



BUSINESS
MANAGEMENT

BM

COLECCIÓN BUSINESS MANAGEMENT

ACTITUD MENTAL POSITIVA

PARA EL **DESARROLLO EMPRESARIAL**

Desarrollando el espíritu emprendedor



ACTITUD MENTAL POSITIVA PARA EL DESARROLLO EMPRESARIAL

Autor: Richard Díaz Chuquipiondo

© Derecho de autor reservado

Empresa Editora Macro EIRL

© Derecho de edición, arte gráfico y diagramación reservados

Empresa Editora Macro EIRL

Edición a cargo de:

Empresa Editora Macro EIRL

Av. Paseo de la República N.° 5613, Miraflores

Lima, Perú

☎ (511) 719-9700

✉ ventas@editorialmacro.com

<http://www.editorialmacro.com>

Primera edición: Mayo 2013 - 1 000 ejemplares

Impresión

Talleres Gráficos de Empresa Editora Macro EIRL

Jr. San Agustín N.° 612-624, Surquillo

Lima, Perú

ISBN N.°978-612-304-109-0

Hecho el Depósito Legal en la Biblioteca Nacional del Perú N.° 2013-06685

Prohibida la reproducción parcial o total, por cualquier medio o método de este libro sin previa autorización de la Empresa Editora Macro EIRL.





Richard Díaz Chuquipiondo

Richard Díaz Chuquipiondo es un investigador del ámbito comercial que ha patentado la teoría del liderazgo comunicacional y ha desarrollado las teorías de las finanzas del conocimiento y la comunicación comercial.

Labora como asesor, consultor y coach en temas comerciales y *marketing*. Director del portal solucionesmkt.com; también ha sido catedrático en las universidades San Martín de Porres, César Vallejo y Federico Villarreal y es capacitador en ESAN.

En la campo ejecutivo, ha sido gerente de PDB & Asociados, Gerente administrativo de Consorcio Empresarial Mitsuyo SAC, Jefe de Marketing de la Corporación Jarcon del Perú SAC. En la actualidad, es representante de maquinarias brasileñas.

Como activista de la pequeña empresa, es presidente de la Asociación de Pequeños Empresarios de Lima (distrito de San Miguel). Ha asesorado a la Corporación de Medianas y Pequeñas Empresas del Perú (Coep) y la Federación Nacional de Asociaciones de la Pequeña y Microempresa del Perú.



Introducción

La presente publicación titulada *Actitud mental positiva para el desarrollo empresarial* tiene como objetivo brindar algunos alcances para desarrollar el liderazgo optimista en la actividad empresarial. Se explica cómo el carácter y la vocación del líder influyen en la actitud de sus colaboradores y en el éxito o fracaso de su propia empresa. Está dirigido al público en general.

En cuanto a su estructura, está compuesto por 5 capítulos donde se desarrollan temas relacionados al crecimiento personal, falsos conceptos y mitos de la empresarialidad; asimismo, se presentan diversos modelos empresariales aplicables al desarrollo de su empresa, algunas herramientas básicas de habilidades sociales, entre otros. Respecto a la metodología, se emplean algunos EJEMPLOS y se citan algunos ARTÍCULOS PERIODÍSTICOS que facilitan el aprendizaje del lector de una manera didáctica, clara y sencilla.

Se sabe que las empresas no son grandes o pequeñas según su infraestructura; sino que llegan a ser grandes o se quedan pequeñas en directa proporción según quien las dirige. De manera que si se desea que una empresa sea grande e importante, tendrá que estar dirigida por una gran persona, quien sea líder y modelo de vida para sus colaboradores.

Como las organizaciones están conformadas por personas, una empresa es una organización orientada al cambio. Por tanto, es la persona misma que debe empezar por el cambio, pues ella recrea su realidad y modifica el futuro de su empresa. Se sabe que nadie puede cambiar el pasado, pero sí puede modificar el presente y por ende el futuro; ya que el presente es una perspectiva del futuro. De modo que lo que se realice ahora, como elegir este libro, va a tener implicancias en su futuro.

Si bien un padre de familia no puede elegir las cualidades de sus hijos; un empresario sí puede determinar cómo es la mentalidad de sus colaboradores. Entonces, si ellos no trabajan correctamente, el responsable de contratarlos es quien debe ser el primero en ser evaluado y luego determinar qué hacer con sus colaboradores.

La mayoría afirma que el camino del empresario está lleno de problemas; sin embargo, esto es completamente falso. El camino del empresario, por el contrario, está lleno de soluciones porque si no las tuviera, no podría continuar siendo empresario; por esta razón, los empresarios tienen una actitud mental positiva porque comprenden que ser empresario les hace felices y ser empresario es encontrar soluciones y ejecutarlas acertadamente.

Algunas personas creen que tener una actitud mental positiva se limita a imponer lo que uno piensa. Por este motivo, muchos empresarios, en oposición de la idea de los demás, cierran contratos con poco margen de utilidad y al final quiebran; en otros casos, contratan a personas que son incapaces de tener un adecuado criterio y construir alternativas dentro de la empresa.

Tener una actitud mental positiva significa construir una empresa donde los colaboradores jamás piensen en retirarse, ofrezcan su máximo esfuerzo y contribuyan al desarrollo continuo de la empresa; es decir, un lugar donde los colaboradores encuentren la oportunidad de realizarse y estén dispuestos a ser mejores cada día.

Alguien que desea ser un gran empresario no puede soñar con sentarse al lado de sus empleados para tratar los temas de la empresa; sino que debe sentarse alrededor de sus colaboradores encargados de dirigir sus diversas empresas, que son parte de su gran empresa. Ser empresario de empresarios es el objetivo del emprendedor del siglo XXI. Así, por ejemplo, el caso de David Portes, un brasileño que convirtió 12 reales en 120 mil reales, pasó de vendedor de caramelos de una esquina a ser un gran empresario y un reconocido conferencista en temas de atención al cliente y marketing.

La vida es una oportunidad para quien desee progresar; pero para ello, las personas deben ser felices con lo que hacen todos los días. En esto consiste la mentalidad positiva.

No se puede asegurar que luego de leer este libro usted será un gran empresario; pero si sigue las indicaciones, será feliz todos los días dirigiendo su empresa y hará felices a sus clientes, feliz a su personal y, por supuesto, feliz a su familia. *Feliz no es aquel que hace lo que quiere; sino aquel que quiere lo que hace y orienta a los demás a encontrarse a sí mismos.*

ÍNDICE

ÍNDICE

CAPÍTULO 1: CRECER ES APRENDER A DESPEDIRSE

1.1. Aspectos generales	9
1.2. Vivir el mismo día, todos los días	11
1.2.1. Nadie puede llenar un vaso que ya está lleno	12
1.2.2. Pensamiento de los consumistas	14
1.2.3. Formas de despedirse de la mentalidad consumista	16
1.2.4. Formas de despedirse de la conducta equivocada.....	17
1.2.5. Despidase de su cómodo escritorio.....	19
1.3. Superar la personalidad consumista para alcanzar el triunfo	23
1.3.1. No se puede hacer	23
1.3.2. Eso es como querer que el cielo sea rosado.....	24
1.3.3. Quién te asegura que vas a ganar.....	24
1.3.4. Loro viejo no aprende a hablar.....	25
1.3.5. Eres muy joven para empezar.....	26
1.4. Lectura: Tengo prisa por comenzar	31
1.4.1. Análisis de la biografía de Madam C.J. Walker.....	35

CAPÍTULO 2: CONSTRUYENDO EL MODELO DE EMPRESARIO

2.1. De la experiencia al conocimiento	37
2.1.1. Construyendo el modelo de empresario	37
2.1.2. El motivo y el ser empresario.....	41
2.2. Los modelos empresariales y el éxito	58
2.2.1. Modelo Henry Ford.....	59
2.2.2. Modelo Horst Paulmann.....	59
2.2.3. Modelo Philip Knight	61
2.2.4. Modelo familia Añaños.....	64

CAPÍTULO 3: DE LA EXPERIENCIA AL CONOCIMIENTO

3.1. Aspectos generales	69
3.1.1. Antes de reestructurar la empresa tiene que reestructurarse el jefe.....	69
3.1.2. Si un cambio no significa explícitamente mejora, no lo realice	72
3.2. Liderar la experiencia del conocimiento	79
3.2.1. Formación de grupos.....	84

3.3. El líder no tiene amigos.....	88
3.3.1. Razones.....	89
3.4. No interesa tener la razón sino mantener el objetivo.....	91
3.4.1. Desmitificaciones sobre la razón y la emoción	92
3.4.2. Sugerencias.....	93
3.5. Tú preocúpate por ser mejor; yo, de tu bienestar.....	94

CAPITULO 4: LA FELICIDAD EN LO QUE SE HACE

4.1. Aspectos generales	103
4.2. Cómo pensar en forma positiva	106
4.2.1. Formas de calificar un problema	106
4.2.2. Técnicas para ser positivo	107
4.3. Optimista con realismo	109
4.4. Aprende a expresar bendiciones.....	113
4.5. Despidete y vive	116
4.6. Tener un propósito en la vida.....	119
4.7. Jugar con ganas	125
4.8. Lectura: La biografía de Roberto Goizueta, CEO de Coca Cola.....	130
4.8.1. Evaluación de la vida empresarial de Roberto Goizueta.....	133

CAPÍTULO 5: ENSEÑAR APRENDIENDO

5.1. Líder y guía	135
5.1.1. Principio del empresario: Ser justo	140
5.2. Profesión, profesionales y liderazgo empresarial.....	141
5.2.1. Flujograma del conocimiento	143
5.3. Saber el rendimiento de los colaboradores	144
5.3.1. Tipos de colaboradores.....	145
5.3.2. Tipos de empresas	146
5.4. Evolución de un emprendedor interno	149
5.4.1. De aprendiz a indispensable	149
5.4.2. Desarrollar las potencialidades del personal.....	149
5.5. El capitalismo según el egoísta.....	151
5.6. Lectura: El empresario formado en el cuerpo de marines de EE.UU.	156
5.6.1. Análisis.....	162

Crecer es aprender a despedirse

Una persona al encontrarse con un amigo empresario, le pregunta cómo va el negocio, éste le comenta que en breve lanzará un nuevo producto y despedirá a un personal indisciplinado. Cinco años después se vuelven a reunir y le comenta lo mismo. Pasado cinco años más, el amigo empresario le telefona para conocer si le puede conseguir trabajo.

1.1. ASPECTOS GENERALES

La mayoría de eventos de motivación promueven el cambio y realizan arenga de fortaleza; además presentan una serie de videos de personas que han podido superar situaciones muy difíciles y complicadas; palabras como: “usted puede”, “si otro ha podido, usted también podrá”; “vamos póngase de pie y grite con todas sus fuerzas me comprometo con el cambio”; pero, luego la alegría se diluye con los días.

Alrededor del 80% de los asistentes, no supera las 36 horas de entusiasmo; pronto volverán al estado anímico anterior. Muchos se preguntan qué pasó o por qué a otra persona le ha funcionado y a mí no. Hay algunos que se frustran; mientras que otros continúan asistiendo a los eventos con la finalidad de motivarse y poder cambiar sus vidas. Sin embargo, la motivación y el entusiasmo son completamente diferentes. Se estudiará cada una de ellas para poder entender qué pasa con quienes no logran el objetivo de cambiar.

Motivación, según la Real Academia de la Lengua Española, es el «ensayo mental preparatorio de una acción para animar o animarse a ejecutarla con interés y diligencia»; a partir de esto, se puede desarrollar el siguiente modelo:

- Determinar que lo primero a realizar, para iniciar el proceso de cambio, es tener un motivo claro, contundente y seguro.
- Infundirse vigor para fortalecerse y llegar a la parte final: la ejecución; la cual, debe ser realizado con interés y diligencia.

Este es el esquema del cambio. Por eso, la motivación como acción externa no existe; la motivación es un acto reflexivo, personal, individual, durante el cual el ser humano establece sus prioridades y luego requiere *fortalecer su voluntad*; pero como muchas personas han desarrollado un gran desgaste de energía, estableciendo el motivo de sus vidas; requieren de alguien, quien los anime a construir la realidad.

Al llevar esta teoría a la experiencia escolar, determine quienes triunfaron después de haber egresado; por regla general, es quien haya tenido el motivo para alcanzar el triunfo, un pobre que vino a cambiar su destino, el hijo de un profesional, quien tenía como objetivo continuar con la tradición, alguien que deseaba honrar a un familiar. Por cualquiera de estos motivos ser el primer alumno no garantiza el triunfo profesional y menos aún el de tipo personal.

El motivo no se puede compartir es como la felicidad. Se trata de una experiencia personal; aun cuando hayan participado en equipo y logrado el triunfo; cada uno lo sentirá de manera diferente; porque cada quien ha sido motivado de manera única, pero complementariamente; por eso conforman un equipo.

La mayoría de actividades de motivación de impacto, no generan modificación en la conducta; solo cumplen la noble misión de fortalecer y proporcionar energía. Si alguien llegase a una sesión de animación con fuertes motivos para cambiar; seguramente, cuando se retire del evento, hará realidad sus sueños; en cambio, si una persona llega sin motivo alguno, lo único que ganará será continuar haciendo lo que hace.


Si una persona tiene la dirección correcta y recibe entusiasmo, seguramente logrará sus objetivos; pero si está orientada en dirección incorrecta, el entusiasmo acelerará su caída, como se puede observar en la foto superior; porque luego de haber sido entusiasmada siente más fuerza para continuar por la misma ruta.

El presente libro pretende ayudar al lector a iniciar su proceso de cambio; el cual, como es obvio, debe iniciarse con una despedida. La razón de la despedida se debe a lo siguiente:

- Porque la mayoría de los problemas provienen de situaciones frustrantes, que se han convertido en un modelo de pensamiento; entonces todos los días con diferentes personas revivirá la misma emoción negativa.
- Porque si un día tuvo éxito; entonces se repitió el procedimiento hasta el día que se declara en quiebra; porque todo tiene su tiempo y el hacer algo fuera de tiempo, genera pérdida.
- Porque los colaboradores hacen lo que el líder les dice; pero aún así no logran consolidar la empresa, en este caso hay liderazgo; pero el líder está equivocado.

Cada despedida es el inicio del emprendimiento de una nueva etapa en la vida. El crecer implica necesariamente dejar una época para iniciar otra. Cuando una persona se aferra a un momento de su vida está bloqueando su crecimiento y el de su empresa; esto es el reflejo de un trauma o un prejuicio que se ha convertido en impedimento para el desarrollo.

Existen empresarios que tienen el **síndrome de Peter Pan**; es decir, tienen todas las condiciones externas para convertir su organización en una gran empresa; sin embargo, su miedo no le permite construir una gran empresa; porque ser pequeños es parte de su conducta y para aprender a ser grandes hay que despedirse de las viejas costumbres.



«Síndrome de Peter Pan: El miedo a ser GRAN empresario

“La empresa es grande o pequeña por el ser humano quien la dirige”

Hoy mismo cientos de empresas cerrarán, no porque tengan un mal producto o porque carezcan de demanda. Las empresas se cerrarán; porque quienes las dirigen sienten que es imposible manejarlas.

Algunas actitudes frecuentes de los empresarios que tienen miedo a crecer es por ejemplo negarse a pagar algunas fotocopias, que se requieren para cumplir con el expediente para una licitación.

Y otros les dicen a los vendedores, con los que hacen muchos negocios, “no me gusta tu mentalidad”.

La verdad es que muchos emprendedores TIENEN MIEDO A CRECER, porque para manejar el crecimiento hay que reconocer nuestras debilidades.



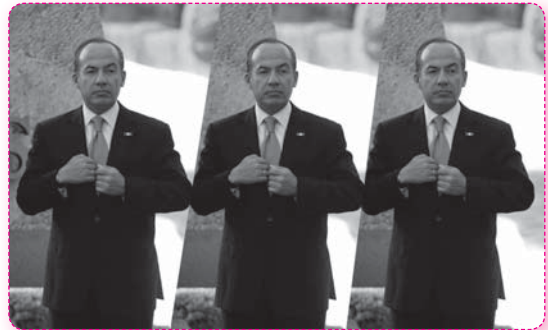
Si usted es empresario y quiere realmente ser grande; pero esta (sic) atravesando un momento lleno de conflictos internos que no le permiten alcanzar su objetivo de convertirse en gran empresario. Lo primero es reconocer que usted tiene miedo a crecer; luego busquemos el motivo de este miedo [...]».

Richard Díaz Chuquipiendo

Fuente: <http://limanorte.wordpress.com>

1.2. VIVIR EL MISMO DÍA, TODOS LOS DÍAS

Donald Jonh Trump es un multimillonario norteamericano, de quien se dice a compartido su mayor secreto: *Think big* (piensa en grande). En la actualidad, muchas personas repiten la expresión como lema; cuando en realidad es un proceso que se inicia con la despedida, tal como se va a demostrar en este apartado.



Se conversó durante cinco días con empresarios peruanos (Perú es considerado, por el portal Latin Business Chronicle, como uno de los países con mayor tasa de emprendedores en el 2012) sobre cómo son los grandes empresarios. Las conclusiones de este conjunto de entrevistas fueron las siguientes:

- Más del 96%, no tienen idea de lo que hace un gran empresario; es decir, carecen del modelo de gran empresario.
- Cuando piensan en grande, simplemente se trata de ellos mismos y en mayor proporción. Esto significa tener los mismos problemas, pero en tamaño superior.
- La mayoría han emprendido su negocio con la finalidad de poder mantener a su familia. Su crecimiento se debe a las fuerzas del mercado y no a la capacidad personal.

En conclusión; nadie puede ser grande, si no tiene el modelo de cómo serlo, así por ejemplo: Carlos Slim tuvo como modelo a su padre. Por su parte, Bill Gates recibió un millón de dólares americanos para iniciar su negocio.

Sin embargo, hay personajes sorprendentes que de pronto se hacen millonarios como **James Harris Simons**, un profesor universitario de matemáticas, quien ganó el importante Premio Oswald Veblen en Geometría. En 1974, publicó su teoría denominada «formas características e invariantes geométricas». Cuatro años después, renuncia a su cátedra y, en 1982, forma la empresa Renaissance Technologies Corporation, que cuenta actualmente con US\$15 mil millones en activos, aproximadamente.

Sobre el éxito de un profesor universitario en un campo diferente, el The Wall Street Journal (01/07/2005) publicó: “Es sorprendente ver como un matemático de gran éxito logra el éxito en otro campo”, dice Edward Witten, profesor de Física en el Instituto de Estudios Avanzados en Princeton, NJ, y considerado por muchos de sus compañeros como el físico teórico más logrado. Al respecto, Ray Kroc escribió en su autobiografía lo siguiente:

“Al volver a Chicago ese día fatídico de 1954, llevaba en el portafolio un contrato recién firmado por los hermanos McDonald. Yo era un veterano cubierto de cicatrices, secuelas de la guerra de los negocios y, sin embargo, estaba impaciente por entrar en acción. Tenía 52 años, era diabético y sufría de principios de artritis. En campañas anteriores había perdido mi vesícula biliar y la mayor parte de la glándula tiroides. Pero estaba convencido de que todavía tenía por delante los mejores años de mi vida.”

Algunos multimillonarios empezaron su fortuna desde muy jóvenes, como es el caso de Carlos Slim y David Rockefeller; porque tuvieron el modelo en los primeros años de su vida; otros, en cambio, fueron desarrollando el modelo a través de largo años y cuando se dio la oportunidad, entonces empezaron a llegar los millones, frutos de la perseverancia para modificar su modelo mental y del conocimiento, como son los casos de James Harris Simons y Ray Kroc.

Al llegar a este punto, muchas personas querrán comenzar a cambiar su modelo; lo único que se les pide es paciencia; porque cambiar la programación mental no es de un momento a otro. Existe un procedimiento; el cual debe ser ejecutado con precisión y seguridad, de otra manera nada positivo se conseguirá.

1.2.1. NADIE PUEDE LLENAR UN VASO QUE YA ESTÁ LLENO



Esto es casualmente lo que sucede cuando se desea construir un modelo, en un espacio ocupado por otro; como en un espacio solo puede albergar un modelo. La primera tarea a realizar es limpiar el cerebro para empezar la tarea de la construcción. El cerebro está lleno de prejuicios, suposiciones, arquetipos, estereotipos dados por la sociedad de consumo durante años; porque se ha predispuesto para ser consumidores. En casa, se sienta a la mesa para comentar sobre sus experiencias de consumo. Esto quiere decir que su cerebro tiene el modelo de consumidor y, para ser empresario, este modelo debe ser eliminado.

A. Primer acto

Reconocer que se está programado para ser consumidores y mientras no se reconozca esto, el cerebro jamás va a responder como empresario. Las ideas, las propuestas y las acciones van a estar en sentido opuesto al desarrollo empresarial; por tal motivo, cuando alguien emprende un negocio para subsistir, se conformará al obtener el dinero suficiente.

B. Segundo acto

Un persona no puede correr, sin pasar antes por la etapa de gateo. De la misma manera, la persona debe ir eliminando su programación de consumidor todos los días; similarmente, como cuando un adicto, elimina de su cuerpo la droga que le hace daño.

Relato de un profesor de marketing

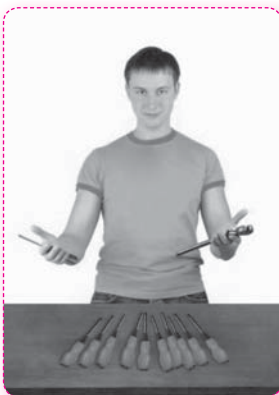
Durante una clase de Marketing estratégico, les pedí a todos los alumnos que pensarán detalladamente sobre las respuestas de una práctica, en torno a cómo tomar decisiones de mercado. No deseo leer opiniones –expliqué– porque las opiniones son expresiones emocionales; las cuales, carecen de valor objetivo.

Al día siguiente de la práctica, los resultados habían sido desastrosos para el 99% de los alumnos. En esa situación, llena de conflictos una señorita se levantó para solicitarme que le permitiera leer el párrafo de un libro; el cual, decía algo así: “los empresarios deben confiar en sus opiniones y, de esta manera, sus decisiones serán mucho más fuertes y constantes”. Todo el salón aplaudió la intervención, de pronto desde el fondo se escuchó a un joven decir “hay que volver a dar la práctica”.

Con la actitud más seria posible, me dirigí al salón de la siguiente manera: “Tiene usted toda la razón, los empresarios toman mejores decisiones con el inconsciente; pero aquí en este salón no hay empresarios; sino consumidores y permitirles tomar decisiones con su inconsciente en la mayoría de los casos les llevará a la ruina”.

La única alumna aprobada seguramente es alguien cuyos padres tienen algún puesto de abarrotos y al parecer ha sido criada en este ambiente. Su opinión es valedera porque expresa el instinto empresarial; mientras, los demás tienen el instinto del comprador; algo que no pude calificarse como bueno o malo; sino sencillamente de improcedente; porque quien desea tomar decisiones de marketing estratégico debe hacerlo desde la visión amplia del empresario.

Para que un emprendedor o asesor de marketing pueda ser rápido y efectivo debe tener el instinto del empresario; el cual, contempla y relaciona el instinto del consumidor con su objetivo. De otra manera, no servirá de mucho; es posible que pueda ganar algo de dinero; pero si mantiene su postura pronto se evidenciará el fracaso.



Los consumistas viven todos los días el mismo día; para ellos, el motivo de sus vidas es comprar y cuanto más puedan comprar mejor se sienten. Muchas veces ni siquiera les complace el objeto comprado; lo hacen por sentir la “felicidad de la acción de compra”; lo que les motiva es el momento de la transacción.

Muchas amas de casa y algunos padres de familia tienen en sus viviendas 3, 4 y hasta diez objetos similares. Ante esto ¿cuál es el motivo de gastar su dinero en comprar algo que ya tienen? Por algo muy sencillo, estas personas experimentan placer al realizar compras. Muchos vendedores de pequeños objetos tienen una expresión común “llévese algo”; esto lo dicen con la finalidad de encender el impulso por la compra.

La mayoría de personas han sobrevalorado el acto de comprar y han desarrollado respecto a él un sentimiento de gozo; indudablemente, siente un tremendo placer cuando lo hacen y esto por otra parte genera dolor, decepción, tristeza, depresión al no poder adquirir un bien o servicio.

Algunas personas son indiferentes a que una compra sea ejecutada por necesidad o no, esto es una sintomatología. Hay quienes incluso sienten incomodidad cuando deben comprar por necesidad; porque dentro de su mecanismo psicológico: el ser humano debe comprar por deseo y las compras por necesidad no generan placer; por ejemplo, cuando alguien va a comprar libros para la universidad; pero termina comprando un pantalón nuevo.

Si el lector se siente incómodo con lo que se está expresando acerca de los consumistas; es porque, obviamente, se está sintiendo afectado y esto es correcto. Darse cuenta de esta sensación permite empezar a desterrar la mentalidad de consumista y a ser libres para construir la mentalidad empresarial.

1.2.2. PENSAMIENTO DE LOS CONSUMISTAS

A. La plata se ha hecho para gastar

Esta no es una simple expresión; si no una filosofía para quienes viven para comprar. Al respecto, hace algún tiempo unas personas visitaron una empresa; siendo atendidos por un hombre cortés; pero, humildemente vestido, como el precio era bastante atractivo volvieron a comprar varias veces y, en todas ellas, les daban propina a unos niños que estaban dentro de la planta de producción.



Una tarde llegaron y se encontraron con un joven; ellos preguntaron por el hombre mayor; este no se encontraba, pero igual decidieron comprar. Antes de irse insistieron en preguntar sobre el paradero del señor, el joven les dijo entonces: “mi tío se ha ido a cobrar a todos los inquilinos de la cuadra”. Días después, se enteraron que el señor del humilde traje era el dueño de 25 mil metros cuadrados y que los pequeños eran sus hijos, quienes trabajaban luego de regresar de la escuela.

La mujer comentó durante más de un mes “con toda la plata que tiene ese hombre, yo me habría comprado casas, autos; enviaría a mis hijos a los mejores colegios. Cómo es posible que haya gente que no le importe vivir bien y a sus hijos pequeños los explote. Si así es con sus hijos, cómo será con sus trabajadores”.

Para las familias que les gusta comprar, el trabajo no es el fin de su vida; sino el medio para comprar más; por eso, dicen que hay que conseguir un mejor trabajo, porque su motivo es comprar. Un empresario disfruta todos los días de hacer negocios; muchas veces de maneras diferentes; porque el placer no está en el dinero, sino en el negocio mismo.



B. Qué bonito es comprar como los ricos

El consumista envidia al rico, porque supuestamente no tiene límite para gastar. Sin embargo, generalmente el empresario millonario pasa la mayor parte de su tiempo haciendo lo que más le agrada hacer los negocios; entonces, las compras las realiza de manera rápida porque no tiene tiempo para este tipo de actividades.

A la mayoría de consumistas, no les agrada ser empresarios; porque ellos ni siquiera piensan en esta vida. Ellos, en realidad, solo les agrada tener dinero para gastarlo; por eso, el mayor sueño es ganarse la lotería y vivir sin responsabilidades; que es todo lo opuesto a ser empresario, quien asume compromisos.

Cuando alguien se revela a la conducta consumista, se revela contra sí mismo, contra su familia y contra la sociedad; por eso, cuando se estudia la historia de grandes empresarios, casi todos tienen antecedentes familiares de negocios que no quiere decir empresarios; sino que la mentalidad de una familia ha ido cambiando de poco a poco hasta que uno de ellos desarrolló la gran transformación.

El hijo de un vendedor ambulante, el hermano de un pequeño tendero, el sobrino de un vendedor de puerta en puerta pueden asegurar no haber recibido ningún capital; pero esto es completamente falso; porque el conocimiento y la orientación de la conducta es también un capital, que requiere un emprendedor para orientar su vida empresarial. En algunos casos, se logra un mentor quien hace posible potenciar sus habilidades empresariales. A continuación, se presenta un artículo sobre Carlos Slim y la austeridad.

«El hombre más rico del planeta tiene como secreto un austero estilo de vida»

MÉXICO — Especie de 'Rey Midas', el mexicano Carlos Slim, se fijó un salario mensual de 24.000 dólares y hace gala de un austero estilo de vida que se refleja su forma de vestir y en los autos tipo 'suburban' en los que viaja, según una biografía autorizada publicada esta semana.



“A diferencia de los aristócratas o de los hombres del jet set o de las monarquías, es una persona sumamente sencilla”, señala a la AFP José Martínez, autor de *Carlos Slim, retrato inédito*, en el que intenta explicar cómo éste (sic) hijo de emigrantes libaneses logró a sus 70 años desbancar a Bill Gates en la lista Forbes en el primer lugar de las personas más ricas del mundo.

Slim, resume Martínez, es un empresario "nacionalista", que tiene como una de sus máximas "nunca hacer negocios con políticos" y un estilo de vida que nunca traiciona sus preceptos: "Es alérgico a la publicidad y lleva una vida frugal que raya más en la modestia que en la sobriedad".

Quinto de seis hermanos –tres hombres y tres mujeres–, Slim nació el 28 de enero de 1940 en la Ciudad de México en una familia acomodada de comerciantes.

Su trayectoria empresarial, que inició a los 10 años con la venta de dulces y refrescos a su familia, ha estado marcado (sic) por un estilo basado en hacer inversiones en negocios en crisis y reconvertirlos.

En 1990, por ejemplo, compró al gobierno Teléfonos de México, con un valor entonces de 1.100 millones de dólares que logró multiplicar hasta los 20.000 millones de dólares que vale actualmente.



A partir de allí, construyó un imperio en el sector de telecomunicaciones, cuya estrella es la compañía de telefonía celular América Móvil, que opera en 18 países, tiene 200 millones de clientes y representa el 31% de la fortuna de Slim, la cual, según Forbes, asciende a 53.000 millones de dólares.

Si Slim ha logrado convertirse en el hombre más rico del mundo es gracias a “la expansión que hace en Latinoamérica con América Móvil”, dice su biógrafo.

Esa compañía ha realizado inversiones por más de 60.000 millones de dólares en América Latina en los últimos 10 años.

Siguió demostrando su pasión por los negocios en crisis el año pasado al anunciar la compra de un paquete de acciones del diario estadounidense The New York Times.

Esa transacción lo convirtió en el segundo socio del consorcio mediático, sin embargo “no tiene derecho a voz ni voto, él lo hizo como una forma de apoyo para el periódico, que sigue en crisis, y su intención es revenderlas, pero hasta el momento el grupo no se ha recuperado de su crisis”, añade el autor.

“Todo eso lo ha hecho un hombre que se ha fijado un saldo de 24.000 dólares al mes y que al mismo tiempo controla entre el 30 y 40% de la Bolsa Mexicana de Valores”, dice el autor que ha pasado incontables horas de la última década con Slim, quien hasta hace poco usaba un reloj de plástico».

Jennifer González (AFP) – 15/07/2010

Fuente: http://www.google.com/hostednews/afp/article/ALeqM5h_xTxKShvP6s7ZWxh8d3Y_6Lhr1g

Lo que le impide a un empresario tener una actitud positiva es no haber cancelado su mentalidad de consumista; es decir, que a pesar de tener una empresa continúa pensando en “dedicar su dinero” a comprar otra casa o nuevos autos. Este tipo de personas es fácil de reconocer; ya que suponen y manejan el dinero de la empresa, como si fuera su sueldo.

1.2.3. FORMAS DE DESPEDIRSE DE LA MENTALIDAD CONSUMISTA

A. Eliminar todas sus inscripciones a revistas de consumo

Algo que está constantemente motivando el consumo es ver cómo lucen las prendas. No malgaste su tiempo en pronosticar sus compras; porque, cuando llegue su personal para solicitarle su posición respecto a una actividad laboral, de seguro que usted contestará de mala gana. El motivo es simple: interrumpieron su compra.

B. No ir los fines de semana al centro comercial

Lo peor que puede hacer un empresario es participar en los espectáculos de compra. Lleve a su familia a un lugar donde haya mucho oxígeno y diviértanse.

El día de compras debe ser un día de la semana, cuando haya la menor cantidad posible de personas.

C. Comprar objetos para superar situaciones complicadas

El consumista ha establecido una nueva forma de pensamiento “me voy a engreír”. El empresario no puede seguir este concepto de vida; porque esa idea ha tomado la decisión de dirigir su vida y quien dirige su vida no puede pasarla mal. Si hoy no concretó una oportunidad de negocios, busque diez; si su personal está discutiendo, usted no está liderando su empresa. En lugar de comprar algo para olvidar el día, estudie el motivo para que nunca más le vuelva a suceder.

D. No aceptar amistades consumistas

Existen millones de personas quienes siempre están a la expectativa de salir con el amigo(a) con dinero. El objetivo es simplemente hacerle gastar. Un empresario es una persona que ha decidido autorrealizarse haciendo negocios, motivo por el cual jamás puede estar incómodo con lo que hace, solo cansado; porque su labor fundamental es crear soluciones.

1.2.4. FORMAS DE DESPEDIARSE DE LA CONDUCTA EQUIVOCA

Durante la escuela, los profesores repiten que los seres humanos somos iguales; sin embargo, cuando uno ingresa a un lugar o camina, se da cuenta que hay personas que reciben mayores preferencias y hay quienes corren más rápido, incluso responden de manera distinta.

Sobre la base de la experiencia cotidiana, los seres humanos somos diferentes; pero casualmente esa diferencia es importante, porque nos hace únicos. Es a partir de aceptar de esa exclusividad; que uno debe perfeccionarse; por lo general, las personas tratan siempre de realizar correcciones cosméticas; es decir, corrigen la parte externa. Es por este tipo de elecciones que no alcanzan a construir sus propios objetivos.

Un día le pregunté a una excelente profesional ¿cómo estaba creciendo su primer hijo? A lo que contestó que estaba en perfecto estado. Entonces, su compañero de trabajo hizo el siguiente comentario: “que bien, seguramente tú no permites que los familiares lo estén besando”. Ella dio un saltó de su sillón y confesó “mira amigo, la psicología es para la oficina, con mi hijo soy mamá”. Como se observa, uno de los graves errores es limitar la práctica profesional al horario laboral; pero hay algo que tiene una mayor incidencia en las equivocaciones es el no conocer los complejos que están alojados en el inconsciente.

«Carl Gustav Jung: Los complejos y el inconsciente

El inconsciente, en cambio, es un estado constante, duradero, que, en su esencia, se perpetúa semejante a sí mismo; su continuidad es estable, cosa que no se puede pretender del consciente. A veces la actividad consciente cae en cierto modo por debajo de cero y desaparece en el inconsciente, donde continúa bajo forma de actividad inconsciente.





Cuando nuestra conciencia presenta su nivel habitual o incluso cuando alcanza una agudeza particular, el inconsciente no por ello deja de proseguir su actividad, es decir, su sueño perpetuo. Mientras escuchamos, hablamos o leemos, nuestro inconsciente continúa funcionando, aunque no percibamos nada. Con la ayuda de métodos apropiados se puede demostrar que el inconsciente teje perpetuamente un vasto sueño que, imperturbable, sigue su camino por debajo de la conciencia, emergiendo a veces durante la noche en un sueño o causando durante la jornada singulares y pequeñas perturbaciones. Ciertas personas, dotadas de una poderosa intuición y de la facultad de percibir sus procesos interiores, o al menos de presentirlos, cuentan que pueden también observar fragmentos de tal sueño en estado de vigilia, bajo forma de ideas repentinas, de imaginaciones, ínfimas parcelas que no consienten que se las restablezca en su conjunto continuo; se puede mostrar que estas briznas se revelan durante la vida diurna por síntomas, perturbaciones del lenguaje, actos fallidos y que todas estas perturbaciones tienen entre sí secretas relaciones, a manera de raíces subterráneas entrelazadas».

Fuente: <http://www.robertexto.com/archivo9/jung2.htm>

El modelo de consumista genera una serie de complejos, temores, miedos que impiden a muchos seres humanos alcanzar su autorrealización. Si usted le pide a un niño de 4 años, “acompañame a la esquina para vender algunos refrescos y luego te compro un helado”; seguramente el niño irá contento, incluso él gritará con todas sus fuerzas, llamando la atención de los potenciales clientes; otros, en cambio, se mostrarán un poco cautos, pero serán felices estando en la calle. Años después, los adolescentes empezarán a experimentar un sentimiento de superioridad a la hora de comprar. Se expresarán de la siguiente manera “me siento mejor comprando”, “me gustaría ser empresario, pero la tarea de las ventas se lo delegaré a otra persona”. Es así como se conforman las conductas.

El inconsciente como dice en la lectura «es un estado constante, duradero, que, en su esencia, se perpetúa semejante a sí mismo; su continuidad es estable, cosa que no se puede pretender del consciente». Esto significa que el inconsciente brota, sobre todo cuando se actúa rápidamente.

Hay personas quienes dicen: A mí no me gusta vender; pero lo hacen perfectamente. Otros en cambio dicen: Soy buen vendedor, pero no tienen la calidad ni la estrategia adecuada. Para ser empresario, es fundamental tener un alto sentido comercial que incluya la dirección de las ventas; pues allí radica la diferencia entre tener un buen producto y ser millonario.

Bill Gates se hizo multimillonario, porque convirtió en franquicia su modelo operativo, cuando existía una gran demanda potencial. Cabe señalar que las estrategias de negocios son válidas en ciertas circunstancias. Por ende, uno de los mayores obstáculos de una persona que desee ser empresario es su obstinado complejo por continuar siendo consumista.

Tener el talento comercial no es igual a ser vendedor; pero cuando la organización, de una empresa es pequeña, el emprendedor debe ser multifuncional y quien conoce mejor su producto es necesariamente el propio fundador y si este no se arriesga y dirige el negocio, lo más probable es que la empresa quiebre. Existen excepciones notables en el desarrollo de las empresas; como cuando el fundador es un notable inventor y el beneficio está tan visible que hasta una persona con poco talento en ventas puede facturar cantidades excepcionales. Pero estos casos son mínimos; por ese motivo no se realizará más comentarios al respecto.

“Yo solo sé fabricar. No tengo talento comercial” estas palabras son el mayor complejo de muchas personas, quienes no han superado aún el modelo de consumistas pero desean ser grandes empresarios. El pequeño empresario debe ser el estado de su empresa y no ser su conducta; por tanto, *despídase de su miedo a no salir a ganar mercado.*

La comercialización está asociada a la cacería, a salir, a reconocer el territorio y a marcar el espacio vital. Muchas personas tienen un gran temor de salir a la conquista. Este miedo se debe generalmente a algo biológico y en otros casos al estado psicológico.



Suponga que a un niño con temperamento medio bajo (el obediente de la casa), la madre le dice “cuidado, afuera te pueden pasar muchas cosas malas. Mira bien por dónde andas”. Cuando una persona no tiene mucha fuerza para salir adelante y recibe órdenes para quedarse donde está, entonces no se moverá.

El ser humano tiene que aprender a ser rebelde, porque es la rebeldía la que permite dejar de estar sentados y emprender; pero la rebeldía no es sinónimo de malcriadez. Cuando las personas no han recibido una correcta orientación al respecto, entonces lo más probable es que terminen perjudicando sus propias vidas.

Albert Einstein e Isaac Newton fueron dos rebeldes en el campo de la Física. Si ellos no se hubiesen rebelado, tal vez otros lo habrían hecho; pero ellos lo hicieron. En el campo empresarial están Amancio Ortega y Madam C.J. Walker, empresarios hecho por sí mismo.



Este es el tipo de rebeldía que genera admiración, grandes dividendos y cientos de millones de personas agradecidas; porque no solo se agradece por su buen producto o excelente servicio; sino también porque sirven de inspiración.

1.2.5. DESPÍDASE DE SU CÓMODO ESCRITORIO

Una innumerable cantidad de profesionales y personal dependiente considera el momento en que le notifican la asignación de una oficina, como un acontecimiento importante en sus vidas. Esto se debe a una necesidad psicológica que se denomina **pertenencia**.



Quien desea ser empresario no tiene la necesidad de pertenencia, este tipo de personas no desean ser parte de un grupo; sino dirigirlo. Entonces, los escritorios y las oficinas no deberían ser el lugar del empresario o el emprendedor.

Por eso, cuando personas ajenas al mundo empresarial leen que un millonario ofrece una gran fiesta o que se pasa el día jugando golf dicen "eso es vida"; pero en realidad todas las actividades exteriores de un

empresario están destinadas a sus objetivos. Para alcanzar este nivel de objetividad, hay que ir aprendiendo lo siguiente:

Una persona quien ha sido consumista y desea ser empresario debe despedirse de algunos hábitos opuestos a su interés actual.

- *Dejar la oficina debe ser algo de suma importancia* y, por otro lado, debe aprender a saber qué hacer con su tiempo libre cuando esté caminando fuera de la oficina.
- *Visite personalmente a los clientes*: Preséntese donde ellos, deles a conocer su interés de saber sus necesidades. Para muchos micro y pequeños empresarios, la visita del líder de la empresa puede ser la diferencia entre comprar su producto o adquirir el de la competencia: "Yo conocí al dueño. Es un hombre humilde, incluso él mismo me enseñó cómo debo hacer la mezcla".



«J. Willard Marriott

Marriott respiraba, comía, vivía y soñaba con su negocio. Incluso cuando su hijo mayor, J. Willard "Bill" Marriott, Jr., se hizo cargo de la mayoría de las principales responsabilidades después de ser nombrado director general de la compañía en 1972, el fundador no podía decidirse a retirarse.

Como Director Ejecutivo, era muy práctico y disfrutaba de visitar las franquicias de Marriott, ubicados en los lugares lejanos; así como pasar tiempo con las filas crecientes de los asociados que -ante sus ojos- era el secreto del éxito de su empresa: "Cuida a tus empleados y van a cuidar de sus clientes", aconsejaba constantemente a sus gerentes, expresando así una profunda creencia de seguir siendo la piedra angular de la cultura de la empresa».

Fuente traducida de: <http://www.marriott.com>

- *Invítelos a conversar sobre sus aspiraciones y objetivos*: Tener el contacto con los clientes es importante en el desarrollo de los productos y el servicio; por esta razón, en lugar de solamente pensar venderles algo hay que escucharlos (no solo léalo, practíquelo).

- *Acompañe a sus vendedores, a su personal de atención al cliente y a sus gerentes:* Ellos están cerca del cliente y si ellos actúan equivocadamente, entonces de nada servirán sus buenas ideas. Recuerde que las conversaciones tienen niveles de degradación.; así, cuando por fin llegan a los vendedores, estos pueden tener una idea diferente a la que usted había planificado como líder. Se dice que la gestión comercial tiene analogía con la guerra, entonces tome el siguiente ejemplo:

«Julio César

En el caso de Julio César, sus logros militares estuvieron encaminados en todo momento a conseguir el máximo poder para sí mismo en Roma. Las claves de su éxito estaban en su extraordinario valor personal, que en determinadas ocasiones le llevó a arriesgar su propia vida; en su especial relación con sus soldados, que se mostraron siempre dispuestos a seguirlo hasta la muerte, en su ambición y en su deseo de llevar a cabo las acciones que nunca nadie había realizado antes, y en su habilidad para mezclar sabiamente la crueldad y la clemencia según lo requiriesen las circunstancias».



Fuente: <http://www.mundohistoria.org>

- *Realice constantes análisis comparativos de sus productos/servicios:* Incluso de los locales y ambientes de la competencia y de aquellos que no son competencia; ya que pueden ayudarle a construir fortalezas. Esto se llama hoy *benchmarking* o *marketing comparativo*.

J. Willard Marriott utilizó los estudios comparativos para implementar algunas propuestas de empresas de otros sectores, para brindar un mejor servicio en sus locales de comida rápida –todavía no ingresaba a los hoteles– de allí, es posible que hayan surgido ideas como la atención al auto, que eran ofrecidas en los autocines.



Otro ejemplo, en el campo de la política y vida militar, fue el caso del zar Pedro el Grande de Rusia quien viajaba por Europa estudiando la arquitectura de las diversas ciudades para luego replicarlas a su manera en Rusia. No conforme con eso, se inscribió como aprendiz de carpintero en un astillero, para aprender la construcción de poderosas naves.

El empresario no puede quedarse en su asiento ni puede ser feliz por tener un escritorio. La felicidad está en el constante movimiento, en la observación para aprender y aprobar como se aplica. Muchos empresarios no tienen estudios, son muy pocos o no saben cómo se denomina lo que hacen, pero lo realizan exitosamente. Para el empresario, el instinto comercial está en su inconsciente: primero práctica y luego sus asesores le dan a conocer el nombre de la táctica.



Para que una persona tenga una actitud positiva, debe ser feliz haciendo lo que hace y lo que es. Un empresario como se mencionó anteriormente es feliz siendo líder de su desarrollo y director del crecimiento de su empresa; por tanto, jamás podrá ser feliz como empresario, alguien quien ya es feliz siendo consumista; por este motivo, debe de despedirse del modelo consumista de la conducta. A continuación, se presenta la historia de un hombre que no necesitaba saber cómo se denominaban las técnicas comerciales, porque él sencillamente las realizaba.

« Amancio Ortega, el hombre observador que soñó con vestir al mundo

Hablamos con David Martínez, autor de la biografía no autorizada, en la que ahonda en la personalidad del artífice del imperio Inditex y su ambición por liderar la moda global.

El 15 de mayo de 1975 Amancio Ortega (León, 1936) inauguraba la primera tienda Zara en A Coruña. Lo hacía a tan sólo (sic) 200 metros de la camisería Gala, el comercio en el que trabajó como 'chico de los recados' cuando apenas tenía 14 años. ¿Casualidad o golpe de efecto? La simbología que esconde el nacimiento del imperio Inditex no es una cuestión baladí. Ortega, hijo de un ferroviario vallisoletano afincado en León, dejó los estudios con apenas 12 años y se juró, a lo Scarlett O'Hara, que su familia nunca volvería a pasar hambre. Una promesa nacida de la impotencia que le provocó saber que a su madre ya no le fiaban en el (sic) ultramarinos.

Desde que entonó esa máxima, Ortega pasó de chico de los recados, a comercial de la empresa de confección La Maja, donde conoció a su ex mujer, Rosalía Mera, y empezó el germen de Zara. El éxito de las batas acolchadas de guata que la pareja cosía mano a mano por las noches, en sus ratos libres, permitió que junto a sus hermanos, una cuñada y el empresario fundador de Caramelo (José Antonio Caramelo) hiciesen despegar en 1972 a Goa Confecciones (las iniciales de Amancio Ortega Gaona al revés). Cuarenta años después, Ortega ha conseguido amasar una fortuna de 40.740 millones –sin contar un divorcio de coste estratosférico–, tener a más de 100.000 empleados en nómina y haber erigido más de 5.000 tiendas de sus marcas a lo ancho del planeta.



Con antecedentes dignos de un 'biopic' *made in Hollywood*, diseccionar qué esconde la personalidad del hombre más rico de España –quinto en el ranking global de millonarios de Forbes– es una aventura a la que pocos tienen acceso.



El secretismo hermético que acompaña al ideólogo de Inditex es una constante desde que empezó su carrera. Jamás ha concedido una entrevista y es tan celoso de su intimidad que hasta el día de la boda de su hija Marta, intentó por todos los medios no aparecer en la celebérrima foto del coche nupcial.

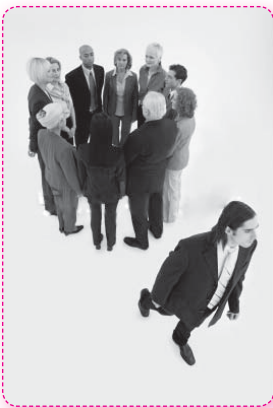
“Es un hombre de costumbres simples: le gusta la buena mesa, tomarse el café en el bar del pueblo y, a excepción de la hípica o una pequeña pasión por los coches, no tiene ninguna extravagancia especial”, cuenta el periodista David Martínez, que ha pasado el último año y medio investigando sobre “cómo un hombre desconfiado de la fama y de origen humilde consigue levantar una empresa de éxito de la misma nada”. Un trabajo que ha supuesto visitar y acercarse a los conocidos de todos los rincones en los que Ortega vivió (desde su infancia en León a su establecimiento en Galicia), entrevistar a miembros del consejo de Inditex, visitar las instalaciones de Arteixo y hasta tener dos conversaciones “informales” con el mismísimo “Don Ortega”. Un trabajo que se ha materializado en la biografía no autorizada “Zara, visión y estrategia de Amancio Ortega”, editada por Conecta».

Noelia Ramírez 06.11.12

Diario El País (España)

Fuente: <http://smoda.elpais.com>

1.3. SUPERAR LA PERSONALIDAD CONSUMISTA PARA ALCANZAR EL TRIUNFO



Aléjate de las personas que tratan de menospreciar tus ambiciones. La gente pequeña siempre hace eso, pero los verdaderamente grandes te hacen sentir que tú también puedes ser grande. (Mark Twain).

Cuando se pretende ser el primer empresario de una familia, es posible que su entorno se muestre negativo. No porque sean malas personas; sino que muchos de ellos tienen, incluso, buenas intenciones, pero son incapaces de ver cómo usted percibe el mundo; además las personas cuentan con diferentes fortalezas y ellos deben ser débiles en aquello que usted es fuerte.

Se estudiará las expresiones más frecuentes de quienes opinan en posición opuesta al emprendedor:

1.3.1. NO SE PUEDE HACER

Las personas siempre generalizan sus incompetencias y pretenden presentarlas de manera plural; cuando en realidad solo es una expresión personal de incapacidad para realizar una tarea. En su etapa inicial, el emprendedor no debe desperdiciar sus fuerzas, intentando aclarar o defender sus ideas de aquellos quienes se manifiestan contrariamente a él; porque sino estaría derrotado antes de iniciar el proceso.

El famoso psiquiatra Carl G.Jung, fundador de la psicología analítica, indicó que Alejandro Magno vivía atormentado por los logros bélicos de su padre; por esta razón, sufría de duros ataques de neurosis. Cuando su padre había muerto, el objetivo de su vida era ser superior a su padre. Ante esas circunstancias –según indican algunos especialistas- fue a consultar a los adivinos, quienes le dijeron que no tenía la línea del triunfo en su mano. Entonces se dio un tajo en la palma y la creó.

Cuando nos hemos preparado psicológica y físicamente para lograr un objetivo y alguien por casualidad nos dice que se puede; entonces, debemos dejar que nuestros hechos hablen por nosotros, en lugar de contestar con palabras; porque cuando tenemos mucho por caminar; lo peor es no empezar ahora.



1.3.2. ESO ES COMO QUERER QUE EL CIELO SEA ROSADO

El color del cielo está relacionado con la reflexión de la luz, a la cantidad de humedad y a las partículas existentes; motivo por el cual el cielo puede ser de otros colores diferentes al celeste. Al igual que la vida, el cielo será siempre del color que decida agregarle.



Cada quien describe al mundo desde su propia perspectiva inconsciente. Hay quienes al mirar construyen cuadros, desarrollan música, desean comprar; así cuando alguien desea ser empresario prospecta oportunidades a cada paso, en la mayoría de ellas fallará, pero lo importante es amar lo que se hace y el empresario ama el reto de negociar todos los días de su vida.

1.3.3. QUIÉN TE ASEGURA QUE VAS A GANAR

Muchas personas creen que deben participar en algo porque tienen que ganar y como la mayoría piensa que no lo va a poder hacer, no participan. El empresario sabe que su participación no radica en el deseo de ganar ni al miedo de perder es simplemente la expresión de su vocación y el interés por realizarse haciendo aquello que le hace sentirse bien.

Hay quienes creen que comprar una lotería durante 40 años o gastar en bebidas alcohólicas con un promedio de US\$50 todas las semanas durante 30 años (cuyos cálculos alcanzan a los US\$78 mil) es más seguro que invertir en un negocio. Otros en cambio pasan su tiempo en el tragamonedas afirmando que “no es un vicio, no soy alcohólico ni drogadicto; además tengo la oportunidad de ganar y la paso lindo”. Si la persona invierte en su pasatiempo US\$100 al mes durante 20 años habrá invertido US\$24 mil. Al final, es posible que haya ganado algo; pero también, los perdió; porque el negocio del dueño es generar muchos perdedores y pocos ganadores. Nadie puede asegurar si alguien ganará haciendo algo o por cuánto tiempo ganará; sin embargo, cuando se decide hacer algo, cualquiera sea lo que se haga, si las personas lo hacen para pasarla bien, tendrán una actitud positiva; todo lo contrario es quien está desesperado para ganar.

Muchas personas al perder su trabajo empiezan un negocio; ya sea porque la edad no les permite ser competitivos, desde la perspectiva de los empleadores o porque están sobrecalificados o no tienen experiencia suficiente. El motivo, en estos casos, es externo; sin embargo, en algunos casos reverdece algún espíritu de la juventud y aquello que empezó por obligación se convierte en algo placentero.



1.3.4. LORO VIEJO NO APRENDE A HABLAR

Es una insinuación por la cual una persona que haya llegado a estadio superior no puede convertirse en empresario y esto es una gran mentira. Quienes insinúan eso expresan sus propios miedos y temores, como se va a demostrar en la siguiente lectura.



«Empresario a los 60

WASHINGTON – Cuando Bob Bernstein, de 60 años, fue despedido de su trabajo como corredor de bienes raíces en el apogeo de la recesión en 2008, dice que tenía la sensación de que sería un tiempo muy largo antes de encontrar un empleo en su campo de nuevo.

"Al igual que todos los demás, me pregunté, ¿qué debo hacer ahora? El mercado inmobiliario se va hacia abajo, así que no iba a encontrar otro puesto corredor", dijo Bernstein.

Puesto que no había trabajo en su campo, Bernstein decidió que iba a tener que crear un puesto de trabajo por sí mismo. Había tenido algunas tiendas de ropa al por menor de quince años, pero ya no tenía la energía para lidiar con los propietarios, llevar en el inventario, contratar empleados y mantener horas. Así que decidió tomar todas sus ideas empresariales a la Web.

"Pensé que con el nombre de dominio justo, todo concepto creativo que podría llegar a generar algunos ingresos y tal vez incluso competir con los grandes", dijo Bernstein HuffPost.

Dado que carecía de las habilidades técnicas para escribir todo el código de una página web, se asoció con DevHub.com, en el 2007, nueva empresa que hace que sea fácil para la gente con ideas para crear sitios web lucrativos usando arrastrar y soltar las herramientas y una integrado en la red de anunciantes web.

Desde 2008, Bernstein se ganaba la vida por sí mismo mediante la creación de doce diferentes sitios web que utilizan DevHub.com, incluyendo un sitio de descuento de viaje (DealstoVegas.com), una tienda de artículos deportivos al aire libre (Outtrek.com), un centro de búsqueda de empleo (Careersquick.com) y un sitio web dedicado a comparar cotizaciones de seguros de salud (RXCare.org).

El sitio más lucrativo de Bernstein a la fecha, ZipQuote.com es un lugar donde los usuarios pueden escribir sus códigos postales y recibir cotizaciones de seguro libre basado en su ubicación.



El sitio fue tan exitoso que lo alejó de la plataforma DevHub y ahora lo está tratando como un trabajo de tiempo completo.

"Mi enfoque y dedicación a Zipquote es como si yo abriera un negocio", dijo Bernstein, que ahora está en el proceso de *trademarking* nombre del sitio web. "Solo han pasado en su estado actual durante unos cinco meses y lo hace entre US\$500 y US\$1 000 por mes. Esperemos que cuando me preparo para promoverlo, crecerá más y más."

Bernstein dijo que ahora es tan fácil, para él, crear sitios web que creó uno la semana pasada en el transcurso de un día y ya ha hecho US\$50 hasta el momento.

"Usted, literalmente, puede abrir cualquier cosa para arriba en línea en un día", dijo a HuffPost. "Es increíble".

DevHub CEO Geoff NuVal dijo que no conoce un número de personas desempleadas que han utilizado su sitio para empezar a generar ingresos y, para los más afortunados, como Bernstein, eventualmente convertirse en plenamente autónomos.

"Lanzamos nuestra nueva versión a finales de junio y desde esa versión que ya tiene más de 60 000 usuarios", dijo NuVal. "Hay muchas personas que están detenidas o no actúan en el momento que están usando nuestra plataforma para hacer algo de dinero extra en el lateral. Quita los obstáculos tecnológicos, por lo que todo lo que tienen que hacer es poner creatividad".

Aunque Bernstein dice que no está ganando dinero casi tanto correr sitios web como lo hizo en el sector inmobiliario, se hace lo suficiente para mantener a su familia y él nunca quiere volver a su antiguo trabajo.

"Tengo que trabajar desde casa, estoy totalmente centrado en lo que hago porque sé que todo es por mi familia y nuestro futuro, y estoy construyendo un negocio que es mío; en lugar de trabajar para la construcción del negocio de alguien más", dijo. "Es absolutamente gratificante y satisfactorio por completo. Podría hacer esto dieciséis horas al día"».

10/28/10

Fuente traducida: <http://translate.google.com.pe>

1.3.5. ÉRES MUY JOVEN PARA EMPEZAR

Muchas personas tienen desdén por lo que los jóvenes piensan emprender. En muchos casos, por celos y otros por los temores a que alguien menor les demuestre su equivocación. Cualquiera que sea el caso, se sabe que el desarrollo del cerebro humano en un 90% es hasta los cinco años, aproximadamente.

Cuando los seres humanos son pequeños, solo tienen instintos; mas no prejuicios. Si su entorno le provee de las condiciones y le presta apoyo para canalizar su innato deseo de desarrollar una actividad empresarial, entonces se desarrollará dicha actividad prontamente; esto quiere decir que se hará responsable antes de tiempo. Los niños imitan su entorno y las relaciones que existen. Así, a los cuatro años, muchos juegan al comprador y vendedor. Si el padre, el tutor u otra persona puede orientar esa fuerza natural hacia las ventas y la creación de la riqueza; entonces pronto el pequeño comprenderá la gestión comercial, sin necesidad de mucha lectura y esto quedará en sus instintos y se consolidará, porque todo ser humano, así este alejado del mundo empresarial, debe negociar. Para quienes son escépticos sobre la capacidad innata de un niño para hacer negocios, aquí tienen el siguiente artículo:

«Empresario y millonario a los ocho años»



Un niño británico se convirtió en magnate vendiendo canicas en su propia web; su sueño es crear una de las cadenas de jugueterías más grande del mundo.

Harli Jordean, con ocho años, no es como los otros niños de su edad. Mientras que sus compañeros juegan con consolas de video juegos y al fútbol, él se dedica a construir su imperio de canicas de vidrio.

El pequeño magnate de Londres lleva ya dos años dirigiendo su sitio de internet (sic) de venta de bolitas de vidrio. Todo empezó después de vender su colección de canicas a sus compañeros del colegio.

Cuando la madre de Harli fue incapaz de encontrar un portal en el que pudiese conseguir nuevas bolitas por Internet, el hijo le rogó que le permitiera abrir su propio sitio web. Ahora, la compañía gana miles de dólares al año e incluso recibe órdenes de los Estados Unidos.

"Me encantan las canicas de vidrio y me encanta tener mi propia compañía", dice Harli. Lo que también le gusta es ser jefe, en este caso de su madre y de sus dos hermanos, a quienes tuvo que contratar para ayudarlo a cumplir con todos los encargos de clientes. Además, si algo sale mal, puede repartir las culpas.

Pero las aspiraciones del joven estudiante de primaria van más allá de tener un sitio en Internet. "Mi sueño es tener una cadena de tiendas como Hamleys (una famosa juguetería [sic] de Londres). Será una de las jugueterías (sic) más grandes del mundo en la que se venderán toda clase de bolitas de vidrio", asegura.

Tina, su madre, explicó que Harli ha estado obsesionado con las canicas desde que tenía seis años.



"Solía dormir con ellas bajo su almohada", dice. "La última cosa de lo que habla antes de meterse a la cama son las bolitas de cristal y son lo primero que menciona cuando se despierta"

Al parecer, tal era su obsesión que empezaron a llamarlo "el rey de las bolitas de vidrio", y naturalmente, así es como bautizó su sitio web».

Miércoles 27 de diciembre de 2011

Fuente: *Diario La Nación (Argentina)*

Lo que impide a una persona que se desempeña como empresario es fundamentalmente la mentalidad de consumista. Cualquier persona puede tramitar el funcionamiento de una empresa y ser el gerente general al día siguiente; pero si no es capaz de cambiar su mentalidad consumista, siempre vivirá en la dualidad y con mal genio; porque los consumistas experimentan felicidad al momento de comprar, les gusta tener dinero para poder gastar.

El empresario se divierte negociando; en los casos de mayor notoriedad, se preocupan de tener excedentes que no pueden invertirse rápidamente: "Estoy preocupado tengo mucho dinero y no tengo proyectos en donde colocarlos". El consumista, en cambio, encontraría millones de alternativas para gastarlo.

Ser empresario y pensar como consumista es una contradicción; en cuanto, conozca a un consumista que funge de empresario, será fácil de darse cuenta; en cuanto las situaciones problemáticas lleguen, su genio será insoportable; y cuando haya mucha liquidez segura, estará con su familia gastándose el dinero.

La *regla de la zanahoria* para los empresarios de convicción no funciona. A mayor gasto no generan dinero; porque quien gasta está ocupando su tiempo en buscar qué comprar y cómo el tiempo es dinero. No solamente deja de generar rentabilidad; sino que adicionalmente está destinando dinero para otro tema que no es rentable.

Los empleados tienen, de acuerdo a ley, ocho horas de trabajo. El resto del tiempo lo dedican a dormir y a gastar sus ingresos, esto es positivo; porque así funciona el mundo capitalista, pero no para quien desea rebelarse y conquistar el mercado.

La regla de la zanahoria dice ¿quieres comprar más, gana más? Es efectiva, incluso en los exámenes laborales de algunos países se continúan usando. En tanto que en los países intermedios, se exigen las maestrías en negocios para que los empleados "supuestamente logren mentalidad empresarial"; así, en países como Japón, lo importante es que el empleado tenga una visión complementaria a la empresa, de esta manera le proveerá los recursos necesarios para realizarse y realizar a su empresa.

Ser consumista no tiene nada de malo, si es una decisión personal; pero muchas veces es la sociedad que obliga a ese comportamiento. Como hoy la moda es ser empresario, muchos emprendedores son neuróticos; porque en el mundo no están viviendo su felicidad. En casos extremos, se llevan el dinero de los honorarios y se los gastan o comenten autorrobos, para hacer frente a sus propios gastos.

A un ingeniero de sistemas, le encargaron el desarrollo de software para el movimiento de almacenes; pero cuando cruzaban la información del sistema con lo tangible siempre fallaba. Como el tiempo pasaba y no había forma de solucionar, el ingeniero colocó cámaras dentro del almacén, las cuales grababan el momento en que el dueño se autorrobaba.



La obsesión por gastar no tiene límites; afortunadamente la obsesión de generar tampoco lo tiene. Hoy en día, está surgiendo una nueva clase de emprendedores, «empresarios internos», quienes asumen responsabilidades y hacen crecer a sus empresas; pero esto no es lo habitual. Quien desea dirigir su vida económica debe borrar de su mente el modelo consumista.

Stan Lee, el creador de Marvel que sí deseaba progresar, debía dejar el pensamiento consumista para otra persona y ser feliz, generando recursos; por este motivo, dijo: “Tenemos un acuerdo: yo produzco, mientras mi mujer y mi hija gastan, y esto nos ha funcionado y parece que ha funcionado”. Si alguien genera y la otra parte gasta, es un buen acuerdo; siempre y cuando, los dos sean conscientes de dicho acuerdo y el primero tenga la libertad para rentabilizar su tiempo; pero, este acuerdo no funciona cuando quien gasta sobrepasa el límite del impulso; entonces en lugar de convertirse en un incentivo, el gasto se convierte en la ruina de ambos.

Cuando en un matrimonio, uno de ellos genera a medias siendo ambos consumistas, la empresa solo subsistirá por la inercia del mercado; es decir, cuando la demanda sea mayor a la oferta, este modelo de matrimonio está condenado a la crisis.

Una mujer le dijo durante tres años a su esposo: “En la empresa, te explotan; si trabajarías por tu cuenta ganarías más y podríamos comprar más cosas para la casa”. Entonces, el esposo ante tanta insistencia decidió retirarse y empezar el negocio propio. En los cinco primeros años, debido a la fuerte demanda, el hombre despachaba desde su celular. Estaba una hora en la oficina y se iba a pasear con su mujer, la llevaba al gimnasio, a la piscina, de compras. Luego compraron una casa de playa a donde fueron con los familiares; todos ellos como invitados especiales, porque “los ricos pagan”; adquirieron camionetas, universidades particulares.

Tiempo después, las condiciones del mercado fueron cambiando. Antes de la caída de la demanda, el protagonista de esta historia, a quien llamaremos Roberto Cueva, apagaba el teléfono cuando era un cliente pequeño, ahora solo los pequeños lo llamaban. La empresa requería de más tiempo, porque tenía que atenderse a clientes y con la situación había pocos empleados. La esposa reclama su compañía: “Ahora todo es la empresa y para mí no tienes tiempo, nuestros amigos nos reclaman”. Luego, los hijos venían a pedir su parte. Las discusiones con la familia por dinero, con el personal de su empresa por falta de soluciones y dinero para pagar proveedores, planillas y otros temas. De pronto, la mujer dejó de reclamarle y Roberto pensó Flor –su esposa- por fin tomó consciencia de nuestra realidad y me permite trabajar.

En dos años al frente de la empresa, su rostro había envejecido como 20 años; tenía el cabello prácticamente plateado y muchas arrugas. Un martes entró Flor y le dijo: "Creo que debemos hacer la separación de bienes; porque si nos embargan, por lo menos nos quedaremos con las casas y los autos". El día que remataron sus bienes, Flor le dijo: "No puedo seguir contigo; además de incompetente ni siquiera estás conmigo. Te dejo". Los amigos eran los familiares que comían gratis y no tenía a quien recurrir. De esta manera, no le quedó otra que declararse en quiebra y buscar un trabajo.

Cuando el gerente general de la empresa lo entrevistó y le preguntó sobre sus experiencias, él indicó: "Aprendí que jamás debo dejar mis responsabilidades". Luego de varios años cuando fue promovido a gerente de ventas, pudo por fin volver a comprarse un auto como en sus días de empresario.

Ahora estaba sentado en la playa, con algunos familiares cuando un sobrino se le acerca y le pregunta "tío verdad que ¿tú fuiste empresario? Quiero que me aconsejes porque yo también quiero serlo". Roberto le miró y le dijo: "Si quieres vivir tranquilo, es mejor que estudies mucho y consigas un buen trabajo".



La derrota de algunos no necesariamente es el modelo de todos. Una empresa tiene detrás siempre una historia familiar, en algunos casos la familia y la empresa prosperan; en otros casos, el empresario se distancia y se dedica solo a su empresa o prefiere la familia y busca un empleo. Finalmente, cuando se habla de empresa y de éxitos se refiere a la realización personal. Otros modelos de familia:

- *Los dos generan e invierten:* Si son solidarios, este será un matrimonio próspero; pero si se desata la competencia ilimitada, en lugar de una familia unida tendrán un campo de guerra, en la cual muchas veces los hijos se convierten en partidarios y los problemas continuarán en la segunda generación.
- *Uno genera y el otro ahorra:* Si el concepto de ahorro no es guardar dinero, sino reducir los costos para mejorar la vida de la familia; entonces, se encuentra el equilibrio en la división de funciones. Si existe lealtad y fidelidad, entonces la familia prosperará y crecerá.

Un día mientras trabajaba en la Federación Nacional de Asociaciones de Pequeños y Medianos Empresarios, le pregunté a su presidente, quien años más tarde sería un gran empresario peruano, ¿cuál era el secreto para ser un empresario exitoso? El ingeniero Máximo San Román Cáceres me contestó: "Ser fiel a tu familia". Este principio solo se puede entender después de haber dirigido una empresa y ver cómo otros, a pesar de tener excelentes oportunidades, no logran alcanzar todo su potencial por tener una personalidad llena de conflictos.



1.4. LECTURA: TENGO PRISA POR COMENZAR

Tengo prisa por comenzar (biografía no oficial)



Sarah Breedlove Walker, conocida como Madame CJ Walker, hija de esclavos liberados nació el viernes 23 de diciembre de 1867, en una humilde morada de la población del Delta (Lousiana), dentro de las plantaciones, propiedad de Robert W. Burney.

Lousiana, en el año que nació Sarah, vivía los efectos de la postguerra de secesión (84 años después de que George Washington depusiera sus poderes y terminara la Guerra de la Independencia norteamericana); pero siempre fue un territorio de arbitrariedades y de flagelo; un lugar donde los españoles no encontraron oro, ni otros metales, el cual era para ellos simplemente territorio inhóspito; por eso cuando Antoine Crozat consigue la licencia para el comercio negrero (1709), se da inicio al desarrollo de la agricultura esclavista y, de esta manera, comenzó el crecimiento económico.

Cuando Estados Unidos compra en 1803 el territorio a Francia para que Napoleón pueda tener su coronación digna de él, los líderes de la Unión son conscientes de que será muy difícil terminar con la esclavitud en Lousiana; porque el modelo económico estaba muy arraigada en la mente de las personas; por esta razón la guerra de secesión se desarrollará en su territorio. Por los años cincuenta durante el siglo XIX, la expansión de la esclavitud, en nuevos territorios de la Unión era acelerada; las políticas económicas iban en esa dirección y grandes fortunas se planificaron sobre la base de este modelo; pero la tenencia de esclavos no solo era para los grandes hacendados; también los medianos y pequeños estaban participando de la mano de obra sin costo. Había indígenas y afroamericanos propietarios de esclavos en pequeñas cantidades. En 1958 durante un discurso, el entonces todavía político Abraham Lincoln propuso leyes federales para abolir la esclavitud; algo opuesto a lo afirmado por la Corte Suprema (1857); sobre los esclavos "tan inferiores que no tenían derechos que el hombre blanco debiese respetar" (Potter, s. a.: 275). Para el año 1961, luego que Lincoln asumiera el poder, los líderes de los Estados del Sur de la Unión deseaban mantener su modelo económico a cualquier costo, incluso negociando la compra de estos territorios. El 12 de abril de ese mismo año el fuerte Sumter fue bombardeado por las fuerzas esclavistas, cuyos líderes declararon la secesión de la Unión. La plantación donde vivían los padres de Sarah se había convertido en escenario de guerra; el general Ulysses S. Grant, quien fuera nombrado comandante y jefe de todas las fuerzas de la Unión, declaró la estrategia total: acabar con la economía; es decir, destruir todas las propiedades posibles. Liconl fue reelecto presidente en 1864 y el 4 de marzo de 1865 inicia su segundo mandato. Con plantaciones destruidas y esclavos desnutridos; pero con la esperanza de que pronto terminará la guerra; los pobladores de las zonas donde se producen las luchas fratricidas conocen la noticia de la muerte de Lincoln, a poco menos de un mes y medio de haber iniciado su segundo gobierno y el 23 de junio de ese mismo año se firma el alto al fuego. Los padres de Sarah celebraron el fin de la guerra y el inicio de la libertad

Dos años después nace Sarah, la única hija de Minerva Breedlove; sus padres ya no eran esclavos; pero la situación económica era adversa. En 1861 habían 1291 fincas, dos años después 174 fincas; sobre la producción entre el 61 y el 62 se elaboraron 389.541 barriles de azúcar y entre el 64 y 65 tan solo 6 668 barriles.

Sarah Breedlove era el primer miembro de su familia en nacer libre, pero la libertad sin oportunidades es como cuando el fabricante de autos Henry Ford dijo “todos tienen la libertad de elegir el color de auto que deseen, mientras sea negro”; para la mayoría de afroamericanos quienes nacieron libres, de acuerdo a la ley, o fueron libertos como sus padres, el único camino era continuar en la plantación. La reconstrucción fue un motivo de esperanza; algunos hombres de color como el reverendo Curtis Pollard, quien sirvió como senador del Estado en dicha época, se expresaban positivamente del futuro para las personas de color; pero ese futuro promisorio tenía que ser esfuerzo de todos. Cuando nace Sarah, sus padres y hermanos ya no eran legalmente esclavos; pero todavía faltaba mucho para que los afroamericanos pudiesen ser tratados como iguales en la sociedad norteamericana.

Durante los primeros años de vida, su familia recibía una serie de noticias algunas de ellas positivas respecto a la vida de los exesclavos, de otro lado nuevos colonos europeos llegaban a Lousiana. Para la década de los 70 del siglo XIX, Sarah debió ingresar a la escuela; pero nunca se dieron los fondos estatales, sin embargo, asistió por poco tiempo al pequeño colegio que se organizó en la iglesia del reverendo Curtis Pollard. La fiebre amarilla y el fracaso de las cosechas del algodón motivaron que ella y su hermana fueron para Vicksburg. Casi dos años antes de su partida; las leyes de Jim Crow entran en vigencia y durarán hasta 1965.

Los esclavistas eran ahora segregacionistas raciales. Era una forma de mantener a los exesclavos en condiciones desfavorables y, de esta manera, continuar rentabilizándose gracias a la mano de obra barata, bajo el lema “separados, pero iguales”; separaron las escuelas y las oportunidades. Pero los dos primeros centros de estudios para jóvenes negros como el Instituto de la Juventud de color, más tarde la Universidad Cheyney en Pensilvania en 1837 y el Instituto Ashmun, posteriormente Universidad la LiconIn, (1854) fueron promovidas por cuáqueros, miembros de una sociedad religiosa puritana.

La tercera universidad en fundarse fue la Wilberforcem en 1856 en Ohio fue un trabajo en equipo de los líderes de la Conferencia de Cincinnati de la Iglesia Metodista Episcopal y la recientemente formada Iglesia Metodista Episcopal Africana, MAE, que fue creada no por motivos religiosos; sino por razones sociológicas; a la cual también pertenecía el reverendo Curtis Pollard. Pero si bien en el norte los descendientes africanos encontraban socios para sus planes para sus objetivos sociales; en el sur de la Unión, la situación era totalmente diferente y personas como Sarah, solo se les permitía soñar y muchas veces ni eso; porque el dolor era tan grande que por las noches las pesadillas consumían y afligían a las personas.

A los cinco años, recibió su primer dolor: su madre murió presumiblemente de cólera.

A los seis años del nacimiento de Sarah, el presidente Lincoln inicia el plan anaconda, que significaba ahogar la economía sureña; bloquea los puertos y de esta manera grandes cantidades de algodón quedan en plantaciones, ante la imposibilidad de poder venderse; algunos comerciantes europeos ven en esta una gran oportunidad y construyen barcos pequeños para librarse del bloqueo; pero en lugar de dinero pagan con armas y municiones. Para tener el control total del comercio marítimo los de la Unión tardaron cuatro años: Mientras en Lousiana se producían revueltas, no solamente entre esclavistas y abolicionistas. También entre los miembros de las familias, ya que algunos esclavos libertos compraban a sus familias; pero en lugar de darles libertad les seguían manteniendo en coacción; de esta manera, una mujer y niños era esclavos de su padre.

Posiblemente Sarah, sentada sobre alguna piedra, comenzó a comprender lo que pasaba a su alrededor; ...Hace poco había buscado a su madre y no pudo encontrarla; entonces alguien intentó explicarle el motivo por el que "su madre no volvería". Para la niña seguramente fue muy doloroso asimilar la pérdida de su progenitora, y en esa circunstancia de tristeza y melancolía, volvió a visitar el cementerio, esa vez para dejar a su padre .

Entonces la vida la coloca en una situación para decidir; mientras otros niños de su edad, por más duro que sea su trabajo, tienen el amor de sus padres; ella debe aprender a mirar adelante y a continuar con su vida. Descalza caminó por la tierra de la plantación de algodón donde trabajaba. Tenía siete años y era su primer día de huérfana; primero murió su madre y luego su padre. Tenía seis hermanos, pero eso no era una gran fortaleza; porque en los tiempos difíciles primero se explota a las personas son sus propios familiares; porque la esclavitud no es solo un modelo económico, sino un modelo mental. Sin embargo. Sarah sentenció su vida al decir y repetir varias veces "tengo prisa para darme un comienzo".

El dolor causado por una persona extraña se sobrelleva con odio; pero cuando quien lastima es quien debe velar por un niño, entonces hay dobles sentimientos. Jesse Powell se convirtió en su negrero, aunque del mismo color de piel y esposo de su hermana mayor, Louvenia. Él abusaba como lo habría hecho el capataz de la plantación, sin misericordia alguna. Sarah ayudaba con su trabajo a la economía de la familia de su hermana; pero esto de nada valía. Jesse Powell se ensañaba con ella. Por las noches cuando podía dormir seguramente estaba llena de dolor, rabia y cólera; pero también con esperanza, porque sus palabras cuando se quedó sin sus padres fueron: "Fuerza para construir su destino".



Independientemente del color de la piel, muchas mujeres históricamente han buscado librarse del abuso de familiares a través del matrimonio; Sarah no tuvo otro camino y motivada por dejar de ser abusada constantemente por su cuñado, acepta la propuesta de matrimonio de Moisés McWilliams. Así, inicia su vida de casada a los 14 años. El matrimonio le dio un nuevo impulso a su vida; pero no duró mucho tiempo porque la vida la puso nuevamente a prueba. Tenía 20 años cuando un accidente fatal acabó con la vida de esposo. Nuevamente, afrontaba una pérdida y volvía a

empezar; pero ahora ya no estaba sola, estaba con Lelia, su compañera e hija. Para empezar, hay que cambiar y por eso reunió sus pocas pertenencias y se fue a St. Louis. En St. Louis, vivían tres de sus cuatro hermanos por parte de padre; allí se instaló con Leila, nacida el 6 de junio de 1885. Sus hermanos eran barberos y durante su estadía en la mencionada ciudad trabajó incansablemente para darle educación a su hija; pero también comprendió la importancia de asistir a las escuelas públicas por las noches.

Ella ganaba US\$1,50 por día y para obtenerlo tenía que trabajar desde muy temprano hasta el atardecer lavando ropa; por las noches asistía a la escuela nocturna, promovida por la Asociación Nacional de Mujeres de Color. Ese ritmo frenético de trabajo y estudio, con la intención de asegurar para su hija y ella un mejor futuro, fue tal vez una de las causas de la caída de cabello; a esto hay que agregar la pobre alimentación, otras enfermedades y los populares tratamientos para estirarse el pelo que se les practicaban a las afroamericanas de la región. Tener el cabello liso era la moda por aquella época y Sarah luchaba desde 1890 contra sus problemas capilares. Durante todo ese tiempo, estuvo experimentando algunas soluciones con la finalidad de superar sus problemas. En 1902, llega hasta la ciudad de Saint Louis.



Annie Malone, una extraordinaria empresaria afro-americana; quien a diferencia de Sarah, tuvo en su hermana mayor una guía para su vida, después de la muerte de sus padres. Annie estudió secundaria demostrando su gran capacidad para la química, donde usaba el salón de belleza de su hermana como laboratorio de química. En 1900, la familia se traslada a Brooklyn, donde lanza su producto con la marca "Hair Grower Wonderful" y asume una venta de puerta en puerta. Dos años después, llega a la próspera ciudad de San Luis e inicia su mercado con tres ayudantes contratados. En ese mismo año, conoce a Sarah, quien se convierte en agente de ventas; de esa manera, deja de ser una lavandera y empieza en el mundo de los negocios. El 11 de agosto de 1894 Sarah contrajo nuevas nupcias con John Davis, pero el matrimonio solo duró nueve años. Durante el tiempo que estuvo trabajando en la empresa de Annie Malone, fue mejorando su propio sistema de lacear el cabello.

En 1905, Sarah se muda para la ciudad de Denver en el estado de Colorado; donde se casa con Charles Joseph Walker, un agente de ventas de un periódico para la gente de color. En 1906, funda la empresa Madam C.J. Walker Manufacturing Company, empezando una agitada y fructífera vida empresarial. Asimismo, asume el apellido de Walker de manera definitiva, anecdóticamente su traducción es caminante y es lo que ella hará en la vida caminar por el mundo hasta convertir su empresa en una transnacional, con ventas en el Caribe, Centro América y Europa.



Motivada por el crecimiento de sus negocios, decide abrir una oficina en el estado de Pensilvania, un lugar donde la comunidad afroamericana tenía dos universidades y es así como en 1908 en Pittsburg, capital del condado de Allegheny, inaugura un nuevo centro de operaciones y deja, en la administración, a su hija Lelia, quien en adelante será conocida como A'Lelia Walker. Para 1910, fundó los laboratorios Madam C. J. Walker y se instala en Indianápolis, lugar donde producirá toda su línea para el cabello, cuyos productos originales fueron Vegetable Shampoo, Wonderful Hair Grower, Temple Salve, Tetter Salve and Glossine. Cabe indicar que para poder comercializar sus productos, Sarah incluía otros utensilios como el peine metal.

Otro nuevo divorcio se suma a su vida, pero esta vez será el último. En 1912, se aleja de Charles Joseph Walker y emprende un viaje por todos los Estados Unidos, el Caribe y América del Sur, organizando a las mujeres para que se conviertan en sus propias representantes, bajo el principio de su filosofía, cuyo lema era "limpias y amorosas". Sarah afirmaba en una convención de empresarios afroamericanos (1912): "Yo soy una mujer que vino de los campos de algodón del sur. A partir de ahí me ascendieron a la tina. A partir de ahí fui promovida a la cocina cocinero y de allí me promoví en el negocio de la fabricación de productos para el cabello y preparaciones... He construido mi propia fábrica, en mi propia tierra".

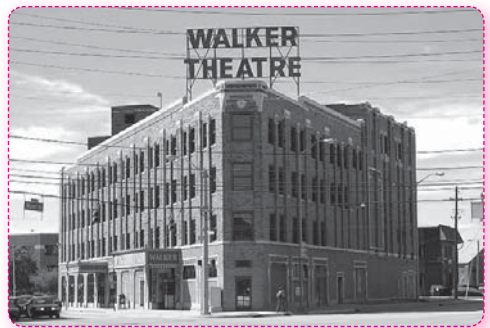


La señora maneja perfectamente lo que hoy se llama consultores de belleza, organizándolas en clubes y convenciones. El éxito en las ventas, también se extendió en la educación. Para ella, esto era la pieza importante, por este motivo contrató a Alice Nelly, una maestra de una escuela de Kentucky, como su tutora, para potenciar su conocimiento; luego la dejaría a cargo de su empresa en Indianápolis.

Su natal Lousiana le permitió conocer muchas culturas. Durante años, los españoles fueron los “dueños”, quienes incluso dejaron a los esclavos comercializar un día a la semana; luego los franceses y con ellos llegaron los francoparlantes de Canadá y el Caribe. Posiblemente, este ambiente cosmopolita le permitió, desde muy niña, tener una visión global del mundo.

En 1916, la Sra. Walker se trasladó a su residencia en Nueva York, denominada Villa Lewaro, diseñada por el arquitecto Vertner Tandy, quien dijo sobre su obra "No hay nada que se le iguale". Desde su oficina en la ciudad de los rascacielos, se involucró en la vida política y social de Harlem hasta el día de su deceso, un 25 de mayo de 1919.

Madam Walker ha sido incluida en las ediciones anteriores del Libro Guinness de los récords como la primera millonaria hecha a sí misma mujer estadounidense, quien no heredó su dinero o estuvo casada con algún millonario. Si bien es imposible documentar con certeza que este es el caso, en el momento de la herencia de su muerte, Madam Walker tenía un valor estimado de US\$600.000-700.000 (equivalente a aproximadamente US\$6-7 millones de hoy). Durante el último año de su vida, las ventas totales de su compañía, Madame CJ Walker Manufacturing Company, llegó a más de US\$500.000. La combinación de sus activos personales (inmuebles, muebles, joyas, etc.) y el valor de su negocio ascendían a más de US\$1.000.000.



Huérfana, maltratada, sin educación, viuda, madre soltera, ciudadana en una sociedad racista; pero *siempre tuvo prisa para darse un comienzo*. Cuando terminó de hacerlo, fue considerada la primera mujer afroamericana millonaria, hecha por sí misma y cuya vida sirve de referencia para los estudiantes de muchas escuelas de negocios incluida Harvard Business School. Sarah Breedlove fue durante su vida una mujer capaz de superar todos los obstáculos de la sociedad de su tiempo.

1.4.1. ANÁLISIS DE LA BIOGRAFÍA DE MADAM C.J. WALKER

- 1** Las leyes segregacionistas permitieron a los emprendedores afroamericanos poder desarrollar una enorme cantidad de proyectos; porque había poca oferta ante una demanda creciente, que con una economía media baja tenía un gran potencial.
- 2** La capacidad de olvidarse de sus situaciones problemáticas y asumir una nueva vida siempre. Dejando el dolor para construirse una nueva posibilidad.
- 3** El percibir, a través de sus propias preocupaciones, oportunidades de negocios y poder llevarlos a cabo.
- 4** Aprendizaje permanente, viendo en otros empresarios algo que podía incluirse en su proyecto y ejecutarlo de inmediato.

Impreso en los Talleres Gráficos de



MACRO[®]
EMPRESA EDITORA

Surquillo
☎ 7199700