEZAR A VER DONDE PONER ESE TESORO A TRABAJAR Y HACERLO CRECER; LOGICAMENTE BUSCAR LA MINIMIZACION DEL RIESGO Y CUANDO HAGAN SU PRIMER INVERSION LUCRATIVA VEAN QUE ESTUVO BIEN PARA REFORZARLO Y QUE PUDO ESTAR MAL PARA TRATAR DE EVITARLO NUEVAMENTE. LOS INGRESOS PONERLOS A TRABAJAR TAMBIEN Y LOS INGRESOS DE LOS INGRESOS; LOS INGRESOS DE LOS INGRESOS DE LOS INGRESOS DE LA MISMA MANERA. "PONER CADA MONEDA A TRABAJAR Y QUE PUEDA REPRODUCIR SU ESPECIE".

4o. REMEDIO: PROTEGE TUS TESOROS DE POSIBLES PÉRDIDAS; ANTES DE CONFIAR UNA INVERSION EN CUALQUIER CAMPO, FAMILIARIZATE CON LOS PELIGROS QUE PUEDEN ACOSARLO. "TODO CONSEJO ES GRATUITO PARA EL QUE SABE SOLICITARLO".

5o. REMEDIO; HAZ DE TU MORADA UNA INVERSION PROVECHOSA; SI UNA PERSONA SEPARA NUEVE PARTES DE SUS GANANCIAS PARA VIVIR Y DISFRUTAR DE LA VIDA, Y SI PUEDE CONVERTIR ALGUNAS DE ESAS 9 MONEDAS EN UNA INVERSION REDITUABLE SIN AFECTAR SU BIENESTAR Y SU "MODUS VIVENDIS", ENTONCES SU TESORO CRECERA MUCHO MAS RAPIDAMENTE. AQUI VIENEN MUCHAS BENEFICIOS AL HOMBRE QUE CON UNA BOLSA GORDA E INVERSIONES CONSTRUYE SU PROPIO HOGAR DONDE PENSAR Y DONDE HACER TRABAJAR SU PROPIO DINERO. "POSEE TU PROPIO NEGOCIO".

6o. REMEDIO; ASEGURA UN INGRESO FUTURO. CORRESPONDE A UN HOMBRE RAZONABLE HACER PREPARATIVOS PARA UN APROPIADO INGRESO EN LOS DIAS QUE YA NO SERA JOVEN, DEL MISMO MODO HACER LOS MISMOS PREPARATIVOS PARA QUE EN CASO DE QUE UNO YA NO ESTE CON SU FAMILIA, ELLOS PUEDAN CONERONTAR Y SOSTENER EL HOGAR DEL DINERO QUE CON MUCHO ESFUERZO LOGRAMOS CONSTRUIR. "HAZ PROVISIONES PARA LAS NECESIDADES DE TU VEJEZ Y LA PROTECCION DE TU FAMILIA".

7o. REMEDIO; AUMENTA TU HABILIDAD PARA GANAR. "UN LOGRO DEBE SER PRECEDIDO POR UN DESEO. TUS DESEOS DEBEN SER FUERTES Y DEFINIDOS. PARA UN HOMBRE, EL DESEO DE SER RICO ES UN PROPOSITO PEQUEÑO, PARA UN HOMBRE, EL DESEO DE 5 PIEZAS DE ORO ES UN BUEN DESEO, UN DESEO TANGIBLE PARA CONSEGUIR, DESPUES 10, 20 Y ASI SUCESIVAMENTE".

A MEDIDA QUE UN HOMBRE SE PERFECCIONA EN SU PROFESION, AUMENTA SU HABILIDAD PARA GANAR; MAS INTERES, MAS CONCENTRACION EN LA TAREA, MAS PERSISTENCIA EN SU ESFUERZO, ENTRE MAS SABIDURIA TENGAMOS, MAS PODREMOS GANAR. "EL HOMBRE QUE BUSCA APRENDER MAS DE SU OFICIO SERA RICAMENTE RECOMPENSADO". SI ERES MEDICO EL INTERCAMBIAR EXPERIENCIAS, ASISTIR A SEMINARIOS HARAN MAR RICA Y EXPERIMENTADA SU HERRAMIENTA Y HABILIDAD EN SU OFICIO.

DEL MISMO MODO ES IMPORTANTE TAMBIEN: PAGAR SUS DEUDAS CON TODA PRONTITUD DENTRO DE SUS POSIBILIDADES Y NO COMPRAR NADA QUE NO SEA CAPAZ DE PAGAR; AYUDAR A TODO AQUEL QUE PODAMOS AYUDAR EN LA MEDIDA DE LO RAZONABLE.

EL DESEO DE TENER SUERTE ES UNIVERSAL

¿HAY ALGUNA FORMA DE ATRAER LA BUENA SUERTE?

CUANDO UN HOMBRE HABLA DE SUERTE, NO ES NATURAL QUE NUESTROS PENSAMIENTOS SE DIRIJAN A LAS MESAS DE JUEGO, EN LAS CARRERAS DE CABALLOS O EN LA LOTERIA NACIONAL? ES EXACTAMENTE AHI, DONDE LOS HOMBRES PIERDEN MAS DINERO DEL QUE GANAN. EN LABRAR LA TIERRA, EN OFICIOS HONESTOS Y SOBRE TODO EN TAREAS RELACIONADAS CON NUESTRAS ACTIVIDADES ES DONDE REALMENTE HAY OPORTUNIDAD DE HACER GANANCIAS DE ESFUERZOS Y TRANSACCIONES, EN ESTA FORMA LAS OPORTUNIDADES CASI SIEMPRE ESTARAN A SU FAVOR.

ALGO ACERCA DE LA BUENA SUERTE

UNA DE ELLAS QUIZAS LA MAS IMPORTANTE ES CONSEGUIR LO QUE DESEAMOS MEDIANTE UNA MENTALIZACIÓN POSITIVA Y A TRAVES DE TALISMANES PERSONALIZADOS, ELABORADOS DESPUES DE REALIZAR UN ESTUDIO PERSONAL ASTROLOGICO.

POSIBLES CONSEJOS PARA ATRAPAR LA SUERTE:

- DURANTE EL SUEÑO Y EN MOMENTOS DE RELAJACION PROFUNDA, LA PERCEPCION EXTRASENSORIAL ES MAS ELEVADA, Y PERMITE CAPTAR INFORMACION PRIVILEGIADA; HACER CASO DE SUEÑOS Y PRESENTIMIENTOS POR LO QUE ALGUNAS VECES ES RECOMENDABLE DEJARSE LLEVAR POR IMPULSOS REPENTINOS, ESPECIALMENTE CUANDO PAREZCAN MUY DISPARATADOS.
- ASOCIARSE CON PERSONAS PORTADORAS DE BUENA SUERTE; LA SUERTE ES CONTAGIOSA ASI QUE CUANDO MAS CERCA ESTE DE ELLA MUCHO MEJOR, HAY PERSONAS CUYA SOLA PRESENCIA PUEDE HACER FRACASAR CUALQUIER PROYECTO.
- PONER EN PRACTICA SUS INICIATIVAS CUANDO LA LUNA ESTA EN CUARTO CRECIENTE SI LAS PLANTAS, EL PELO Y LAS UÑAS CRECEN MAS DURANTE ESA FASE LUNAR ¿PORQUE NO PROBAR CON SUS DESEOS ?
- UTILICE EL PODER DE LA PALABRA; NUNCA DIGA " NO VOY A CONSEGUIRLO, NO TENGO SUERTE " POR EL CONTRARIO, PRONUNCIE EN VOZ ALTA LO QUE QUIERE. HACERLO CON ENFASIS Y SIN NINGUN TIPO DE RESTRICCIONES MENTAL; ESO AYUDARA A FIJAR POSITIVAMENTE LOS DESEOS EN EL SUBCONSCIENTE.
- HAGASE QUERER: EL AMOR CONSTITUYE UNA EFICAZ PROTECCION CONTRA LAS POSIBLES DESGRACIAS QUE PUEDE ACARREARNOS EL ODIO DE NUESTROS ENEMIGOS.
- DEFINIR CLARAMENTE LO QUE SE QUIERE CONSEGUIR Y UTILIZAR UNA IMAGEN O UN OBJETO QUE PARA UD. SIGNIFIQUEN ALGO; LA FUERZA DE LOS SIMBOLOS AUMENTA SI USTED SE IDENTIFICA CON ELLOS.
- UTILIZACION DE AMULETOS COMO POR EJEMPLO: BUHOS, ESCARABAJOS, ELEFANTES CON LA TROMPA HACIA ARRIBA, PESCADOS, UNA MANO, HERRADURAS, PULSERA, TREBOL DE 4 HOJAS, PULSERA, UN BUDA, PATA DE CONEJO, COLMILLO DE ELEFANTE, RETRATO CON UNA FOTO EN UN MOMENTO DE EXITO ETC.
- EL PODER DE LA ORACION, EL REZO, LA FE Y LA CONFIANZA.

LAS TRECE LEYES DEL ORO

1. EL ORO VIENE GUSTOSAMENTE Y EN CANTIDADES CRECIENTES A CUALQUIER HOMBRE QUE SEPARA NO MENOS DE UN DECIMO DE SUS GANANCIAS PARA CREANDO UN PATRIMONIO PARA SU FUTURO Y EL DE SU FAMILIA.
2. EL ORO TRABAJA GUSTOSAMENTE Y DILIGENTEMENTE PARA EL SABIO POSEEDOR QUE LE ENCUENTRA EMPLEO REDITUABLE, MULTIPLICANDOSE COMO CONEJOS
3. EL ORO SE ADHIERE A LA PROTECCION DEL POSEEDOR PRECAVIDO QUE LO INVIERTE BAJO EL CONSEJO DE HOMBRES SABIOS EN SU MANEJO.
4. EL ORO HUYE DE LOS HOMBRES QUE LO INVIERTEN EN NEGOCIOS O PROPOSITOS CON LOS CUALES NO ESTA FAMILIARIZADO O QUE NO SON APROBADOS POR AQUELLOS HABLES EN SU CONSERVACION.
5. EL ORO HUYE DEL HOMBRE QUE LO FUERZA A GANANCIAS IMPOSIBLES, O DE QUIEN SIGUE LOS SEDUCTORES, CONSEJOS DE EMBAUCADORES E INTRIGANTES O DE QUIEN CONFIA EN SU PROPIA INEXPERIENCIA.
6. EL ORO PERMANECE CON LA PERSONA QUE TIENE EL CONOCIMIENTO, A DINERO QUE LLEGA RAPIDAMENTE, DINERO QUE SE VA DE LA MISMA MANERA.
7. SI DESEAS AYUDAR A TU AMIGO, HAZLO EN UNA FORMA QUE NO CAIGA SOBRE TI LA CARGA DE TU AMIGO.
8. LOS PRESTAMOS MAS SEGUROS, SON PARA AQUELLOS CUYAS POSESIONES SON DE MAS VALOR QUE EL PRESTAMO QUE DESEAN, ALGO QUE AL VENDERSE SEA Y ALCANCE PARA PAGAR EL PRESTAMO.
9. SI REQUIERES DE DINERO, PRESENTA PLANES QUE PAREZCAN SENSATOS Y POSIBLES, SIEMPRE AMPARADOS CON ALGUNA GARANTIA.
10. BUSCA ASOCIARTE CON HOMBRE DE EMPRESA CUYO EXITO ESTE ESTABLECIDO, PARA QUE TU TESORO PUEDA GANAR LIBREMENTE BAJO SU HABIL USO Y SEA GUARDADO SEGURAMENTE POR SU SABIDURIA.
11. ESTE PLAN DEBE DE PROVEER, QUE FUERA DE MIS GANANCIAS, MIS DEUDAS SE PAGARAN Y EN CASO DE NO TENER EL DINERO, VISITARE A MIS ACREEDORES Y LES EXPLICARE QUE NO TENGO RECURSOS CON LOS CUALES PAGARLES; LA FORMA Y EL TIEMPO EN QUE LO PIENSO HACER.
12. TENER LA MENTE DESPEJADA ASI COMO UN LUGAR O UNA ACTIVIDAD DONDE DESPEJARLA, PARA PODER PENSAR EN NUEVOS PLANES Y PROYECTOS AMBICIOSOS.
13. VIVE EN UN LUGAR DONDE ESTE CERCA LA RIQUEZA O MEJOR DICHO DONDE ESTE LA RIQUEZA.

ADMINISTRANDO EL FUTURO

(ESTRATEGIAS DE CAMBIO PARA EL AÑO 2010)

LAS EMPRESAS QUE NO SINTONIZAN CON UN CAMBIO, QUE NO SE ADAPTAN Y RESPONDEN A EL, NO SOBREVIVEN, SE CONVIERTEN EN POSIBLES PRESAS DE EMPRESAS INNOVADORAS U ORGANIZACIONES MAYORES Y SE HUNDEN EN LA BANCARROTA O EN EL OLVIDO. LA VERDAD ES QUE CUALQUIER EMPRESA PUEDE LLEGAR A HUNDIRSE POR UN CAMBIO, SI EN EL PRESENTE NO TOMA MEDIDAS Y ACTUA CON ARREGLO A ESTAS PARA ASEGURARSE UN FUTURO POSITIVO.

LOS SIGUIENTES ELEMENTOS GENERADORES DEL CAMBIO LE ENSEÑAN A USTED COMO CONVERTIR UN CAMBIO EN UNA VENTAJA PARA PROSPERAR EN VEZ DE QUE SEA UNA AMENAZA; COMO PROSPERAR EN LUGAR DE SOLO SOBREVIVIR; COMO LLEGAR A TENER LA PREDISPOSICION DE LAS EMPRESAS Y EJECUTIVOS QUE TRIUNFAN EN VEZ DE LA VICTIMA Y MANTENERLA.

LOS ELEMENTOS GENERADORES DEL CAMBIO; UN DESAFIO

¿CUALES SON ESTOS ELEMENTOS? HE AQUI LOS NOMBRES:

- LA RAPIDEZ, DE ABASTECIMIENTO, DE CAMBIO
- LA COMODIDAD; PARA EL CLIENTE
- LOS CAMBIOS GENERACIONALES; ESTUDIO
- LA POSIBILIDAD DE ELECCIÓN; A MAS VARIEDAD, MAS VENTA
- EL ESTILO DE ELECCIÓN; DIFERENTES MEDIOS DE PROPORCIONARLO
- LOS DESCUENTOS; BONIFICACIONES, PAQUETES
- AUMENTAR LA CALIDAD DE SUS PRESTACIONES
- EL SERVICIO PERSONALIZADO
- UTILIZAR LA TECNOLOGIA MAS MODERNA; ACTUALIZACIONES
- LA CALIDAD; DEL PRODUCTO o DEL SERVICIO.

¿QUE SIGNIFICA ADMINISTRAR EL FUTURO?

LAS EMPRESAS QUE ADMINISTRAN EL PASADO VIVEN DE UN TIEMPO PRESTADO; LA RAZON DE ELLO SE RESUME EN UNA PALABRA: LA CLIENTELA. LAS EMPRESAS QUE ADMINISTRAN EL FUTURO HACEN CLIENTES LEALES DE MANERA CONSTANTE, CUANDO CAMBIA EL CLIENTE ELLOS CAMBIAN TAMBIEN; CONTINUAMENTE ESCUCHAN Y OBSERVAN A SUS USUARIOS, INTRODUCEN IDEAS NUEVAS, NUEVOS PRODUCTOS, NUEVOS SERVICIOS, NUEVOS SISTEMAS DE ENTREGA, NOVEDOSOS VALORES AGREGADOS Y NUEVAS IDEAS EN GENERAL DE MARKETING.

¡MUCHO EXITO !

FIN

BIBLIOGRAFIA

- MANUAL A.C.A.F.; 5a. REVISION; " EL INGENIERO EMPRESARIAL ". 2009.
- ATREVASE A SER LIDER; W. AVIS; NORMA 1998.
- PREPARANDO Y ANALIZANDO UN PLAN DE NEGOCIOS EFECTIVO; VIDEOS EBESA S.A.-2007
- CONTABILIDAD Y FINANZAS PARA INGENIEROS A.C.A.F. 3ª. EDICIÓN 2007.
- EL PROCESO DE VENTAS A.C.A.F. ; 3a REIMPRESION 2008.
- MANUAL ADMINISTRACION DE VENTAS; A.C.A.F. 1999; 4ª. REVISIÓN 2008.
- ADMINISTRACION DE RECURSOS HUMANOS; A. GALICIA; TRILLAS 1996.
- ¿YO EMPRESARIO ? R. W. TORRENCE; LERGIS 2005.
- MERCADEO DE SERVICIOS PROFESIONALES; W. STARH; LERGIS 2007.
- EL HOMBRE MAS RICO DE BABILONIA; EDICIONES CASTILLO 1996.
- LOS 10 ELEMENTOS GENERADORES DEL CAMBIO; TURNER; GRIJALBO 2009.

DERECHOS RESERVADOS A. C. A. F.

TEL: 5393-76-78.

DECDFI