

Negocio Hermoso

Curso Básico

Un curso diseñado para mostrar cómo Dios puede bendecir al mundo a través de tu negocio.

Creado por Karin Tucker

Madre educadora en el hogar de cinco hijos ya adultos, entusiasta de los negocios, y co-propietaria de CLIP Software, LLC, CLIP Lawn Care LLC, y CLIP Lawn Care of Middle TN, LLC.

¡Bienvenidos al Curso Básico de Negocio Hermoso!

Hay negocios por todas partes. Mira a tu alrededor. A menos que vivas en lo profundo de la selva sin nada a tu alrededor, estás rodeado de productos que fueron hechos por alguien. Tu laptop, tu ropa, tu casa, tu comida — ¡puedes agradecer a los negocios por casi todo lo que tienes! En ocasiones se representa a los negocios como malos y ávidos de dinero, y aunque es cierto que los hombres de negocios pueden ser PERSONAS malas, los negocios son una bendición de Dios por la cual podemos estar agradecidos.

Cómo está ordenado este curso

En este cuaderno, las lecciones están ordenadas por número de día. En cada día deberás leer la lección del día y luego seguir las instrucciones. Recomiendo que imprimas el curso y lo pongas en una carpeta de tres orificios para que puedas anotar las respuestas a las preguntas en una hoja de papel. Hay una revisión por parte del maestro cada cinco días. Tu maestro revisará lo que has hecho para verificar que estés al corriente en tus tareas y comentar acerca de lo que estás aprendiendo. Espero que esto facilite el trabajo tanto del alumno como del maestro. Hay cuarenta y cinco días de trabajo en este plan de estudios. Si deseas tener más horas para completar un crédito completo, recomiendo que leas uno o más de los libros en la lista de libros al final de este curso y que escribas un reporte del libro leído. También puedes ver biografías en History Channel acerca de hombres de negocio y escribir un reporte. Visitar algún negocio puede ser una excursión interesante. Si vives cerca de un museo de algún hombre de negocios famoso como Henry Ford, ¡por favor, visítalo! Vamos a estar leyendo un libro en este curso. Por favor compra el libro para que lo tengas listo. Se encuentra en Kindle y lo puedes comprar en Amazon. El libro lleva el título "The Go-Giver." Y lo puedes encontrar aquí:

https://www.amazon.com/Go-Giver-Expanded-Little-Powerful-Business/dp/1591848288/ref=sr_1_1?ie=UTF8&qid=1548432924&sr=8-1&keywords=go+giver

El libro se consigue en español y se titula "Dar Para Recibir" y lo encuentras aquí:

<https://www.amazon.com/Dar-para-recibir-Bob-Burg/dp/8492452072>

DÍA UNO

Lección- ¡Los negocios son una bendición!

¡Mira a tu alrededor! Hay negocios por todas partes. El techo arriba, el piso abajo, la computadora enfrente de ti, los muebles a tu alrededor... ¡todo eso ha sido hecho por algún negocio! Hay muchas cosas involucradas en hacer llegar esos productos hasta ti. Investigación, patentes, adquisición de materia prima, desarrollo del producto, producción, comercialización, y venta— todo esto forma parte de la preparación de un producto antes de que pueda llegar a la puerta de tu casa. Desde el principio del tiempo, Dios nos mandó trabajar seis días cada semana. Nos formó con creatividad y nos dijo que domináramos sobre la tierra. Él quiere que trabajemos y que usemos nuestra creatividad para ayudar a otros y proveer para nosotros mismos.

Quisiera tomar un momento para comentar la maravilla que es la Oficina de Patentes de los Estados Unidos.

Antes de que existieran las patentes, era difícil proteger tus ideas. Si inventabas algo y lo tratabas de vender después de años de investigación y arduo trabajo, alguien podría comprarlo, copiarlo, y venderlo sin tener que darte nada. Eso era un pobre incentivo para los inventores quienes preferían esconder sus secretos. La Oficina de Patentes cambió todo eso. Ahora uno podría registrar y patentar su invento sin temor a la competencia. Aunque las patentes no duran para siempre, le da al inventor una gran ventaja en un inicio. Al limitar la duración de la patente se le da acceso a otras personas a esas grandes invenciones para que las desarrollen. Esto hizo que explotara la innovación en los Estados Unidos. Se nos olvida dar crédito a ese maravilloso sistema que protege la propiedad intelectual.

Yo creo que los negocios son un milagro de Dios. Consideremos lo que involucra la hechura de una “simple” papa frita. El agricultor planta una semilla de papa en la tierra — fácil, ¿verdad? ¡Pero espera! Piensa en el tractor y en los implementos agrícolas utilizados para plantar la semilla. El metal que se utilizó en el equipo debió de ser extraído de la tierra por medio de otros equipos, luego el

metal es derretido y moldeado en láminas de acero las cuales se utilizan para construir el tractor. Se utiliza equipo especial para cortar y soldar las láminas. Se requiere de mucho diseño y planeación para poder construir la maquinaria. Se toma petróleo y otros productos del subsuelo para construir los neumáticos, asientos, y otras partes. Se producen tintes de las plantas y de combustibles para dar color a los asientos y se elabora pintura para que el equipo no se oxide. ¡Imagina cuántas patentes están involucradas! ¡Cuántas ideas y negocios se vieron involucrados solamente para plantar la papa! Por supuesto, hay más equipo involucrado en la irrigación de los campos y para cosechar las papas. Un camión (y tal vez hasta un tren) participa en el transporte de las papas a la fábrica. Entonces... finalmente las papas han llegado a la fábrica. Una fábrica que fue construida por negocios con patentes y materia prima del subsuelo. Las papas son vertidas en un baño de agua para limpiarlas y una banda transportadora las recoge y comienza la jornada para que lleguen a ser papas fritas. Viajan hacia una máquina especial con rayos láser que examina las papas para detectar defectos y retira las defectuosas. Las papas son cortadas, rebanadas, horneadas, freídas, y sazonadas conforme son transportadas, sin que mano humana las toque. El genio y las patentes detrás de todo esto asombran a la mente. Las papas fritas salen por un chute y son empaquetadas en bolsas. Estas bolsas fueron diseñadas con una capa de un producto derivado del petróleo en la parte exterior y una capa de papel de aluminio en el interior para mantenerlas crujientes y frescas. Algunas compañías utilizan papel en la parte exterior y una sustancia encerada en la parte interior. Se invierte mucho tiempo planeando el diseño de las bolsas y los rótulos que llevará el exterior de la bolsa. La bolsa enseguida se llena con un soplo de nitrógeno para evitar que se rompan las papas y luego se sella para mantener la frescura. Finalmente, llega un ser humano para empacar las bolsas en cajas y colocarlas en estantes. Cuando llega un pedido, un montacargas (¡qué don para la humanidad!) es utilizado para cargar las cajas en camiones. Luego son llevadas a la tienda. ¿Acaso necesito repasar todo lo que se necesita para construir una tienda? El edificio, las cajas registradoras, la estantería, los sistemas de organización, el sistema de aspersión para mantener frescos los vegetales, refrigeradores, congeladores... ¡todo eso requiere de mucho trabajo y de planeación! ¡Asombroso! Te subes a tu automóvil, manejas a la tienda, caminas por los pasillos y seleccionas una bolsa de papas fritas. La pagas en la caja registradora, la ponen en una bolsa que alguien inventó y fabricó, y luego te la llevas a casa. Abres la bolsa con una invención muy práctica como lo son las tijeras y pruebas una

deliciosa papa frita. ¡Se escucha el delicioso crujido! ¡Qué genios los que idearon todas estas máquinas! ¡Cuánta inteligencia para hacer crecer la papa perfecta! ¿De cuántos negocios se requirió para hacer todas esas máquinas, vehículos, caminos, y edificios para crear un lugar a donde puedes ir a comprar todas las bolsas de papas fritas que quieras? Este es el milagro de los negocios. Gente trabajando junta y por separado, tomando una idea a la vez y combinando esfuerzos para crear algo que sirva a otros.

Tarea

Para esta tarea quiero que veas a tu alrededor. Toma nota de todos los productos que te rodean. Piensa en todos los negocios que pusieron todas estas cosas a tu alcance. Da gracias a Dios por todos los productos que utilizas cada día.

Escribe un resumen de la lección de hoy en un párrafo.

¿Sabes lo que significa la palabra *adquisición*? Escribe la definición abajo.

DÍA DOS

Tarea

Anota la definición de las siguientes palabras. Utiliza la primera definición que da el diccionario. Luego, lee la historia que está abajo.

Pasatiempo

Altanero

Antecedente

La siguiente historia trata con la hechura de un lápiz. Similar a la historia de la papa frita, esta es una historia famosa escrita por Leonard E. Read. Está escrita como si el lápiz estuviera contando el relato. Es una obra maestra de la narración y bien conocida entre los economistas eruditos.

Quiero que realmente pienses en todo el trabajo involucrado en hacer lo que parece ser un producto sencillo y la naturaleza milagrosa que hace que todo sea posible. ¡Los negocios son un don de Dios! Si encuentras palabras que no conoces, anótalas aquí y búscalas en el diccionario. Anota la primera definición que da el diccionario para la palabra.

_____ :

_____ :

_____ :

_____ :

_____ :

_____ :

Yo, Lápiz

Mi Árbol Genealógico como se lo conté a Leonard E. Read

Soy un lápiz de grafito —el lápiz común y corriente conocido por todos los niños, niñas, y adultos que saben leer y escribir. La escritura es tanto mi vocación como mi pasatiempo; es todo lo que hago. Se preguntarán por qué es que escribo una genealogía. Bueno, para comenzar, mi relato es interesante. Y además, yo soy un misterio —más que un árbol o un atardecer o aun un relámpago. Pero, tristemente, mi existencia se da por sentado por aquellos que me utilizan, como si fuera un mero incidente sin trasfondo. Esta actitud altanera me coloca al nivel de lo común. Este es un tipo de error grave en el cual la humanidad no podrá permanecer por mucho tiempo sin cierto riesgo. Pues, el sabio escritor G.K. Chesterton observó, "Estamos pereciendo por falta de asombro, no por falta de cosas asombrosas."

Yo, Lápiz, por mas sencillo que parezca ser, merezco su asombro y admiración, una aseveración que me propongo demostrar. De hecho, si me comprenden —no, eso es demasiado pedir —más bien, si pueden hacer conciencia de que soy un símbolo de lo milagroso, podrán ayudar a salvar la libertad que la humanidad tristemente está perdiendo. Yo tengo una profunda lección que enseñar. Y yo puedo enseñar esa lección mejor de lo que lo haría un automóvil o un avión o una máquina lavaplatos porque, bueno, es que aparentemente soy tan simple.

¿Simple? Sin embargo, ninguna persona sobre la faz de la tierra sabe cómo hacerme. Esto suena fantástico, ¿verdad? Particularmente cuando nos damos cuenta que se producen como un billón y medio de mi clase en los Estados Unidos cada año.

Tómenme y mírenme detalladamente. ¿Qué es lo que ven? No ven nada impresionante—ven algo

de madera, laca, algunas letras impresas, grafito, un poco de metal, y un borrador.

Antecedentes Innumerables

Así como ustedes no pueden remontarse a un pasado demasiado lejano para rastrear su árbol genealógico, tampoco me es posible nombrar y explicar todos mis antecedentes. Pero me gustaría mencionar suficientes de ellos para recalcar la riqueza y complejidad de mi trasfondo.

Mi árbol genealógico principia con lo que, de hecho, es un árbol, un cedro de fibra recta de los que crecen en el norte de California y Oregon. Ahora imaginen todos los serruchos y camiones y sogas y demás aditamentos innumerables utilizados para cosechar y transportar los troncos de los cedros al apartadero del ferrocarril. Piensen en todas las personas y en las innumerables habilidades que se requirieron para su manufactura: el minado del mineral, la fabricación del acero y el refinamiento requerido para fabricar serruchos, hachas y motores; el cultivo del cáñamo y su proceso a través de diferentes etapas para convertirlo en una soga pesada y fuerte; los campamentos de los leñadores con sus camas y comedores, los utensilios de cocina y el cultivo de todos los alimentos. ¡Y pensar que miles de personas participaron en la producción de cada taza de café que bebieron los leñadores! Los troncos son transportados a un aserradero en San Leandro, California. ¿Se imaginan la cantidad de personas requeridas para hacer los vagones de plataforma, las vías del ferrocarril, las locomotoras y para construir e instalar los sistemas de comunicación requeridos para todo esto? Estas legiones están entre mis antecedentes.

Consideren el aserradero en San Leandro. Los troncos de cedro son cortados en pequeñas tablillas del largo de un lápiz con menos de un cuarto de pulgada de espesor. Estos son secados en un horno y luego teñidos, por la misma razón que las mujeres aplican rubor a sus mejilla. La gente prefiere que me vea bonito, no de un blanco pálido. Las tablillas son enceradas y nuevamente secadas al horno. ¿Cuántas habilidades participaron en la hechura del tinte y de los hornos, en el suministro del calor, la luz y la potencia, las bandas, los motores, y todas las otras cosas que un aserradero requiere? ¿Los barrenderos del aserradero entre mis antepasados? Sí, ¡y también los hombres que vaciaron el concreto para la presa de la planta hidroeléctrica de la Compañía Pacific Gas & Electric que suministra la energía al aserradero!

No pasen por alto a los antepasados presentes y distantes que participaron en el transporte de sesenta vagones de ferrocarril cargados de tablillas a lo largo del país.

Ya en la fábrica de lápices—con \$4,000,000 de dólares en maquinaria y edificios, cuyo capital fue acumulado por mis mesurados y ahorradores padres — una máquina compleja le hace ocho ranuras a cada tablilla, enseguida otra máquina coloca el grafito en las ranuras en forma alterna, coloca el adhesivo, y coloca otra tablilla encima de la tablilla anterior —digamos que hace un sándwich de plomo. Siete hermanos y yo somos tallados mecánicamente de ese emparedado de madera.

Mi puntilla — que no contiene plomo—es algo complejo. El grafito se mina en Ceilán. Consideren a esos mineros y a los que les hacen sus muchas herramientas y a los fabricantes de los sacos de papel en que se empaqueta y embarca el grafito y aquellos que hacen el hilo que cierra los sacos y aquellos que los suben a los barcos y aquellos que hacen los barcos. Aun los fareros participaron en mi nacimiento —y los pilotos de puerto.

El grafito se mezcla con arcilla de Mississippi donde se utiliza hidróxido de amonio en el proceso de refinado. Enseguida se agregan agentes humectantes como el sebo sulfonato —grasa animal químicamente reaccionada con ácido sulfúrico. Después de pasar por numerosas máquinas, la mezcla finalmente aparece como una extrusión interminable —como producto de un molinillo de embutidos — cortada a la medida, la cual es secada, y horneada por varias horas a 1,850 grados Fahrenheit. Para aumentar su fuerza y suavidad, las puntillas de grafito se tratan con una mezcla caliente que incluye cera de candelilla de México, cera de parafina, y grasas naturales hidrogenadas.

Mi cedro recibe seis capas de laca. ¿Conocen todos los ingredientes de la laca? ¿Quién pensaría que los cultivadores de semillas de ricino y los refinadores de aceite de ricino tendrían parte en esto? Pues la tienen. ¡Hasta los procesos para que la laca alcance ese hermoso color amarillo requieren de habilidades de más personas de las que uno pudiera enumerar!

Observen la rotulación. Es una capa que se forma aplicando calor al negro de carbón mezclado con resinas. ¿Cómo se hacen las resinas, y díganme por favor, qué es el negro de carbón?

Mi pedazo de metal —el casquillo—es de latón. Piensen en todas las personas que minan el zinc y el cobre y en aquellos que tienen las habilidades para obtener láminas brillantes de latón de esos productos de la naturaleza. Esos anillos negros en mi casquillo son de níquel negro. ¿Qué es el níquel negro y cómo se aplica? La historia completa de por qué el centro de mi casquillo no tienen níquel negro se llevaría varias páginas para explicar.

Luego está mi corona de gloria, que en forma poco elegante, en el ámbito se le llama "el tapón", la parte que el hombre usa para borrar los errores que comete conmigo.

Un ingrediente que se llama "caucho facticio" es lo que borra. Es un producto semejante al caucho que se obtiene haciendo reaccionar aceite de colza de las Indias Orientales Neerlandesas con ácido sulfúrico. El caucho, contrario al concepto común, solo sirve para fines de vinculación. Luego hay, también, numerosos agentes aceleradores y de vulcanización. La piedra pómez viene de Italia; y el pigmento que le da su color al "tapón" es de sulfuro de cadmio.

Nadie Sabe

¿Alguien querrá cuestionar mi aseveración anterior de que ni una sola persona sobre la tierra sabe cómo hacerme?

En realidad, aunque millones de seres humanos han tenido parte en mi creación, ninguno de ellos siquiera sabe más que unos cuantos de los demás. Ahora, podrán decir que me voy al extremo cuando relaciono al recogedor de bayas de café de Brasil con agricultores de otros lugares con mi creación. Pero me voy a mantener en mi postura. Pues, no hay una sola persona entre esos millones, incluyendo al Director General de la fábrica de lápices, que contribuya más de una pequeñísima o infinitesimal porción de conocimiento. Desde el punto de vista del conocimiento práctico, la única diferencia entre el minero de grafito en Ceilán y el leñador de Oregon es el tipo de conocimiento. Así como el químico en la fábrica o el trabajador en los campos petroleros son indispensables —siendo la parafina un producto del petróleo— no podemos prescindir tampoco del minero ni del leñador.

Lo siguiente es un hecho asombroso: Ni el trabajador en los campos petroleros, ni el químico, ni el minero de grafito, ni el excavador de arcilla, ni ninguno que conduce o fabrica un barco o tren o camión o que opera la maquina que hace el moleteado en mi pedazo de metal, ni el Director General de la empresa, realiza su tarea particular porque me desea. Cada uno me desea menos, tal vez, que el niño en primero de primaria. De hecho, hay algunos en esta enorme multitud que nunca han visto un lápiz ni saben cómo se utiliza. Su motivación es otra, no lo soy yo. Tal vez es algo como lo siguiente: Cada uno de esos millones se da cuenta que puede intercambiar su pequeño conocimiento por los bienes y servicios que desea o necesita. Yo puedo o no estar entre esos artículos.

No hay una mente maestra

Hay un hecho todavía más asombroso: la ausencia de una mente maestra, de alguien que esté dictando o dirigiendo por la fuerza estas innumerables acciones que hacen que yo llegue a existir. No se encuentra ningún rastro de una persona así. En cambio, encontramos la Mano Invisible obrando. Este es el misterio al que anteriormente me referí.

Se ha dicho que "solamente Dios puede hacer un árbol". ¿Por qué estamos de acuerdo con esa aseveración? ¿Será porque reconocemos que nosotros mismos no podríamos hacer uno? De hecho, ¿acaso siquiera podemos describir un árbol? No podemos, excepto con términos superficiales. Podemos decir, por ejemplo, que cierta configuración molecular se manifiesta en forma de árbol. Pero, ¿qué mente hay entre los hombres que pudiera siquiera registrar, no digamos dirigir, los cambios constantes en moléculas que ocurren en el ciclo de vida de un árbol? ¡Tal hazaña es absolutamente impensable!

Yo, Lápiz, soy una compleja combinación de milagros: un árbol, zinc, cobre, grafito, etcétera. Pero a estos milagros que se manifiestan en la naturaleza se les ha agregado un milagro aún más extraordinario: la configuración de energías humanas creativas—millones de pequeños conocimientos prácticos configurándose en forma natural y espontánea en respuesta a las

necesidades y deseos humanos, ¡y esto en ausencia de alguna mente maestra humana! Puesto que solamente Dios puede hacer un árbol, yo insisto que solamente Dios me pudo hacer. El hombre es tan incapaz de dirigir esos millones de conocimientos prácticos para darme vida como lo es para juntar todas las moléculas necesarias para crear un árbol. Lo anterior es a lo que me refería cuando dije: “Si pueden hacer conciencia de que soy un símbolo de lo milagroso, podrán ayudar a salvar la libertad que la humanidad tristemente está perdiendo”. Porque, si uno está consciente de que estos conocimientos prácticos se van a acomodar a sí mismos naturalmente, sí, automáticamente en patrones creativos y productivos en respuesta a la necesidad y demanda humana—es decir, en la ausencia de la intervención del gobierno o de cualquier otra mente maestra coercitiva—entonces uno poseerá un ingrediente absolutamente esencial para la libertad: fe en la gente libre. La libertad es imposible sin esta fe. Una vez que el gobierno ha tenido el monopolio de una actividad creativa, por ejemplo, la entrega del correo, la mayoría de las personas van a creer que el correo no podría ser entregado en forma eficiente por hombres actuando con libertad.

Y esta es la razón: Cada uno reconoce que él no tiene el conocimiento práctico para hacer todas las cosas involucradas en la entrega del correo. También reconoce que ningún otro individuo lo podría hacer. Estas suposiciones son correctas. Ningún individuo tiene el suficiente conocimiento práctico para llevar a cabo la entrega del correo en una nación, como tampoco ningún individuo tiene el conocimiento práctico para hacer un lápiz. Ahora, ante la ausencia de fe en la gente libre—ante el desconocimiento de que millones de pequeños conocimientos prácticos se juntarían de manera natural y milagrosa para cooperar para satisfacer esta necesidad—el individuo no puede menos que llegar a la conclusión errónea de que el correo solamente puede ser entregado por una “mente maestra” gubernamental.

Abundantes testimonios

Si yo, Lápiz, fuera el único artículo que pudiera dar testimonio acerca de lo que los hombres y las mujeres pueden lograr cuando tienen la libertad para intentarlo, entonces aquellos con poca fe tendrían razones justificables. Sin embargo, hay abundancia de testimonios; por todos lados. La entrega del correo es extremadamente simple cuando se compara, por ejemplo, con la fabricación

de un automóvil o de una máquina calculadora o una máquina cosechadora de granos o una máquina fresadora o con miles de otras cosas. ¿Entrega? Pues, en esta área en la cual los hombres han tenido la libertad para intentarlo, han entregado la voz humana alrededor del mundo en menos de un segundo; han entregado un evento con voz, imagen y movimiento en el momento en que está ocurriendo, hasta el hogar de cualquier persona; entregan 150 pasajeros de Seattle a Baltimore en menos de cuatro horas; entregan gas natural desde Texas hasta un hogar en Nueva York a precios increíblemente bajos y sin subsidios; entregan cuatro libras de petróleo desde el golfo pérsico hasta la costa oriental de los Estados Unidos—desde el otro extremo del mundo—; ¡por menos dinero del que cobra el gobierno en timbres por enviar una carta a una casa al otro lado de la calle!

La lección que tengo que enseñar es esta: Dejen que todas las energías creativas sean libres y sin restricciones. Sencillamente organicemos a la sociedad para actuar en armonía con lo visto en esta lección. Dejemos que el sistema legal de la sociedad retire todos los obstáculos como mejor pueda. Permitamos que esos conocimientos prácticos creativos fluyan libremente. Tengamos fe en que los hombres y las mujeres libres responderán a la Mano Invisible. Esta fe será confirmada. Yo, Lápiz, tan simple y sencillo como soy, ofrezco el milagro de mi creación como testimonio de que esta es una fe práctica, tan práctica como el sol, la lluvia, un cedro, y la buena tierra.

Leonard E. Read (1898-1983) fundó FEE en 1946 y fungió como su presidente hasta su muerte. "Yo, Lápiz," su ensayo más famoso, fue publicado por primera vez en la edición de diciembre de 1958 de la revista "The Freeman". Aunque algunos de los detalles de manufactura y nombres de los lugares mencionados han cambiado en los últimos cuarenta años, los principios no han cambiado.

DÍA TRES

Tarea

Escoge uno de los temas de abajo y escribe un párrafo acerca del mismo. Tema fácil- Los negocios son esenciales para nuestra supervivencia porque ...

Tema desafiante- ¿En qué forma es un milagro de Dios el llevar un producto al mercado?

DÍA CUATRO

Lección – ¿Es malo ser rico?

Un pensamiento que en forma persistente se ha ido introduciendo en la sociedad es que los negocios son malvados. Lo podemos ver en Hollywood donde el tema del hombre de negocios malvado se está haciendo cada vez más común. Lo vimos hace unos pocos años en aquellas protestas contra Wall Street. Hay profesores universitarios contribuyendo a ese sentimiento con enseñanzas en contra de las empresas y del uso del dinero. ¿Cuándo fue la última vez que viste una película donde el hombre de negocios era el héroe, como en aquella película *“¡Qué bello es vivir!”*? Aunque es cierto que hay hombres de negocios malvados, los negocios en sí mismos no lo son. Son un regalo de Dios que podemos usar para servir a otros y proveer para nosotros mismos. Las riquezas son una bendición de Dios cuando se obtienen de manera justa y el ser rico no debe verse como algo pecaminoso.

La gente judía conoce bien su Antiguo Testamento. El Rabino Lapin es un rabino judío quien decidió trabajar en vez de tomar dinero de las ofrendas de su congregación. Él escribió un libro titulado, *“Tú Prosperarás (Thou Shalt Prosper)”* que trata acerca de lo que el Antiguo Testamento dice respecto al dinero. Lo recomiendo ampliamente. Él dice que el pueblo judío no tiene ninguna aprensión respecto a ganar dinero y esforzarse por alcanzar el éxito. Menciona que si creemos en nuestro subconsciente que hay algo malo con el dinero o con los negocios, entonces no podremos entrarle de todo corazón a ganar dinero. Pues se tendría la duda persistente y fastidiosa de que lo que estamos haciendo está mal de alguna manera, no es importante o realmente es inmoral. Es difícil tener éxito cuando se tienen ese tipo de dudas en la mente.

¿Qué dice la Biblia acerca de la riqueza? Echemos un vistazo.

Proverbios 10:4 “La mano negligente empobrece; mas la mano de los diligentes enriquece”.

Aquí vemos que la gente perezosa —aquellos cuya mano es negligente— empobrecen, pero aquellos que trabajan duro se enriquecen. Proverbios está lleno de versículos que condenan a los perezosos y alaban a los que trabajan con diligencia. En el versículo de arriba, la prosperidad es atribuida a la diligencia. No menciona ninguna condenación para el que se enriquece por medio de su trabajo arduo.

Proverbios 10:22 “La bendición de Jehová es la que enriquece, y no añade tristeza con ella”.

Amo los Proverbios —¡son tan prácticos! ¡Aquí vemos que las riquezas son una bendición de Dios! Esto puede sorprender a algunas personas. La riqueza no es algo que debemos evitar, sino es un don de Dios. El hecho de que no añade tristeza a la riqueza que Él nos da, indica que otras riquezas, tal vez obtenidas de maneras pecaminosas o corruptas, pueden causar tristeza.

I Crónicas 4:10 “E invocó Jabes al Dios de Israel, diciendo: ¡Oh, si me dieras bendición, y ensancharas mi territorio, y si tu mano estuviera conmigo, y me libraras de mal, para que no me dañe! Y le otorgó Dios lo que pidió”. Lo que quiero destacar aquí es sencillamente que Jabes le pidió a Dios que lo bendijera y que ensanchara su territorio —en aquellos días en particular, la tierra era riqueza. Dios se la dio.

Hay muchas personas en la Biblia a las que Dios prometió bendecir con riqueza —Abraham, José, David, Salomón, Job... Los magos eran hombres ricos, mujeres ricas ayudaron a Jesús, un hombre rico dio su sepulcro para enterrar el cuerpo de Jesús. Dios no condena la riqueza —de hecho, Él dice que es una bendición de su parte.

Yo creo que los negocios deben verse como un servicio a otros. Voy a citar un pasaje de “Tú Prosperarás” que ilustra esto muy bien.

“Uno de los antiguos sabios judíos, Ben Zomah, en una ocasión se encontró entre una multitud de gente. Algunos a su alrededor probablemente se quejaban de ser empujados por la multitud. Ben Zomah se rio alegremente y dijo, “Bendito sea el Creador quien creó a todas estas personas para que me sirvieran”. Continuando, reflexionó en voz alta, “Piensen en lo que Adán tuvo que aguantar antes de poder comer pan. Labró, plantó, y cosechó, ató los manojos, trilló y separó, molió las espigas, y cribó la harina. Luego amasó y horneó, y por fin, comió; mientras que yo me levanto cada mañana y encuentro que alguien más ya hizo todo eso por mí. ¿Qué tanto trabajo tenía que hacer Adán para obtener su ropa? Tenía que trasquilar a las ovejas, lavar la lana, peinarla, hilarla, y tejerla. Yo me levanto cada mañana y encuentro que alguien más ya hizo todo eso por mí. Todo tipo de artesanos llegan hasta la misma puerta de mi casa y me proveen de todo lo que necesito”.

Esto hace que veamos a los vendedores con otros ojos, ¿verdad? El punto es que los negocios son una manera de servirnos unos a otros. Hacemos algo y se lo vendemos a alguien más — eso es hacer negocio. Le brindamos un servicio a alguien y nos pagan por ello —eso es un negocio. Yo no creo que el Señor quería que viviéramos aislados. Él quiere que nos sirvamos unos a otros. La Biblia dice que debemos trabajar seis días y descansar el séptimo. ¿Qué estamos haciendo cuando trabajamos? Generalmente, sirviendo a otros. Si lo hacemos bien y sabiamente, podemos prosperar. Esto es el mandamiento de Dios. Es muy difícil —yo diría que hasta imposible, que podamos proveer todo para nosotros mismos. Yo pienso que el Señor hizo que eso fuera difícil por una razón. Él quiere que interactuemos unos con otros, que nos sirvamos unos a otros, que nos ayudemos unos a otros. Los negocios realizados a la manera de Dios son una hermosa bendición a la humanidad.

Hay muchas advertencias acerca de la riqueza en la Biblia y sería una negligencia de mi parte si no las menciono.

Proverbios 23:4-5 “No te afanes por hacerte rico; sé prudente y desiste. ¿Has de poner tus ojos en las riquezas, siendo ningunas? Porque se harán alas como alas de águila, y volarán al cielo”.

¿Qué?! Aquí dice que no trabajemos para hacernos ricos. Yo creo que esto significa que las riquezas no deben ser el enfoque o la razón por la cual trabajamos. Las razones deben de ser porque se nos manda hacerlo en el Cuarto Mandamiento, segunda, para proveer para los nuestros (I Timoteo 5:8), y tercera, para servir a otros. Estoy segura que hay otras razones por las que Dios nos manda trabajar,

pero yo personalmente considero estas tres como las principales. Este versículo también alude a la naturaleza temporal de las riquezas. Hay muchos que han perdido sus riquezas rápidamente a través del hurto, malas decisiones de negocios, descuidos, desastres naturales, guerra, la economía, etc. Si estamos confiando en nuestras riquezas para ser felices, estamos confiando en algo muy frágil. El amor a Dios y el amor por nuestra familia y por otros deben ser nuestro enfoque. Si tenemos alimento y abrigo, debemos de tener contentamiento. Si tenemos al Señor Jesús como nuestro Salvador, tenemos una esperanza que nos sostendrá a través de todo lo que la vida nos arroje —y nos va a arrojar bastantes cosas si vivimos lo suficiente. No confiemos en las riquezas — confiemos en Jesús.

I Timoteo 6:17-19 " A los ricos de este siglo manda que no sean altivos, ni pongan la esperanza en las riquezas, las cuales son inciertas, sino en el Dios vivo, que nos da todas las cosas en abundancia para que las disfrutemos. Que hagan bien, que sean ricos en buenas obras, dadivosos, generosos; atesorando para sí buen fundamento para lo por venir, que echen mano de la vida eterna.

Dios ama a los ricos y aquí les está dando consejo. No sean engréidos porque son ricos, estén dispuestos a hablar con las personas que no son tan ricas como ustedes. No confíen en sus riquezas—las pueden perder en cualquier momento. Sean buenos y generosos con los demás. Uno de los grandes placeres de tener más de lo que necesitamos es que podemos ayudar a otros. Para mí esto es lo más maravilloso de ser rico. Causa gran placer poder ayudar a aquellos en necesidad.

Tarea -

Anota Proverbios 10:22 y I Timoteo 6:17-19. Subraya lo que se les manda hacer a los ricos.

DÍA CINCO

Lecciones – Los negocios pueden extender el Evangelio

Los misioneros han trabajado en forma sacrificada a través de la historia para llevar el Evangelio a los perdidos. En el pasado se han adentrado en lugares salvajes para llevar el Evangelio a grupos indígenas no-alcanzados. Quedan pocos lugares como esos gracias a su sacrificio y valentía. Consideremos cómo los negocios son una excelente manera de alcanzar a las personas que jamás pondrían un pie en un templo. Algunos países prohíben la entrada a misioneros pero dan la bienvenida a los negocios. Cuando fui misionera por breve tiempo en México, íbamos casa por casa invitando a las personas a la reunión de la iglesia y algunos llegaron a ir. Pero al pensar en retrospectiva, me pregunto a cuántas personas más podríamos haber alcanzado si hubiéramos tenido un negocio legítimo establecido sirviendo a la comunidad. Podríamos haber provisto a las personas de empleo, testificado a los clientes y proveedores, ofrecido estudios bíblicos, y tantas cosas más. Creo que podríamos haber desarrollado una buena reputación en la comunidad con prácticas de negocio bíblicas y honestas. Podríamos haber aportado algo a la comunidad mientras les ministrábamos. Las misiones son algo grandioso y ciertamente necesitamos establecer iglesias, pero si no tenemos el llamado de Dios a ser pastores, pensemos en lo que podemos hacer para servir a las personas en países extranjeros no-alcanzados por medio de los negocios.

Tarea -

Anota Proverbios 10:4. Luego escribe tres maneras en las que puedes servir a otros.

Tres maneras en las que puedo a otros:

UNA: _____

DOS: _____

TRES: _____

Revisión del Maestro - Semana Uno

Pida a su alumno que explique por qué los negocios son esenciales para la vida y nuestro bienestar. Lea el párrafo del día tres y revise que las tareas para el día cuatro y cinco se hayan completado.

DÍA SEIS

Lección – Biografía de negocios de Tomás Edison

¿Quién inventó la bombilla eléctrica? ¿Respondieron que Tomás Edison? Bueno, si eso respondieron, se equivocan. Humphrey Davey fue quien la inventó. ¿Por qué entonces es que tantos piensan que fue Tomás Edison? Porque Edison fue quien la dio al mundo. Él la perfeccionó y la hizo comercialmente viable. Una cosa es inventar algo —y otra muy distinta es comercializarlo. Por eso es que es tan importante saber hacer negocios.

Edison nació el 11 de febrero de 1847 —justo antes de la guerra civil. Fue el último de siete hijos. Después de tan solo tres meses en la escuela, la abandonó. Sus maestros pensaban que era un tonto y lo llamaban “confundido”. Que triste, sin embargo, su madre sabía mejor que nadie que eso no era cierto y lo empezó a educar en el hogar. Edison dijo de su madre, “Mi madre es la que me formó. Ella fue tan fiel y confiaba tanto en mí, que yo sentí que tenía que vivir mi vida por alguien a quien no quería desilusionar”.

De hecho, era sumamente inteligente y devoraba estudios analíticos cuantitativos. Trabajó en un tren vendiendo dulces, frutas y periódicos. Siempre estaba buscando la manera de ganar dinero y fue el primero en imprimir un periódico en un tren. Además, siempre estaba experimentando con algo y un día causó un incendio en el tren, que ocasionó su despido.

Después de salvar la vida de un niño de tres años al evitar que fuera arrollado por el tren, el padre del niño (el gerente de la estación del tren) ofreció enseñarle a ser un operador de telégrafo. Edison siempre reflexionaba las cosas así que pidió el turno de noche cuando había menos trabajo para continuar con sus experimentos. Desafortunadamente, una vez más fue despedido por derramar ácido para baterías, el cual se filtró por entre las tablas del piso hasta caer sobre el escritorio de su jefe.

Después de esto, Edison inventó el telégrafo cuádruplex, lo cual hizo posible que se pudieran enviar más de un mensaje a la vez por los cables. Demostró su invento ante representantes de Western Union, pensando que podría venderlo en unos cuatro o cinco mil dólares que era una gran suma en ese tiempo. No sabía que valor tendría ese invento para la compañía así que sabiamente dejó que ellos hicieran la primera oferta. Se sorprendió cuando le ofrecieron \$10,000 dólares (como 206,300 en dinero de hoy). Él felizmente aceptó su oferta. No piensen que fue un mal negocio para Western Union. Ellos se ahorraron millones al no tener que instalar más líneas de telégrafo.

Se requiere dinero para desarrollar y comercializar productos. Con ese dinero, Edison logró construir su laboratorio en Menlo Park en Nueva Jersey. ¡Menlo Park fue una idea genial! Edison trajo a inventores y científicos de todas partes para trabajar en inventos. En tan solo una década ya se había extendido dos cuadras completas. Él dijo que quería tener en inventario casi todo material conocido. Un periódico de 1887 publicó que el laboratorio contenía “ocho mil tipos de productos químicos, todo tipo de tornillo fabricado, todo tamaño de aguja, todo tipo de cordón y alambre, pelo de

humanos, caballos, cerdos, vacas, conejos, cabras, camellos...seda en todas sus texturas, capullos, varios tipos de pezuñas, dientes de tiburón, cuernos de venado, conchas de tortuga...corcho, resina, barnices y aceites, plumas de avestruz, cola de pavo real, azabache, ámbar, hule, todos los minerales..." ¡Vaya! ¡Me pregunto qué sistema de inventario utilizaba!

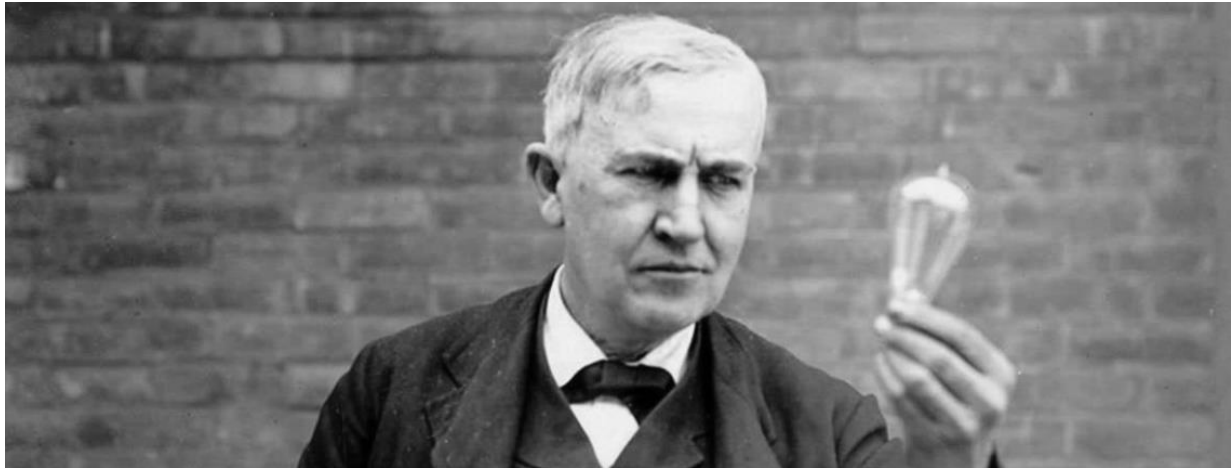
Cuando el foco eléctrico fue recién inventado por Humphrey Davis, funcionó solo por unos pocos minutos. No era muy útil. Edison buscó y buscó un filamento que durara más tiempo encendido. Después de muchos experimentos, finalmente Edison logró hacer que durara 13.5 horas. Eso era mejor, pero no suficientemente bueno para llevarlo al mercado. Mientras estaba de vacaciones en Wyoming para observar un eclipse solar, se fijó en los filamentos de bambú en su caña de pescar. ¡Decidió probarlos y descubrió que duraban 1,200 horas (cinco meses)! ¡Por fin! Un foco comercialmente viable que podía ser de utilidad. Edison hizo la primera demostración pública de su foco el 31 de diciembre de 1879, en Menlo Park. J.P. Morgan invirtió en el proyecto y dijo "Haremos que la electricidad sea tan barata que únicamente los ricos quemarán velas". Qué regalo al mundo. Las invenciones, los negocios y las finanzas trabajando juntos para iluminar al mundo. No necesito decirles que la electricidad fue un gran éxito. Pronto Edison tenía empresas en todo el mundo. Edison definitivamente fue un genio en invenciones. Pero también fue un genio en los negocios.

Me encanta estudiar biografías no solo para estudiar cómo fue que la gente tuvo éxito, sino también para aprender de sus errores. Un inventor llamado Tesla (¿les suena familiar?), descubrió otro tipo de electricidad, la corriente alterna (CA). Trabajo para Edison, pero renunció por una disputa en cuanto a su sueldo. Esto fue desafortunado pues el descubrimiento de Tesla era mejor para enviar la corriente a través de grandes distancias. Edison intentó desacreditarlo diciendo que era peligroso y de hecho electrocutó a un elefante para mostrar al público su peligro. Esto le resultó contraproducente. No fue del agrado del público y le llevó a Edison mucho tiempo reparar su reputación. La Biblia nos dice que el obrero es digno de su salario. Yo no sé si Edison le estaba pagando lo justo a Tesla o no, pero perdió a un excelente inventor que luego llegó a ser su competencia. Hoy, ambos tipos de electricidad son utilizadas.

Edison se convirtió en un hombre muy rico. Se casó pero su primera esposa murió. Se volvió a casar y compró una casa de retiro de invierno en Fort Myers, Florida. Pasaron muchos inviernos allí, y el siempre curioso e inquieto Edison se dedicó, aun allí en Florida, a buscar una fuente doméstica para el caucho natural. Henry Ford vivía a corta distancia. Edison contribuyó tecnología para el automóvil. Permanecieron amigos hasta la muerte de Edison.

Desafortunadamente, Edison no era cristiano. Él creía en un ser Supremo que hizo todo, pero no creía que era el Dios de la Biblia. Tal vez debió de haber utilizado su curiosidad para investigar la Biblia. Tomás Edison murió debido a complicaciones con la diabetes el 18 de octubre de 1931. Se le habían otorgado 1,368 patentes. Su habilidad para inventar era asombrosa, sin embargo, sin su habilidad para preparar el mercado para que recibiera sus inventos y encontrar personas que quisieran financiar sus proyectos, así como sus sistemas de negocios para administrarlos—muchos de estos inventos quizás nunca hubieran llegado al mundo. Sin Edison, ¿quién sabe qué tan atrasados podríamos estar! Luces, cine, tecnología inalámbrica, estéreos, teléfonos —todos estos y muchos más tuvieron la mano de Edison en sus inicios. Cuando encendamos un foco podemos pensar en Edison y darle gracias a Dios por haberlo traído al mundo. Sería un mundo mucho más oscuro sin él.

RESUMEN: TOMÁS EDISON



1847 - 1931

“Genio es uno por ciento de inspiración y noventa y nueve por ciento de transpiración” -Tomás Edison

Tomás Edison fue un inventor prolífico, pero también muy talentoso en encontrar maneras de financiar sus invenciones, de desarrollar sistemas de negocios y de llevar al mercado sus inventos. El Laboratorio de Menlo Park contribuyó para que la tecnología avanzara rápidamente. Tomás Edison nos proporcionó industrias completamente nuevas —compañías de luz, grabaciones de sonido, cinematografía, mejoras en las telecomunicaciones y mucho más.

Lección por aprender

Una gran idea es inútil si no podemos establecer un sistema para hacerla llegar al mercado.

DÍA SIETE

Tarea - Encuentra tres citas famosas de Edison y anótalas abajo.

UNA: _____

DOS: _____

TRES: _____

DÍAS OCHO AL DOCE

Tarea -

Lee el libro *Dar para Recibir*, de Bob Burg.

Se consigue aquí- <https://www.amazon.com/Dar-para-recibir-Bob-Burg/dp/8492452072>

Revisión del Maestro – Semana Dos

Revise las citas de Edison del Día Siete. El alumno ya debe de haber terminado la lectura del libro, Dar para Recibir. Ya tuvieron cinco días para leerlo. Pregunte al alumno, “¿De qué manera las lecciones que se enseñan en este libro reflejan las enseñanzas de la biblia?”.

DÍA TRECE

Tarea -

¿Qué lecciones de Dar para Recibir puedes aplicar a tu vida?

DÍA CATORCE

Lección – Repaso de Dar para Recibir

Espero que hayan disfrutado del libro Dar para Recibir. Me gustan las tres razones universales que da para el trabajo —“Sobrevivir —para suplir las necesidades básicas de la vida. Ahorrar —para ir más allá de las necesidades básicas y ampliar nuestra vida. Y Servicio —para hacer una contribución al mundo a nuestro alrededor” pág. 59. Esto se parece mucho a un versículo en la Biblia. “El que hurtaba, no hurte más, sino trabaje, haciendo con sus manos lo que es bueno, para que tenga qué compartir con el que padece necesidad” Efesios 4:28. Este versículo abarca desde de ladrón, que toma de otros por la fuerza para sobrevivir, hasta un trabajador que está proveyendo para sus propias necesidades con un buen trabajo (sobreviviendo), hasta una persona que tiene dinero extra (de su ahorro) para ayudar a otros en necesidad o para “servir” a otros. Es asombroso lo mucho que la Biblia se puede aplicar a la vida diaria y a los negocios. Dios quiere que proveamos para nuestros hogares antes de que demos a otros. “Porque si alguno no provee para los suyos, y mayormente para los de su casa, ha negado la fe, y es peor que un incrédulo” I Timoteo 5:8. Algunas personas piensan que como ellos están en el ministerio, entonces están exentos de lo que dice este versículo. Pero el versículo no hace esa excepción. Si un pastor o un misionero no puede obtener suficiente apoyo económico para proveer para las necesidades de su familia, tal vez el Señor tiene otro llamado para él. Las necesidades de la familia vienen en primer lugar o es peor que un incrédulo. Un incrédulo es un no-creyente. ¡Vaya!

Pienso que también vale la pena notar que Dios no desea que nos enfoquemos en nosotros mismos durante toda la vida, sino que también tengamos la meta de ayudar a los que están en necesidad. A Dios le preocupan los pobres y los necesitados. Él manda a individuos que les ayuden. Pienso que como individuos podemos evaluar mejor las necesidades de las personas de lo que lo puede hacer el gobierno o las grandes organizaciones (aunque éstas también pueden ser de utilidad). Podemos determinar si lo merecen o si solamente son flojos. La Biblia dice, “Si alguno no quiere trabajar, tampoco coma” II Tesalonicenses 3:10. Hay personas que trabajan duro pero les pueden suceden cosas terribles que los llevan a la pobreza. A veces realmente no logran encontrar un trabajo que provea el sustento mínimo. De manera que nosotros debemos trabajar diligentemente para proveer para las necesidades de nuestra familia y tener fondos adicionales para ayudar a los que tienen necesidad. Debo agregar que se obtiene un gran gozo cuando uno da. Para mí, los negocios en sí mismos son una forma de servir a otros. Un negocio contrata personas —sirviéndolas al proveerles una fuente de sustento— provee un producto o servicio para las personas, crea relaciones en la comunidad, contribuye con impuestos que también ayudan a las personas (no voy a hablar de cómo el gobierno malgasta nuestro dinero, aunque también hace algunas cosas buenas como construir caminos, proveer protección, y hacer que se cumplan las leyes). ¡Los negocios son un asombroso don de Dios para nosotros! Si aplicamos principios bíblicos a los negocios, podemos tener un negocio que esté basado en el amor y no en la avaricia. Podemos usarlo para servir a otros y procurar su bien, así como, proveer para nuestras propias necesidades. Yo creo que no hay satisfacción mayor que la satisfacción de servir a otros y de ayudar a aquellos en necesidad. Inténtelo. Su tarea para hoy es servir a alguien. Jueguen con sus hermanos menores, recojan sus juguetes, saquen la basura... ¡piensen en algo que puedan hacer por otros y háganlo! Anoten abajo qué fue lo que hicieron.

Tarea - Sirve a alguien en tu vida, y escribe acerca de esa experiencia abajo.

DÍA QUINCE

Lección – Los tipos de negocios

¿Sabían que hay diferentes tipos de negocios? Ojalá, podamos determinar que tipo de negocio es mejor para nosotros.

Los negocios de Servicios sencillamente son negocios que proveen servicios a los demás.

Negocios de Servicio

Cortar el césped

Mantenimiento de albercas

Pasear perros

Control de plagas (Fumigación)

Limpieza de casas

Poda de árboles y arbustos Limpieza de chimeneas

Reparaciones en el hogar — hay de muchos tipos

Ventajas-

Muchos son fáciles de iniciar.

Fáciles de operar cuando se establecen los sistemas adecuados.

Los gastos de arranque pueden ser bajos. Dependerá del equipo que se requiera.

Pueden comenzar lentamente con el dueño como único empleado e ir creciendo poco a poco.

Muchos servicios son servicios que se repiten, de manera que no es necesario promoverlo una vez que se llega al tamaño deseado. Por supuesto, habría que anunciarse un poco si se pierden clientes, pero con el paso del tiempo se desarrolla una clientela a la cual se sirve vez tras vez.

Desventajas-

Cuando se crece y hay que contratar empleados también hay que administrarlos. Puede ser difícil encontrar buenos empleados.

Hay que estar al pendiente de la competencia y estar preparado para hacer ajustes al negocio para satisfacer la oferta y la demanda del mercado.

Venta de Productos

Ejemplos:

Inventos —la lista es interminable — abajo hay algunos ejemplos. Si lo pueden tocar es un producto

Automóviles

Ropa Lápices:)

Alimentos

Gas

Celulares

Ventajas

Si encuentran un producto que la gente ame o necesite, pueden tener mucho éxito. Puede ser muy divertido desarrollar un producto y llevarlo al mercado.

Desventajas

Los requerimientos de capital pueden ser elevados —puede requerirse de mucho dinero para desarrollar un producto. Puede ser necesario patentar el producto para proteger sus derechos. Puede tomarse mucho trabajo y dinero para desarrollar plenamente un producto. Puede ser difícil comercializarlo y regular la oferta y la demanda.

Es fácil cometer errores y perder mucho dinero. Por ejemplo, si manufacturamos demasiado producto y lo tenemos que almacenar, el gasto de almacenaje puede ser mayor a la utilidad de la venta. Es necesario conocer bien nuestros números y el mercado antes de iniciar.

Basado en Activos

Bienes raíces

Renta de vehículos

Arrendamiento de herramientas

Inversiones —en negocios, en acciones, metales preciosos o artículos valiosos como piezas de arte.

Ventajas

Relativamente bajo mantenimiento (aunque no siempre). Fáciles de sistematizar.

Desventajas

Si vamos a invertir en activos para obtener una utilidad, *necesitamos* educarnos. Es fácil perder dinero en bienes raíces, acciones en la bolsa, y otros activos si no sabemos lo que estamos haciendo. Se requiere de una fuerte cantidad de dinero para invertir en activos si se espera ganar lo suficiente para vivir de eso.

Ventas de Menudeo

Tiendas —tiendas que venden productos al menudeo. Hay de muchos tipos —ropa, autos, abarrotes, estaciones de gasolina, pastelerías, centros de jardinería. Cualquier lugar que venda productos al consumidor. Los restaurantes entran en las categorías de menudeo y de hospitalidad.

Ventajas

Una vez que están establecidas y funcionando, pueden ser una asombrosa fuente de ingresos recurrentes.

Se pueden sistematizar fácilmente, y con buenos gerentes (y empleados) pueden operar bien sin necesidad de mucha intervención de los dueños.

Desventajas

Pueden ser difíciles de iniciar —requieren de mucha administración al principio. Fuerte inversión de entrada.

Inversión a largo plazo.

Hospitalidad

Restaurantes

Hoteles

Puestos de limonada

Ventajas

Ingresos continuos. Posible tener activos en bienes raíces en el edificio. Contacto personal —cara a cara con los clientes.

Desventajas

Trabajo de noche y los fines de semana. Muchos empleados que administrar.

Profesionistas- estos *no* son negocios, sin embargo, algunos han usado su profesión y la han transformado en negocio. Por ejemplo, un médico que inicia y opera su propia clínica, un maestro que empieza un servicio de tutoría o clases particulares, un abogado que abre su propio despacho, un pastor que inicia un ministerio para-eclésiástico (técnicamente no es un negocio pues probablemente no persigue fines de lucro, pero puede operar tan eficientemente como un negocio).

Ejemplos: Médicos Enfermeras Cirujanos

Otros profesionales de la medicina Fotógrafos

Escritores Abogados Maestros Pastores Políticos

Servicio público

Ventajas

No es necesario manejar muchos empleados (si acaso, personal de oficina). De fácil mantenimiento en su mayoría.

Desventajas

Requiere de mucha educación académica. Solo se gana dinero cuando se trabaja (en la mayoría de los casos —a menos que se inicie un negocio).

Tarea:

¿Qué tipo de negocio es el que más te atrae? ¿Por qué? Anota tus razones enseguida.

A large rounded rectangle with a green border and 14 horizontal black lines inside, serving as a writing area.

Revisión del Maestro – Semana Tres

Lea lo que sus alumnos aprendieron del libro Dar para Recibir en el Día Trece. Revise cuál fue el servicio que escogieron en el Día Quince.

DÍA DIECISÉIS

Lección - Emprendedor, Franquiciado, Gerente, Empleado -¿Cuál de éstos somos?

No todos tienen habilidad para operar su propio negocio. Los negocios están urgidos de buenos empleados y de un buen jefe que los recompense bien. Hay mucho que se puede decir acerca de ir a un trabajo, regresar a casa y dejarlo todo atrás al final del día. Sin estrés respecto a cómo le van a hacer para pagar la nómina, administrar a los empleados o pagar las cuentas. ¿Cómo saber si vamos a ser más felices como empleados, inversionistas o patrones?

Vamos a comentar acerca de algunas ocupaciones y las personalidades que mejor se adaptan a éstas.

A los contadores les encantan los números y las cosas estructuradas. Son felices con reglamentos y les gusta la misma rutina cada día. Son estables, precisos y les gusta terminar proyectos. Les gusta trabajar en una oficina.

Los vendedores generalmente son personas extrovertidas. Les encanta la gente y los viajes. Son con frecuencia creativos. Estudiar y entender a las personas es algo interesante para ellos. Les gusta superar objetivos y encontrar personas a quienes les encantará el producto o servicio que venden. Son personas abiertas de manera que no les molesta que la gente les diga que no — simplemente ofrecen su producto a otra persona.

A los gerentes y los dueños de franquicias les encanta administrar un sistema. Saben tratar con la gente y disciernen en dónde encajan mejor en el negocio. No les gusta el riesgo, de manera que prefieren que se les dé un sistema que puedan operar — como una franquicia o un negocio que ya está funcionando. Los gerentes son buenos manejando presupuestos y manejando las finanzas. Generalmente, no les gusta el riesgo y no quieren ser responsables por todo el negocio. En una franquicia el sistema ya está establecido, se da capacitación, el éxito es probable, el riesgo ya ha sido evaluado, la inversión ya ha sido calculada. El dueño de la franquicia pudiera caer bajo la categoría

de emprendedor, sin embargo, como gran parte del trabajo para iniciar el negocio ya se ha hecho, siento que encaja mejor en la categoría de gerente. Los emprendedores son visionarios. Toman riesgos con facilidad. Les encanta aportar ideas y resolver los detalles de cómo iniciar un negocio. Pueden o no ser buenos en el manejo de personal o en la contabilidad. A veces batallan para determinar qué tan rápido deben hacer crecer el negocio o agregar nuevos productos. Si logran establecer buenos sistemas y contratar a buenos empleados para trabajar en lo que son sus áreas debilidad, les irá bien. Es crucial vigilar cuidadosamente las finanzas en el arranque de un negocio nuevo, de manera que tener fortaleza en esta área es importante.

Tarea -

Toma la siguiente prueba para ver si te ayuda a determinar en que tipo de trabajo lo harías mejor. No es una prueba exacta, pero espero te ayude a saber en que tipo de trabajo te sentirías mejor. No hay respuestas correctas ni incorrectas.

¿Quién eres? Encierra en un círculo la que mejor te describe.

1. ¿Cuántas ideas de negocios has tenido en los últimos seis meses?
 - a. 0-1
 - b. 2-6
 - c. 10+
2. ¿Alguna vez has vendido algo?
 - a. No
 - b. Sí
 - c. Sí, ¡desde siempre!
3. ¿Compras las extensiones de las garantías?
 - a. ¡Sí, siempre!
 - b. A veces
 - c. Nunca
4. ¿Qué tan frecuentemente te encuentras liderando personas?
 - a. Rara vez
 - b. Siempre
 - c. Casi siempre
5. ¿Te gusta el orden y la rutina?
 - a. Sí
 - b. A veces
 - c. Rara vez

6. ¿En ocasiones te das por vencido con alguna idea?

- a. Sí
- b. A veces
- c. Nunca

7. ¿Te gusta la competencia?

- a. No
- b. Un poco
- c. ¡Sí!

8. ¿Lograrías materializar una idea con o sin la ayuda de alguien más?

- a. Yo necesito ayuda.
- b. Yo prefiero que me ayuden.
- c. Yo siempre me las arreglo solo.

9. ¿Aprecian las personas tu "estabilidad" o "constancia"?

- a. Sí, estable y confiable.
- b. Casi siempre, pero me gusta variarle ocasionalmente.
- c. ¿Estabilidad? Me aburro muy pronto.

10. ¿Alguna vez has estado en las fuerzas armadas o crees que te gustaría estar?

- a. Tal vez
- b. Sí
- c. ¡De ninguna manera!

Revisa tus respuestas. Si respondiste mayormente "a" te inclinas por ser un gerente o administrador. Si respondiste principalmente "b" te podría ir bien como dueño de una franquicia. Si la mayoría de tus respuestas fueron "c" estás preparado para una vida de emprendedor.

Describe en qué tipo de trabajo crees que lo harías mejor, ya sea como empleado, gerente, dueño de una franquicia, emprendedor, profesionista (el pastor y el misionero están en esta categoría), inversionista, o algo más. ¿Por qué piensas así? ¿Qué dones, intereses o hábitos tienes que te llevan a pensar así?

DÍA DIECISIETE

Tarea -

Escribe cuales son las ventajas y desventajas de ser, ya sea, empleado, gerente, dueño de una franquicia, o emprendedor. ESCOGE SOLAMENTE UNA —en la que crees que tú lo harías mejor.

DÍA DIECIOCHO

Lección - ¡Qué puede hacer un muchacho?

Hay un gran libro titulado "The Richest Kids in America" (Los Niños Más Ricos de América) por Mark Victor Hansen. Trata acerca de diversos tipos de negocios que han sido operados por niños. Se los recomiendo si les hace falta inspiración. Los negocios que han sido desarrollados por niños sobrepasa la imaginación. Han sido muy exitosos. Productos de belleza, productos para

computadoras, animales de peluche, servicios y más están entre sus muchos logros. También han recabado fondos para causas de beneficencia y han iniciado movimientos nacionales. No crean que simplemente por que son jóvenes no pueden hacer cosas divertidas y asombrosas en el mundo de los negocios. Muchos niños y jóvenes han convertido un pasatiempo en un negocio. Algunos vieron una necesidad o un problema que requería de una solución.

Permítanme contarles de Zadok. Tenía cinco años de edad cuando vio por primera vez una retroexcavadora. Fue amor a primera vista. El quería una retroexcavadora más que cualquier otra cosa. También descubrió que las retroexcavadoras cuestan dinero. La maquinaria en su mente comenzó a trabajar: "¿cómo consigo dinero?". Zadok comenzó a hacer tomaollas o manoplas para ollas. Las vendía a cada persona que conocía. Era una idea genial porque pocas personas pueden resistir comprarle a un adorable niño de cinco años. Su papá le ayudó vendiéndolas a sus compañeros de trabajo. Pronto ahorró lo suficiente para comprar una cortadora de pasto la cual renta para ganar más dinero. Pienso que Zadok va por buen camino para algún día comprar su retroexcavadora.

Pensemos en qué tipo de negocio nos gustaría involucrarnos o iniciar. ¿Qué es lo que amamos hacer? ¿Cuál es nuestra pasión? ¿Qué problemas vemos que se tendrían que resolver? ¿Qué necesidades hay que requieran ser suplidas? ¿Qué es lo que nos gusta leer? ¿Qué es lo que nos gusta crear? ¿Qué es lo que nos emociona? ¿Se dan cuenta cómo la respuesta a ese tipo de preguntas pueden conducirnos a algún negocio?

Tarea -

Piensa en las preguntas de arriba y escribe algo acerca de cualquier idea que piensas que te gustaría desarrollar en un negocio o escribe acerca de algo que te encanta hacer.

DÍA DIECINUEVE

Lección – Asia Newson

Si tienen acceso al Internet y permiso de sus padres, vayan al sitio de abajo y vean el video.

<http://abcnews.go.com/Business/11-year-detroit-girls-perfect-sales-pitch-blow/stor?id=27445846>

También pueden buscar en Internet: Asia Newson ABC 2020, para ver el vínculo.

¡Asia Newson es una niña vendedora admirable! ¡Tiene habilidad para las ventas y un plan de negocios. ¡En este video solamente tenía once años de edad! ¡Es asombroso lo que los niños pueden hacer! Ella dice, “Mi misión es reconocer el verdadero potencial en cada niño y desarrollar en ellos una seguridad intrínseca para que hagan un uso óptimo de sus talentos individuales”. ¿Captaron eso? Regresen y léanlo con más calma. En el video, noten que no está solamente vendiendo una vela, sino una inversión en su trabajo de educar a las niñas en asuntos de negocios. Escuchen detenidamente lo que dice y cómo actúa. No se deja desanimar por las personas que no están interesadas. Debido a su entusiasmo, metas, y avidez por aprender, las personas están deseosas de enseñarle para que pueda llegar al siguiente nivel. (Me encanta cómo su papá está allí cerca cuidando de ella). Vayan a su sitio web *superbusinessgirl.com* y obsérvenlo. También hay una Plática Ted (Ted Talk) y un video en YouTube de ella haciendo su presentación. Asegúrense de tener la aprobación de sus padres antes de verlos. Pueden inscribirse para un taller o solicitar que ella vaya a hablar a algún grupo. Si están en un club de negocios, ¡sería fantástico ver si ella puede ir a darles alguna conferencia! ¡Ella quiere ser alcalde de Detroit y presidenta del país algún día! ¡Y yo pienso que es muy posible que lo logre!

DÍA VEINTE

Tarea -

Responde a las siguientes preguntas.

¿En qué manera es tan singular Asia Newson?

¿Cuál es su técnica de mercadeo?

¿Qué podrías hacer ahora para comenzar un negocio?

Revisión del Maestro – Semana Cuatro

Lea las respuestas a la lección 17 – ¿Qué tipo de persona de negocios eres y porque? Lea las respuestas a la lección 18.

DÍA VEINTIUNO

Lección – Mercadotecnia

¡Imaginen que todas las personas del mundo desaparecieran y nos quedáramos como dueños del mundo entero! ¡De todo el oro de Fort Knox! De todos los edificios, de todos los automóviles, de todos los barcos. De todas las casas de millones de dólares con sus albercas y salas de cine. ¿Cómo nos sentiríamos? Tal vez, al principio muy bien, pero pronto los autos se quedarían sin gasolina, no habría energía eléctrica, la comida se echaría a perder y estaríamos viviendo de manera no muy diferente a la gente de la Edad Media. Pero eso no sería lo peor. Lo peor sería vivir sin otras personas. La gente necesita gente. Un bebé se moriría si nunca fuera sostenido en brazos. La gente soltera no vive tantos años como la gente casada, la gente que no tiene relaciones cercanas es depresiva y más propensa a morir después de tener un ataque al corazón. Los hijos que no tienen buenas relaciones con sus padres no viven tanto tiempo como los que sí las tienen. Las personas desesperadamente necesitan a otras personas. Por eso es que Dios las puso en familias. Esa es una de las razones por las cuales dijo Dios, “No dejando de congregarnos”. Dios quiere que estemos en iglesias teniendo comunión con otros —**inclusive si no estamos de acuerdo en todas las cuestiones**. Una amistad cercana es una cosa muy hermosa que nutre y sustenta nuestra alma. Una relación tóxica nos puede destruir —¡alejémonos de esas relaciones! Los negocios no pueden llevarse a cabo sin relaciones. Los negocios prosperan cuando hay buenas relaciones entre las personas donde cada uno está procurando el bienestar del otro.

Cuando hacemos algo para alguien, eso ayuda a establecer una relación. En el libro, “Tú Prosperarás” (Thou Shalt Prosper), el autor narra la siguiente historia. Se subió a un taxi en una noche muy helada en la ciudad de Nueva York y le pidió al taxista que lo llevara a cierto lugar. El taxista respondió, “Ese lugar está a la vuelta de la esquina”. Detestaba tener que salir al frío glacial pero el taxista dijo, “Espere, lo llevo de todas maneras”. ¡No le cobró por el servicio! Él taxista dijo, “Lo que se da, más tarde se recibe, solo lo quería ayudar pues se ve que está helado”. El rabino le pidió su tarjeta de presentación al taxista y siempre que está en Nueva York lo llama para que lo transporte. Este es un ejemplo de una conexión humana. Ayudar a otros —no por dinero o ganancia —sino

porque es bueno hacerlo. Conforme vamos estableciendo conexiones sociales vamos descubriendo las necesidades que tienen otros y podemos ayudarles. Podemos esforzarnos por servirles en nuestro negocio. Conforme desarrollamos productos y servicios, necesitamos informar a otros acerca de ellos.

Eso es lo que debe ser la mercadotecnia. La mercadotecnia es decirle al mundo acerca de nuestro producto y encontrar a las personas que más probablemente se beneficiarían de él. No debe ser un hostigamiento ni se trata de hacerlos caer en una trampa para que compren. El hombre de negocios cristiano debe tener en mente las necesidades de las personas y estar dispuesto a servir. Debemos estar agradecidos por todos los productos a nuestra disposición. Sin la mercadotecnia, no sabríamos que existe el producto o servicio que queremos o necesitamos. El Internet tiene muchas maldades, pero también ha traído cosas buenas al mundo. Una de ellas es la mercadotecnia. ¡Es asombrosa la facilidad con la que podemos encontrar lo que queremos! Es fácil para un negocio nuevo anunciarse en el Internet. La mercadotecnia a través del Internet ha ayudado a muchos negocios florecientes. La mercadotecnia llevada a cabo desde una perspectiva cristiana es una bendición para el mundo.

Antes de promover una idea en el mercado, es necesario saber si hay deseo o interés por ella en el mercado y si ya existen productos o servicios similares allá afuera que hacen lo mismo. ¿Cómo sabemos si nuestra idea funcionará? A eso se le llama Investigación de Mercado.

"El no realizar una investigación de mercado antes de iniciar un negocio o durante su operación es como manejar desde Texas hasta Nueva York sin mapa carretero ni señalamientos en la ruta," dice William Bill de Wealth Design Group LLC en Houston. "Necesitas saber en qué dirección viajar y qué tan rápido puedes conducir. Un buen plan de investigación de mercado nos indicará quiénes y dónde están nuestros clientes. También nos dirá cuándo hay más probabilidad de que estén dispuestos a comprar nuestro producto o servicio".

Cuando se le preguntó a Steve Jobs si hacía investigación de mercado, respondió, "No, porque la gente no sabe lo que quiere sino hasta que se los mostramos".

Arriba encontramos dos ideas totalmente distintas acerca de la investigación de mercado. Pienso que la diferencia tiene que ver con la familiaridad que tenga el producto con el público. Si se trata de un invento totalmente nuevo, el público puede no saber qué tanto lo van a desear y sería difícil hacer una investigación de mercado. Si es algo similar a productos o servicios existentes, es más fácil hacer una investigación de mercados.

Henry Ford famosamente dijo, "Si le hubiera preguntado a la gente qué es lo que querían, me hubieran dicho que caballos más rápidos". Ford vio una necesidad y pudo prever el gran beneficio que sería el automóvil, aun si la gente no lo veía de la misma manera al principio. Lo que nuestros clientes pueden pensar que necesitan puede no ser lo que realmente necesitan. Se requiere de mucha reflexión y de saber observar a las personas para determinar cuáles son sus necesidades reales. Steve Jobs creó un sistema operativo intuitivo para computadoras. Nadie lo había hecho antes. Él se imaginó como la gente de manera natural usaría su sistema que era hermoso e intuitivo. Si estamos inventando algo que el mundo nunca ha visto, será más difícil hacer una investigación de mercados. A veces tenemos que guiarnos por las corazonadas como un pionero.

Habiendo dicho esto, definitivamente hay un tiempo y un lugar para la investigación de mercado. Lori Greiner inventó un organizador para joyería después de ver a su mamá constantemente batallando para encontrar la pieza que buscaba en su alhajero. Antes de sacarlo al mercado, ella iba a centros comerciales y lugares donde se juntaba la gente, colocaba una mesa y mostraba a la gente su prototipo y les pedía su opinión. Ella hacía muchas preguntas: "¿Les gusta esto? ¿Lo comprarían? ¿Qué es lo que no le gusta? ¿Qué creen que se puede mejorar?". Pudo obtener retroalimentación valiosa y mejoró su producto antes de comenzar a fabricarlo. Lori se dio cuenta que otras mujeres también tenían problemas para organizar su joyería y que su producto era deseado y necesario. Supo que había una gran probabilidad de que su producto fuera exitoso y dio el siguiente paso.

Tipos de Investigación de Mercado

Investigación Primaria

La meta de la investigación primaria es encontrar información estudiando las ventas actuales y su efectividad. También se observa a la competencia para aprender de lo que ellos están haciendo. La Investigación primaria puede hacerse utilizando lo siguiente:

- Entrevistas (ya sea por teléfono o cara a cara)
- Encuestas (en línea o por correo)
- Cuestionarios (en línea o por correo)
- Grupos de enfoque donde se junta una muestra de clientes potenciales y se recibe retroalimentación directamente de ellos.

Investigación Secundaria

Con una investigación secundaria se está determinando quiénes son nuestra competencia, se evalúan normas y se identifica quiénes son nuestros clientes ideales.

Hoy en día, la tecnología hace que la investigación de mercado sea mucho más fácil. ¡Vayamos en línea y preguntemos a las personas! La mayoría está dispuesta a dar su opinión. El ir de casa en casa, o hacer encuestas en los centros comerciales es grandioso, es bueno ver a las personas cara a cara. Sin embargo, no vacilemos en utilizar las redes sociales para obtener información.

DÍA VEINTIDÓS

Lección – Técnicas de Mercadotecnia

Se cuenta la historia de un niño que tenía que vender velas para recabar fondos para una organización a la que pertenecía. Él iba casa por casa preguntando a la gente si querían comprar su vela que tenía un sobreprecio. Nadie compraba. Le surgió una idea en su mente. En la siguiente casa dijo: "¿Le gustaría dar un donativo de cinco dólares para (el nombre de la organización que representaba)? Le obsequiaré esta vela en gratitud por su donativo". El cliente la compró. En vez de pensar que se les estaba estafando con una vela con sobreprecio, estaban donando a una buena causa y recibiendo la vela como obsequio de gratitud. Como el propósito era recabar fondos para la organización, hacerlo de esa manera fue brillante. ¡Fue quien vendió más velas en toda la organización! La percepción es importante y cómo nos presentamos o la impresión que damos al vender hace la gran diferencia.

Mi esposo tiene un par de empresas. Una es una compañía para el cuidado de céspedes. Estaba tratando de encontrar un buen plan de mercadotecnia para encontrar más clientes. Preguntó a varias personas en nuestro estudio bíblico si llamarían a un servicio si encontraran un volante a la puerta de su casa. Dijeron que no, porque no sabían si a la hora de la hora les iba a salir muy caro y no querían verse presionados a contratar a esa empresa. "¿Qué si el volante dijera que la primera vez costaría veinte dólares y se le dejaría un presupuesto en la puerta por si quisieran contratarnos para ir semanalmente?", preguntó mi esposo. Todos acordaron que estarían más dispuestos a hacer eso. El precio era justo, sabían que no nos estábamos aprovechando de ellos y no se sentían presionados. Esta estrategia funcionó sorprendentemente bien. Repartimos volantes con esa leyenda en las casas, podamos el césped por esa cantidad y pudimos dejarles un presupuesto más exacto para el tamaño de su jardín. Nuestros trabajadores pudieron hacer el presupuesto y dejarlo a la puerta así que no fue necesario enviar a nuestro gerente para hacer las estimaciones. Logramos hacer crecer rápida y eficientemente a nuestra compañía. Resultó ser un buen sistema y un buen plan de mercadotecnia.

Hay muchas maneras de comercializar un producto o servicio. Abajo vamos a comentar algunas de las más básicas.

De Boca en Boca

Esta es probablemente una de las formas más simples de mercadotecnia, ¡pero no la subestimen! Muchos negocios se han disparado por la publicidad de boca en boca. Si tienen un producto de mucha demanda, su base de clientes puede aumentar rápidamente por avisos de boca en boca. También puede obrar a la inversa. Si le fallamos a nuestros clientes o damos un producto de mala calidad, la mala publicidad de boca en boca nos puede hundir rápidamente.

Redes Sociales y el Internet

Esta es una de las formas más económicas de mercadotecnia. Fácil y barata, las redes sociales han sido el catalizador para que muchos negocios nuevos tengan éxito. Pueden ser muy útiles para hacer llegar el producto o servicio al público. Se requiere habilidad y práctica para encontrar una estrategia que funcione. En estos días si no tienen un sitio web para su producto o servicio, lo más probable es que pierdan clientes potenciales. Especialmente si están en el negocio de la hospitalidad. Hotels.com, Expedia, Travelocity, todos dependen grandemente del Internet. Muchos negocios han tenido resultados fenomenales usando este método.

Publicidad enviada a domicilio —Tarjetas postales, volantes, y anuncios en el periódico.

Debido al Internet, esta forma de publicidad se está utilizando cada vez menos. Sin embargo, todavía es útil en algunas áreas. Resultó muy buena en el negocio de mi marido. Los servicios de entrega de comida rápida también han tenido buen éxito con este medio. Los políticos continuamente envían cartas a domicilio en los Estados Unidos, especialmente antes de una elección. Los supermercados ponen grandes anuncios con sus ofertas semanales en los periódicos.

Red de Contactos (Networking)

Compartir con otros puede ser una excelente forma de mercadotecnia. Existen clubes de negocios donde los dueños de negocios se reúnen a compartir lo que hacen con el fin de referir clientes unos a otros. Un dueño que corta césped le dará su tarjeta de presentación a un agente de bienes raíces quien lo puede recomendar con alguno de sus clientes cuando le compren una casa. Él puede corresponder luego refiriendo al agente a alguien que desea vender o comprar casa. Siempre debemos de estar listos para decirles a otros lo que hacemos. Compartamos con entusiasmo y mostremos interés en lo que ellos hacen. Quisiera compartir un pasaje del libro "Tú Prosperarás" que ilustra esto muy bien.

"Una de las primeras preguntas que se hacen dos personas que se están conociendo es '¿A qué te dedicas?' o '¿En qué trabajas?'. Necesitamos poder responder a esa pregunta con no más de 20 segundos de descripción. Es más, necesitamos responder a esa pregunta de tal manera que lo que hacemos suene absolutamente fascinante y prácticamente lo mueva a hacernos más preguntas. Ahora, si nuestra respuesta no es más que un "Oh, yo trabajo para la compañía de rodamientos Acme", habremos desperdiciado una oportunidad potencial para producir riqueza, pues no hemos dicho nada interesante acerca de nosotros mismos. ¿Qué es lo que hacemos para Acme? ¿Eres el director? ¿Estás en ventas, producción o contabilidad? Ahora, si hubiéramos respondido con una amplia sonrisa y dicho, "Oh, yo enseño a los fabricantes, particularmente de la compañía Acme, cómo producir las esferas de acero más suaves, duras y brillantes en todo el universo". Bien me podrías haber dejado fascinada. Aparte de cualquier otra cosa, es más divertido interactuar con gente con rostros expresivos y que son realmente apasionados por algo. Si todo lo que me puedes decir es que trabajas para alguien más y que estás enteramente a su servicio, la verdad, prefiero hablar con él que contigo. Él suena más interesante que tú. Así que, independientemente de cómo sirves a los demás seres humanos, piensa de ti mismo como alguien que hace algo fascinante; vete a ti mismo como parte en los negocios en vez de solo ser algo".

Siempre debemos estar preparados para compartir lo que hacemos con otros y para mostrar interés

en lo que ellos hacen. La red de contactos funciona mejor cuando cada persona genuinamente desea ayudar al otro y, ¿acaso no es esta la manera bíblica? Yo creo que esta es una de las formas más amorosas de mercadotecnia —interactuando con otros y ayudándose unos a otros.

Llamadas de ventas

Esta es probablemente la técnica de mercadotecnia menos preferida tanto por los que hacen las llamadas como por las que las reciben. Cuando era joven, conseguí trabajo en un centro de llamadas. Aguanté dos días. Era horrible que las personas me estuvieran colgando el teléfono todo el día. Estoy segura que no lo hacía muy bien, y además no tenía la personalidad para hacer ese trabajo. Pienso que le hubiera ido mejor a la empresa si hubiera enviado publicidad impresa a domicilio (en esos días no había Internet).

Pero no tiene que ser así. Hoy mi hija está haciendo llamadas a nuestros clientes para invitarlos a una conferencia que vamos a tener. Les está preguntando si desean que les envíe información de la conferencia. Esta forma no provoca una confrontación. Ellos simplemente están o no aceptando que se les envíe por correo información acerca de la conferencia. Esperamos que la llamada sirva para que le pongan atención al correo electrónico y lo lean y decidan si es un evento al que quisieran asistir.

Hay un lugar para las llamadas de venta, pero se requiere de mucha finura para elaborar el texto de una llamada de venta que no sea percibida como demasiado entrometida o invasiva.

Comerciales e info-comerciales en la TV

Se gastan millones de dólares en comerciales y en info-comerciales o publrreportajes. Son muy efectivos y una gran forma de diseminar la información a millones de personas a la vez. Sin embargo, son excesivamente caros. Ni siquiera piensen en utilizar este método si su producto no es atractivo para las grandes masas. No valdría la pena que anunciáramos nuestra empresa de software en la televisión porque solamente vendemos a una pequeña porción de la población. Se pueden ir rápidamente a la bancarrota utilizando este método. En un publrreportaje se puede anunciar nuestro producto sin costo, si el anfitrión lo quiere poner en su programa, pero tenemos que tener lista una gran cantidad de producto para su embarque inmediato. Si nuestro producto no se vende bien, entonces podemos resultar con un gran inventario para el cual nos endeudamos para producirlo y ahora podemos estar en problemas.

Aunque nos veamos tentados a ignorar los comerciales, la próxima vez pongamos atención a alguno. ¿Qué estrategia están usando para convencernos a comprar? ¿Están usando la estrategia de la tendencia popular —“Todos tienen uno, solo faltas tú”? ¿Nos están diciendo que vamos a ahorrar dinero? ¿Están dirigidos a nuestro confort o apetito? ¿Es el ahorro de tiempo su estrategia?

Hay muchas maneras de comercializar y la lectura de algunos buenos libros sobre el tema también nos puede ayudar si vamos a iniciar un negocio o vender un producto. Recuerden-¡investiguen!

Uno mismo haciendo la mercadotecnia

Poniendo un stand en una feria, yendo a un exhibición comercial, repartiendo muestras en un centro

comercial —yendo a donde está la gente y diciéndoles acerca de nuestro negocio puede ser una herramienta que dé fruto especialmente al principio. Nuestra empresa para cortar el césped iba a juegos comunitarios de fútbol y poníamos una mesa para anunciar nuestro negocio y regalábamos botellas de agua a las personas que se acercaban. A la gente le encantan las cosas regaladas y eso contribuye a que se acuerden de uno. Sean corteses y amigables —no agresivos, prepotentes ni desesperados.

Estas son tan solo algunas maneras de comercializar. Hay muchos libros sobre la mercadotecnia, e incluso se puede obtener una licenciatura en mercadotecnia. Uno de los muchos aspectos fascinantes de operar un negocio es el averiguar cómo comercializar y qué es lo que nos puede funcionar.

Tarea –

¿Puedes pensar en otras maneras de comercializar? Anota tus propias ideas de mercadotecnia.

Saca tu diccionario y define las siguientes palabras:

Interlocutor

Finura

DÍA VEINTITRÉS

Lección – Asa Candler

¿Alguna vez han oído de Asa Candler? Él perfeccionó el arte de la mercadotecnia y lo usó para su ventaja como nadie lo había hecho antes de él. ¿Qué comercializó? ¡La Coca-Cola!

Lean la siguiente lección acerca de Asa Candler reimpressa de este sitio:

<https://www.inc.com/30years/articles/asa-candler.html>

Cómo Asa Candler construyó la Coca-Cola, por Amy Gunderson

Fue un comercializador maestro, que llevó a la Coca-Cola a ser un gigante global al regalar generosamente muestras en las farmacias y a los consumidores, asegurando los primeros endosos de apoyo de celebridades, y sí, guardando celosamente su fórmula secreta.

El poder de la publicidad es ampliamente reconocido hoy, pero Asa Candler está entre los primeros emprendedores que la usaron agresivamente. Candler no fue un inventor; a él no se le ocurrió un gran nombre para una empresa ni un logo distintivo. Más bien su mayor logro fue como comercializador. Cuando adquirió el control de la empresa Coca-Cola, era una bebida incipiente que se vendía en fuentes de sodas y solo vendió como nueve vasos al día en su primer año en el mercado.

Bajo el control de Candler, el presupuesto para publicidad de la Coca-Cola creció de \$100,000 en 1901 a \$1 millón de dólares en 1911. El nombre Coca-Cola estaba plasmado por todas partes —en calendarios, relojes, ventiladores, hasta en urnas. Las farmacias que vendían la bebida tenían sus balanzas de botica engalanadas con ese nombre. Un equipo ambulante de vendedores del jarabe de la Coca-Cola era enviado para asegurarse que en las farmacias se estaban mezclando en la proporción correcta el jarabe con el agua carbonatada, y que hubieran suficientes logos y rótulos de la Coca-Cola adornando el lugar. Candler hasta contrató a la célebre actriz y cantante Hilda Clark para que fuera el rostro de Coca-Cola, iniciando así uno de los primeros endosos de apoyo de celebridades.

Los primeros anuncios de la bebida decían que era "estimulante y vigorizante", mientras que un eslogan de 1905 proclamaba que la "Coca-Cola Reaviva y Sostiene". La compañía pronto se retractó de toda afirmación de beneficios a la salud —después de todo la verdadera meta de mercado era lograr que la gente perfectamente saludable también la bebiera. Un eslogan de 1906 pregonaba a la Coca-Cola como "La Gran Bebida Nacional de Moderación", comercializándola como una alternativa a las bebidas embriagantes en un país que pronto iba a entrar en la prohibición de las bebidas alcohólicas.

Candler era el mayor de los promotores. Regalaba cupones para un vaso gratis de Coca-Cola y a las

farmacias que vacilaban en vender su bebida les ofrecía el primer barril de jarabe gratis. Esas mismas farmacias pronto regresaban por más cuando veían a todos esos clientes entrando con sus cupones en la mano.

Candler nació en 1851 y trabajó como farmacéutico antes de comprar la empresa Coca-Cola a John Stith Pemberton, el inventor del jarabe dulce que sirve como base para la bebida. Para 1891, Candler había comprado la totalidad de la empresa por tan solo \$2,300 dólares, equivalentes a \$54,400 dólares de hoy. Conforme se expandía el nombre de Coca-Cola, la compañía estableció fábricas de jarabe en Dallas, Chicago, y Los Ángeles, aparte de su base de operaciones en Atlanta. A principios de los años 1890s, La Coca-Cola era solamente una bebida para fuente de sodas; no fue sino hasta que un comerciante en Vicksburg, Mississippi comenzó a embotellar la bebida que se hizo portátil. A pesar de su sagacidad para la mercadotecnia, él no estaba convencido de que embotellar la bebida era el camino a seguir. En 1899 les vendió los derechos exclusivos para embotellar la Coca-Cola a dos tipos en Tennessee por aproximadamente un dólar.

Para 1906 la bebida estaba siendo embotellada en los Estados Unidos y en el extranjero, y gran parte del mundo estaba tomando Coca-Cola mucho antes de que la compañía ideara el eslogan "Cómprale al mundo una Coca". En 1919, las acciones de la familia Chandler en la empresa fueron adquiridas por alrededor de \$25 millones de dólares por un grupo de inversionistas liderados por Ernest Woodruff. Candler renunció a la empresa en 1916 y fue electo alcalde de Atlanta. Fue también un filántropo activo hasta su muerte en 1929.

A lo largo de su carrera, Candler vigorosamente persiguió a quienes copiaban su bebida con el fin de mantener la integridad de la marca, y esa misión continúa hasta el día de hoy. Se dice que la fórmula secreta de la Coca-Cola está guardada en las bóvedas de un banco en Atlanta, y en el 2006, fue descubierto un ardid para vender los secretos de la compañía a la Pepsi. Tres empleados terminaron en la cárcel.

¡La Coca Cola ha existido por mucho tiempo! En 1889, Asa Candler puso un desplegado de una plana en el periódico *The Atlanta Journal* donde declaraba que su bebida era "Deliciosa, Refrescante, Estimulante, y Vigorizante". Aunque yo no recomiendo las bebidas azucaradas, Asa Candler es un gran ejemplo de un maestro de la mercadotecnia. Él comercializó en formas que a nadie antes se le habían ocurrido. ¡No creo que haya muchas personas en el mundo que jamás hayan oído de la Coca Cola!

Tarea -

Responde a las siguientes preguntas.

¿Qué es lo que se te hace más interesante del Sr. Candler?

Menciona algunas de sus técnicas de mercadotecnia

RESUMEN: ASA CANDLER



1851-1929

¡Asa Candler usó la receta de un saborizante y colorante para caramelo y agua carbonatada para crear la bebida más popular en el mundo a través de la mercadotecnia! Un genio de la publicidad, utilizó a las celebridades en sus anuncios, regaló cupones gratuitos, usó incentivos y más. ¡Puso el nombre de Coca Cola en todo lo que pudo! Nadie en su tiempo siquiera estuvo cerca de utilizar las habilidades y técnicas de mercadotecnia que él tenía y hoy en día sus técnicas son usadas en todo el mundo.

Asa era un filántropo y donó dinero a la Universidad Metodista Emory, así como también a otras causas. Al final de su vida, regaló la mayor parte de su dinero y se quedó solamente con lo necesario para sus propias necesidades. Un hombre notable.

Lección para aprender

¡Sé creativo! No temas probar ideas nuevas. Cuando tengas un desafío por resolver, rebusca en lo profundo, realmente piénsalo y estúdialo a fondo para que encuentres maneras innovadoras de resolverlo. Disfruta tu trabajo y usa de

tu abundancia para ayudar a otros.

DÍA VEINTICUATRO

Lección – Análisis del Producto

¡Utilizamos productos todos los días! Pensemos en las cosas que utilizamos desde que nos levantamos por la mañana hasta que nos acostamos por la noche. ¿Esas cosas están bien hechas? ¿Se podrían mejorar? ¿Tenemos alguna necesidad que nadie ha suplido todavía? Escojamos un producto que utilizamos todos los días (por ejemplo, un cepillo dental) y vamos a investigarlo respondiendo a la siguientes preguntas.

1. ¿Cuántas personas usan ese producto cada día?

2. ¿Cuántos se venden en los Estados Unidos cada día?

3. Busca a una compañía que hace ese producto y averigua cuántas utilidades tiene al año por ese producto.

4. ¿Cuáles son algunas de las maneras en que comercializan ese producto?

DÍA VEINTICINCO

La tecnología está aumentando a un paso vertiginoso. ¿Cuál es la forma de mercadotecnia más nueva que se usa hoy?

¿Qué ideas para mercadotecnia crees que tiene el futuro?

¿Crees que algún día nuestras vidas estarán tan computarizadas que se tendrán sensores que detectarán cuando un producto se ha terminado y lo ordenarán automáticamente de manera que no se requerirá más de la mercadotecnia?

¿Por que piensas que sí o que no? ¿Crees que eso sería bueno para los negocios?

Revisión del Maestro – Semana Cinco

Lea las respuestas a las preguntas de las lecciones. Ellos leyeron una lección acerca de Asa Candler así que puede pedirles que le digan quién era. Vea la hoja de trabajo para el Día Veinticinco. Comenten ideas acerca de cómo la tecnología ha afectado a la mercadotecnia.

DÍA VEINTISÉIS

Lección – Tipos de financiamientos - “¿De dónde viene el dinero?”

Bueno, entonces queremos empezar un negocio. ¿Cómo comenzamos? Tenemos una idea, un plan, o un producto. ¿De dónde obtenemos el dinero para financiarlo?

El endeudamiento es interesante. La Biblia dice, “No debáis a nadie nada”. ¿Significa eso que no debemos pedir prestado? La Biblia habla de no guardar la prenda de alguien durante la noche que se usaba como promesa de pago. Esto indica que pidió algo prestado. A los israelitas se les dijo que no cobraran intereses (esto puede significar intereses altos — puede someterse a debate). Eso significa que podían pedir prestado pero sin intereses. “El que toma prestado es siervo del que presta”. Los judíos hoy en día prestan dinero, de hecho, han establecido bancos.

Yo creo que la Biblia permite a una persona pedir prestado, pero el prestatario debe cumplir los términos del acuerdo y realizar los pagos acordados en las fechas establecidas. La tasa de interés no debe ser exorbitante. Debe haber misericordia por parte del prestador si el prestatario requiere de un poco más de tiempo para pagar. Deben tratarse el uno al otro con amor y preocupación.

Pienso que lo mejor es mantenerse libre de deudas y siempre tener un fondo disponible para emergencias —suficiente dinero ahorrado para que la empresa pueda operar de 3 a 6 meses. Esto es muy cauteloso. La mayoría de las empresas se endeudan bastante. Nuestra empresa está libre de deudas y eso nos ha salvado más de una vez.

Mi sobrino, James, tenía diez años cuando quería ir en un viaje misionero a México. Costaba mucho dinero y él no lo tenía. Pidió prestada una cortadora de césped y fue por la colonia cortando césped. Su plan de mercadotecnia era decirle a los clientes potenciales que estaba juntando dinero para ir en un viaje misionero. James era muy cautivador y lleno de energía, además de ser bien parecido. La gente estaba ansiosa por ayudarlo. Pagó su viaje y siguió trabajando para comprar su propia cortadora de césped. Con el paso del tiempo, contrató a alguien para que cortara los céspedes y él

pudiera hacer otra cosa. Es asombroso lo que uno puede hacer cuando se lo propone. Ahora mismo, si uno es joven y vive en casa de sus padres y no tiene ninguna hipoteca, ni recibos, ni impuestos que pagar, se tiene la oportunidad de ahorrar bastante. Si uno empieza a ahorrar ahora y lo invierte, uno podría tener una buena cantidad ahorrada para cuando llegue el tiempo de implementar su gran idea.

¿Qué tipo de trabajo pueden hacer los jovencitos? Cuidado de niños, bañar perros, pasear perros, limpiar ventanas, hacer artesanías para vender, vender limonada, cortar el césped, hornear pan y venderlo, hacer jabón, vender servicios de Internet y vender verduras y vegetales cultivadas en su jardín, son tan solo unas ideas. Su imaginación los puede llevar aun más lejos.

En el libro, "The Richest Kids in America" escrito por Mark Hanson, hay un niño llamado Cameron. Cuando tenía nueve años comenzó un negocio de impresión. Vendía papel para correspondencia y tarjetas de felicitación. A los doce años comenzó a vender los juguetes "Beanie Babies"—que son animales de peluche. Para cuando tenía trece años, ¡había obtenido una utilidad de \$50,000 dólares! A los quince comenzó una compañía de publicidad por Internet junto con otros amigos. Después incursionó en el diseño gráfico y otros negocios. Fue a la universidad y al mismo tiempo operaba su propio negocio. Recomiendo ampliamente este libro como inspiración y ejemplos de lo que los jovencitos pueden hacer cuando se lo proponen. Cameron hizo crecer su negocio lentamente, financiándose él mismo. Esta es una gran manera de hacer crecer un negocio.

Necesitamos mirar a nuestro alrededor, estar con las personas, ser observador y, ¡comenzar algo! Aun si no se gana dinero, se aprende mucho haciendo las cosas. El fundador de Ikea dijo, "el único momento en que uno no comete errores es cuando está dormido". Solo la gente activa comete errores; aprendamos de los nuestros y prosigamos al éxito.

Abajo están algunas de las distintas maneras en que la gente financia sus negocios.

Métodos para financiar un negocio

1. Trabajemos, ahorremos e invirtamos conforme vayamos teniendo dinero. Hagamos crecer el negocio lentamente. Este es uno de mis favoritos. Me parece tan seguro. Al crecer lentamente, uno puede ir aprendiendo conforme avanza y los errores generalmente son más pequeños y se corrigen más rápidamente.
2. Vendamos acciones. Siempre es posible ofrecer acciones a inversionistas. Ellos serán parte del riesgo —si ganamos, ellos también ganan, si perdemos, ellos también pierden. No son muchas las personas dispuestas a invertir en compañías pequeñas que apenas empiezan. Hay que ser muy claros en cómo se van a repartir los dividendos o utilidades, si las hay. Esto ayuda a ganarse su confianza. Tengamos cuidado de no vender más del 50% de las acciones si queremos mantener la propiedad y el control.
3. Tengan cuidado con asociaciones con no-creyentes o asociaciones al 50-50. Alguien necesita ser la autoridad final cuando hay un desacuerdo. Asegúrense de que haya una forma de deshacer la sociedad de ser necesario. Debe estar estipulada en el contrato. Pueden pensar que se van a llevar

de maravilla, pero suceden cosas, y es bueno tener un plan claro de cómo separar los caminos para que cada quien siga por el suyo. Esto debe planearse desde un principio. No piensen en asociarse con un incrédulo ni con un hombre iracundo. Aunque pueden haber muchos escollos y dificultades, los inversionistas experimentados pueden aportar mucho al negocio. Asegúrense de encontrar a los inversionistas adecuados.

4. Préstamos — un banquero puede ser nuestro mejor amigo, pero tengamos cuidado de no pedir prestado más de lo que podamos pagar cómodamente. También podemos pedir prestado de personas que conocemos como nuestros padres o hermanos... sin embargo, ¡tengan cuidado! ¡Esto ha arruinado muchas relaciones! No pidan prestado a menos que tengan un buen plan de negocio en el que tengan bastante confianza que resultará. Recuerden —El que toma prestado es siervo del que presta. La Biblia contiene muchas advertencias en contra del endeudamiento.
5. Herencia —Si ya han recibido una herencia, ¡eso es grandioso! No la despilfarren; úsenla sabiamente. La Biblia dice que las riquezas obtenidas con facilidad “se harán alas”. En otras palabras, se gastarán rápidamente. Es fácil gastar el dinero por el que no trabajamos porque no nos percatamos del trabajo que fue obtenerlo. No olvidemos —el dinero representa trabajo.
6. Capital de Riesgo —a veces llamado el “capital de los buitres”. Se trata de inversionistas que buscan alguna gran idea en la cual invertir. Con frecuencia ofrecen mucho dinero, pero pueden querer mucho control. ¡Tengan cuidado que no les vayan a quitar su negocio y se vayan corriendo con él! Hay algunas historias de éxito pero, ¡sean sabios y tomen la debida cautela!

Tarea -

¿Cuál plan financiero es tu favorito y por qué?

¿Puedes pensar en otras maneras de recabar fondos?

DÍA 27-30

Lección – Tipos de financiamientos - “¿De dónde viene el dinero?”

Escribe un ensayo acerca de las diferentes maneras de financiar un negocio. ¿Cuáles son las ventajas y desventajas de cada una? ¿Cuáles parecen ser las más bíblicas? ¿Te parece que algunas no sean bíblicas? ¿Advierte la Biblia acerca de alguna de estas maneras de financiarse? Anota los versículos bíblicos que apoyan tu punto de vista. Usa tres fuentes de referencia distintas y anota la bibliografía al final del ensayo. Tienes tres días para terminar esta tarea. El ensayo deberá editarse y presentarse a máquina. Agrégalo a tu cuaderno de trabajo si lo estás haciendo como una tarea de la escuela. Deberá ser de una longitud de tres hojas.

Revisión del Maestro

Revise que se haya completado la hoja de trabajo del Día 26. Lea el ensayo del alumno acerca del financiamiento. Debe ser un reporte completo describiendo las diferentes formas de financiamiento y las ventajas y desventajas de cada una. También debe incluir lo que la Biblia dice acerca de ellas. Lea la hoja de trabajo del Día veintiséis para ver una lista de diferentes tipos de financiamientos para que eso le ayude en la revisión. Si se está haciendo esto para crédito en algún plan de estudios, el ensayo debe de haber sido editado, teclado a máquina, y estar bien escrito conforme al nivel escolar del alumno. Debe de tener tres referencias anotadas al final del ensayo (bibliografía). Para mayores detalles sobre esta tarea vea las lecciones veintisiete a la treinta descritas arriba.

DÍA TREINTA Y UNO

Lección – Biografía de negocios de J. P. Morgan

¿Alguna vez han jugado el juego de Monopolio? ¡El hombrecito en las tarjetas con el sombrero de copa se dice que está inspirado en J.P. Morgan! ¿Quién era J.P. Morgan? Uno de los inversionistas más prolíficos de nuestro tiempo. ¡Los Estados Unidos no serían lo que son sin J.P. Morgan!

¿Qué si tenemos una gran idea pero no tenemos dinero? Necesitamos la ayuda de un inversionista o

banquero. A lo largo de 1890 a 1913, las principales compañías estaban organizadas o sus acciones respaldadas (como un seguro), en parte o en su totalidad por J.P. Morgan y Compañía. Muchos acuerdos de negocios se han llevado a cabo durante un juego de golf.

¡Durante un juego de golf con Andrew Carnegie, J.P. Morgan compró Carnegie Steel por 487 millones de dólares! Le cambió el nombre a U.S. Steel. ¡El acuerdo se llevó a cabo sin abogados y sin contrato alguno! Se pueden hacer negocios rápidamente cuando hay confianza entre las partes.

En 1907, ocurrió una crisis financiera en los Estados Unidos. Los bancos en Nueva York se estaban yendo a la quiebra y reclamando a los negocios el pago de sus préstamos. (Los bancos se guardan el derecho de poder pedir que se les pague el dinero que se les debe por algún préstamo en cualquier momento- ¡como que da algo de miedo!) Esto hubiera ocasionado el colapso de la economía estadounidense pero J.P. Morgan intervino sacando a flote al gobierno y salvando a la economía. Poco después de esto se estableció la Reserva Federal. ¡Imaginen tener dinero suficiente para salvar a toda la economía estadounidense!

Algunos datos triviales de J.P. Morgan son los siguientes. Su compañía era dueña del Titanic. Él tenía su propia suite privada a bordo y pensaba navegar en el buque, ¡pero canceló! ¡Vaya!

J.P. Morgan fue el primero en Nueva York en electrificar su casa. Le gustó tanto que invirtió en la compañía de Edison. Sin Morgan y otros como él, se hubiera llevado mucho más tiempo llevar la luz eléctrica a todos los Estados Unidos.

J.P. Morgan falleció mientras viajaba en el extranjero en Roma, el 31 de marzo de 1913, a los 75 años de edad. Las banderas ondearon a media asta en Wall Street y la bolsa de valores cerró durante dos horas mientras pasaba su cuerpo por la calle. Sus bienes tenían un valor de 68.3 millones de dólares (como unos 25 billones en moneda de hoy). Su colección de piezas de arte se valoró en 50 millones. Él ayudó al establecimiento del Museo Metropolitano de Arte. A un mineral se le puso su nombre, morganita.

Hay un documental interesante en el History Channel titulado "Los Hombres que Construyeron América" (The Men who Built America). Es muy informativo y cuenta lo bueno y lo malo de hombres que hicieron cosas asombrosas para los Estados Unidos.

Me fascina la manera en que Dios juntó a genios inventores como Edison, a hombres de negocios astutos como Rockefeller, y a inversionistas inteligentes como Morgan para establecer industrias e invenciones en los Estados Unidos. Dios estaba obrando en estos últimos tiempos aumentando el conocimiento, como dice la Biblia. Se requirió de una combinación singular para producir las complicadas innovaciones que han ocurrido en los últimos cien años. Yo estoy maravillada.

Tarea -

¿Te sorprendió algo acerca de J.P. Morgan? ¿Qué piensas de él?

RESUMEN: JP MORGAN



1837-1913

J.P. Morgan fue un financiero, banquero, filántropo, y coleccionista de arte estadounidense que dominó el mundo de las finanzas corporativas y de la consolidación industrial de su tiempo. Fue un inversionista de capital de riesgo increíblemente exitoso. Invertió en muchas empresas rescatándolas de la ruina. Compró Carnegie Steel renombrándola U.S. Steel. Morgan rescató al gobierno de los Estados Unidos del pánico económico de 1907.

Morgan murió en 1913 en Roma, Italia mientras dormía a la edad de 75 años, dejando su fortuna y sus negocios a su hijo, John Pierpont "Jack" Morgan y legando su mansión y gran colección de libros a la Biblioteca y Museo Morgan en Nueva York. Su dedicación a la eficiencia y a la modernización ayudaron a transformar los negocios estadounidenses.

Lección para Aprender

Ganarse la vida invirtiendo en otros y ayudando a otros a tener éxito puede ser muy lucrativo si sabes en qué y en quién invertir.

DÍA TREINTA Y DOS

Lección – Usando el tiempo sabiamente

El libro titulado “Negocios que se inician con \$100” (\$100 Start Ups) por Chris Guillebeau habla de personas que han iniciado negocios con muy poco dinero. Está escrito para los adultos, no obstante, muestra que hay negocios que se pueden iniciar con muy poco dinero. Los negocios comienzan con una idea — con frecuencia tenemos un problema y nos disponemos a encontrar su solución. Tal vez somos creativos y elaboramos un producto hermoso para vender. En ocasiones nos percatamos de la necesidad de un servicio y la suplimos. Mantengamos nuestra mente y ojos abiertos. Hay oportunidades por todas partes. Hay muchos programas en la televisión que son una pérdida de tiempo. Sin embargo, también hay unos que enseñan acerca de los negocios. La siguiente vez que se sienten a ver televisión, traten de ver un programa acerca de los negocios.

Tarea –

Haz una lista de diez programas de televisión que enseñan acerca de los negocios.

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____
6. _____
7. _____
8. _____
9. _____
10. _____

DÍA TREINTA Y TRES

Lección – Ideas de negocios

¡Muchos negocios comenzaron con mucho trabajo y poco dinero! Muchos de ellos vieron una necesidad y comenzaron a suplirla. ¿Vemos necesidades a nuestro alrededor? Una vez que entendamos más de negocios, las posibilidades pueden ser innumerables.

Tarea –

¿Tienes alguna idea para un negocio? Escribe acerca de eso abajo. Si no tienes una idea, entonces escribe acerca de un negocio que te interesa.

DÍA TREINTA Y CUATRO

Lección – Ideas de negocios

¿Alguna vez has visto el programa Shark Tank? Es un gran programa para aprender de negocios. Las preguntas que hacen los hombres y mujeres de negocios realmente nos ponen a pensar. Preguntemos a nuestro maestro si se nos permite ver uno de esos programas. Escojan uno que trate de un producto amigable para los niños y jóvenes. Se puede aprender mucho de negocios en ese programa.

DÍA TREINTA Y CINCO

Tarea –

¿Tienes alguna idea para un invento? Descríbela en un párrafo. Si no tienes una idea para un invento, entonces haz una lista de lo que crees son algunas buenas características que debe tener un producto.

Revisión del Maestro

Pregunte acerca de J.P. Morgan. Revise las tareas asignadas. Pregunte al alumno si tiene alguna idea acerca de un negocio que le gustaría iniciar. Comente el episodio del programa Shark Tank que vio su alumno.

DÍA TREINTA Y SÉIS

Lección – Biografía de negocios

Señora C.J. Walker

Sarah Breedlove, después conocida como la Señora C.J. Walker fue la primera mujer estadounidense en convertirse en millonaria. Ella no solo superó los prejuicios en contra de las mujeres de esa época, ¡sino que también superó los prejuicios en contra de los afroamericanos! Esto, junto con los infortunios de su vida, la hacen un ejemplo refulgente de superación de la adversidad con valor, inteligencia, y trabajo arduo. Una verdadera historia de éxito.

Nacida en 1867, una de seis hermanos, Sarah fue la primera en su familia en nacer libre poco después de la Proclamación de Emancipación. Quedó huérfana a la tierna edad de siete años. Cuando tenía diez años comenzó a trabajar como sirvienta —era una vida dura, y una educación no era fácil de alcanzar para los afroamericanos en ese tiempo. Se casó a la edad de catorce años y tres años después tuvo a su hija, Lelia. Su esposo murió y se volvió a casar en dos ocasiones más, terminando ambos matrimonios en divorcio. Ella se quedó con el nombre de su tercer esposo y llegó a ser conocida como la señora C.J. Walker.

La señora C.J. Walker, al igual que otros afroamericanos, sufría de problemas en la piel y pérdida de cabello. Los jabones de esa época contenían lejía y otros ingredientes ásperos que dañaban el cabello y la piel delicada. Ella comenzó a trabajar para Annie Malone que vendía productos para el cabello para afroamericanos. Ella aprendió acerca de los productos para el cabello de ella y decidió producir su propia línea de productos para el cabello. Comenzó vendiendo sus productos de casa en casa e instruyendo a las mujeres en el cuidado del cabello. Eventualmente, abrió un salón de belleza. ¡Conforme crecía su negocio, abrió una escuela de belleza para entrenar a sus representantes de ventas, un laboratorio para investigaciones, y una fábrica para la manufactura de sus productos! Ella controlaba la totalidad de los

procesos, lo que es bastante notable. Contrató a muchas mujeres para llenar los muchos puestos de venta que tenía. Para 1917, ¡había contratado una fuerza de ventas de 20,000 mujeres! Se extendió hacia el caribe donde iban casa por casa y se anunciaba en revistas y periódicos para afroamericanos. Un verdadero emprendedor que tenía habilidades en todos los niveles de los negocios incluyendo la mercadotecnia. Es raro encontrar todas estas cualidades en una sola persona, pero la señora Walker poseía muchos talentos— inventos, producción, organización, mercadotecnia y ventas. También era mentora. C.J. Walker organizó su compañía y les enseñó habilidades de negocios a sus trabajadoras. Formó clubes locales y estatales y llevó a cabo una de las primeras conferencias de negocios a nivel nacional para mujeres de negocios. Recompensaba a sus mejores vendedoras y era generosa con sus donativos a obras de caridad.

En 1919, C.J. Walker murió por insuficiencia renal. En su testamento determinó que dos terceras partes de las utilidades de su compañía fueran donadas a obras de beneficencia. Se le considera como la primera mujer de negocios que se formó a sí misma, llegando a ser millonaria, aunque en su tiempo no acumuló el millón de dólares. Pero en dólares de hoy, su fortuna alcanzó el equivalente a ocho millones de dólares al tiempo de su muerte.

Tarea

C. J. Walker es un ejemplo excelente de trabajo duro y auto-educación. Ella era generosa y ayudó a otros a alcanzar el éxito también. Lee más acerca de ella en este artículo y anota dos razones por las que consideras que fue exitosa: <http://time.com/3641122/sarah-breedlove-walker/>

1. _____

2. _____

DÍA TREINTA Y SIETE

Lección – C.J. Walker – Conclusión

Tarea -

Escribe un párrafo para resumir lo que aprendiste acerca de la Señora C.J. Walker. ¿Qué era tan singular de ella? ¿Qué adversidades tuvo que superar para alcanzar el éxito? ¿Qué es lo que más admiras de ella?

RESUMEN: SEÑORA C.J. WALKER



1867-1919

Sarah Walker nació en una familia que había sido liberada de la esclavitud tan solo cinco años antes de su nacimiento. Nació en una pobre choza, pero murió en su propia mansión en uno de los sectores más ricos de la ciudad de Nueva York. Sarah comenzó como lavandera, pero aspiraba a más para sí misma y para su hija así que descubrió una receta para productos del cabello, utilizó cada centavo que ganaba en publicidad, y se relacionó con otras mentes brillantes de su época para tener éxito. Su trabajo arduo y visión para ayudar a las mujeres afroamericanas la llevó a establecer una compañía que ayudó a muchas mujeres a lo ancho del mundo a comenzar sus propias empresas y a prosperar en sus vidas. La señora C.J. Walker fue una brillante establecedora de redes de negocios, una trabajadora diligente, y una filántropa dedicada a atender las necesidades de los afroamericanos. Donó miles de dólares a universidades, grupos de YMCA, grupos anti-linchamiento y a particulares. Prefería que la llamaran, Señora. Tenía un deseo firme de enseñar a otros a ayudarse a sí mismos y ayudó a centenares de personas por todo el mundo. Sus esfuerzos la hicieron la mujer afroamericana más rica de su época.

Lección para Aprender

La adversidad puede producir la inspiración para superar obstáculos, tener éxito y ayudar a otros.

DÍA TREINTA Y OCHO

Lección – Mujeres de negocios de la Biblia

Desde Rebeca, famosa por ofrecerse a dar de beber a los camellos de alguien más, hasta Lidia, la vendedora de púrpura junto al mar —la Biblia está llena de ejemplos de mujeres increíbles. Vemos en la Biblia a mujeres criando a sus familias, gobernando a Israel, rescatando al pueblo de Dios, profetizando, apoyando a los hermanos, sirviendo, enseñando y mucho más. Históricamente, las mujeres han sido reprimidas y frenadas, pero Jesús sacudió el status quo cuando habló con una mujer samaritana junto al pozo (inaudito en ese tiempo). Trató a la mujer con respeto —reprochó amablemente a Martha cuando insinuó que el lugar de la mujer no era aprendiendo sino trabajando en la cocina. Las mujeres fueron las primeras en ver a Jesús resucitado de los muertos y las mujeres desempeñaron un rol crucial en la difusión del Evangelio a todas las naciones. ¿Sabían que el término hebreo “ezer” en Génesis 2:18 es mejor traducido como “fortaleza ” que como “ayuda”? Búsquenlo ustedes mismos. Debe ser traducido para decir “fortaleza correspondiente a él”.

Cuando leemos Proverbios 31, vemos a una mujer fuerte que no solo está administrando su hogar, sino que está administrando sirvientes, comprando campos, plantando viñas, y vendiendo mercancía —todo esto tiene que ver con negocios. ¡Además, ella es generosa, sabia, amable y viste a la moda! Sus hijos y su marido la aman. No hay duda que la intención de Dios es que la mujer se involucre en negocios, si ella así lo desea. Las mujeres deben ser tratadas con respeto e igualdad en el lugar de trabajo —¡recuerden esto cuando tengan su propio negocio!

Tarea

Anota Proverbios 31: 10-31

A large rounded rectangular frame with a green border, containing 25 horizontal lines for writing. The lines are evenly spaced and extend across the width of the frame.

DÍA TREINTA Y NUEVE

Lección – ¡Las ventas son fundamentales para un negocio!

Ventas — ¡Fundamentales para un negocio!

C.J. Walker utilizó una técnica de ventas similar a Avon, Mary Kay, y Tupperware. Muchas empresas han tenido éxito utilizando este formato. Mientras que algunas compañías recompensan bien a su personal de ventas, muchas no lo hacen. Vender es una habilidad que se puede aprender y si estamos pensando en iniciar un negocio, es imperativo que aprendamos a vender o que encontremos a alguien que sabe hacerlo.

Sin ventas, los negocios fracasan. Sin embargo, el saber qué tanto se debe invertir en ventas sin hundirse, es un arte. “Se requiere de dinero para hacer dinero”, es un dicho popular en el mundo de los negocios. El propietario de un negocio debe hacer su mejor esfuerzo para monitorear qué tanto se está invirtiendo en ventas y qué tan efectivo está resultando esa inversión. Muchas veces, no tiene que ver con cuánto estamos gastando sino en si estamos alcanzando al público correcto. En nuestra propia empresa de software, cuando recién iniciamos, las ventas eran dolorosamente lentas. No teníamos idea de cómo comercializar software a compañías de césped. Esto era antes de Facebook y las redes sociales. Luego una revista de la Industria Verde (así se le llama a la industria del mantenimiento de céspedes) nos ofreció un anuncio gratuito. ¡El día que el anuncio salió a la calle nuestro teléfono no paró de sonar! Damos gracias a Dios por dirigirnos por ese sendero. ¡Las ventas se dispararon! ¡Nuestra empresa despegó pues las compañías estaban desesperadas por ese tipo de software! Eramos una respuesta a sus plegarias —definitivamente una situación de ganar- ganar para nosotros y para ellos. Si estamos batallando para vender nuestro producto necesitamos investigar e intentar varios métodos para comercializarlo. Tomemos nota de qué funciona y qué no funciona. Si nuestro producto es útil y necesario, deberemos de encontrar una manera de venderlo. Acordémonos de aprovechar las redes sociales. Es una forma barata de anunciarse que nos recuerda la técnica de boca en boca. Si le gusta a la gente nuestro producto, se lo dirán a otros —tan sencillo como eso. Continuemos aprendiendo y educándonos respecto al proceso de ventas e incorporemos lo que vamos aprendiendo para ayudar a hacer crecer al negocio.

Vayan al sitio de YouTube de abajo y escuchen a Zig Ziglar. Él es un gran vendedor con grandes habilidades de enseñanza. Ha escrito muchos libros y tienen varios videos en YouTube sobre técnicas de venta. ¡Uno dura más de dos horas! El de abajo es de tan solo cuatro minutos y nos da una muestra de su enseñanza. Si están interesados en educarse a si mismos sobre muchos aspectos de las ventas, consideren comprar alguno de sus libros o escuchen algunas de sus lecciones en YouTube de mayor duración. También pueden buscar en Google, “YouTube Zig Ziglar sales training” para encontrar el vínculo de abajo si no quieren teclear toda la dirección.

Tarea -

https://video.search.yahoo.com/yhs/search?fr=yhs-adk-adk_sbnt&hsimp=yhs-adk_sbnt&hspart=adk&p=zig+ziglar+youtube+sales+training#id=1&vid=378de4728fd7f58a63a3778dd0d58201&action=click

Escucha el vínculo de arriba. Anota cinco razones por las que la gente te compra o no te compra.

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

DÍA CUARENTA

Lección - Un vendedor exitoso

Los vendedores tienen su reputación. Tal vez han escuchado a sus padres decir rápidamente, "Lo siento, no me interesa" y colgar el teléfono. Todos temen el toquido en la puerta que se abre a un vendedor. Nos ponemos a la defensiva cuando alguien intenta vendernos algo. En ocasiones, tenemos buenas razones para tener esa actitud pues hay muchos timos y estafas. Pero, ¿y qué si el producto es bueno? ¿Qué si es algo que nos sería muy útil? ¿Cuántas personas no tienen Tupperware en sus hogares? Los vendedores realmente son importantes. Ellos son los que cuentan al mundo acerca de esos maravillosos productos que están disponibles. Sin ellos, ¡les sería muy difícil a los negocios vendernos sus productos!

¿Qué se necesita para ser un buen vendedor? Sin pensarlo mucho, anota un par de características abajo.

Espero que hayan anotado honestidad. Un vendedor debe ser honesto. Si percibo deshonestidad mientras hablo con un vendedor, para mí ya se terminó el asunto. Si no les tengo confianza, no quiero hacer tratos de negocios con ellos.

Entusiasmo por su producto es otra buena característica de un buen vendedor. Debe estar entusiasmado y creer en su producto. Sus ojos deben encenderse y su voz debe transmitir confianza en el producto.

Debe conocer a fondo todos los aspectos del producto. Me siento muy desilusionada cuando pregunto algo acerca de un producto y el vendedor no conoce la respuesta. ¿Cómo puedo confiar en él si ni siquiera conoce lo que está vendiendo?

Un vendedor no me debe vender algo que no necesito. Me debe conocer lo suficiente para saber si me es de utilidad el producto. De lo contrario le voy a perder la confianza. Una persona que vende una cámara muy sofisticada no va a lograr mucho conmigo y ambos estaríamos perdiendo nuestro tiempo. Si queremos vender algo, necesitamos buscar a personas que tengan un verdadero interés en el producto que estamos vendiendo.

Necesitamos tener un producto en el que podemos creer y que sea útil a la sociedad. Allá afuera se vende mucha basura. Es un desperdicio de recursos. Hay productos malvados que alteran la mente y el cuerpo de la persona. Hay productos que no valen el precio que se pide por ellos. Hay productos de mala calidad. No vendan ninguno de esos. Vendan algo en lo que puedan creer. Cuidar del cliente es primordial en las ventas. De otra manera, solo estamos molestando a las personas. Es necesario que genuinamente queramos ayudar a las personas. La gente es fascinante. Una misma persona puede tener un comportamiento distinto de un día para otro. Tiene una multitud de intereses y de deseos. Nunca sabemos por lo que pueda estar pasando la persona. Ellos pueden estar atravesando por un tiempo horrible y una plática alegre puede levantar su espíritu y alegrarles el día. El trabajo de un vendedor es uno de los más fascinantes porque están continuamente tratando con personas y las personas son singulares y continuamente están cambiando. A un vendedor le debe importar la gente y debe conectar con ella. Esto es un arte, y el que verdaderamente le importe la gente — eso es un don. Habrá ocasiones en que el vendedor estará tratando de hacer una venta y se dará cuenta que lo que el cliente necesita es a alguien que le escuche y preste atención. Recuerden siempre que debemos amar a la persona que tenemos enfrente. Un vendedor nunca debe intentar vender un producto a un cliente que realmente no lo puede pagar o que en verdad no lo necesita. Nunca debe estafar a nadie. Lo que el mundo necesita de un vendedor es que desarrolle relaciones con las personas averiguando qué es lo que necesitan y proveyéndolo para ellos de una forma solidaria y cuidadosa.

Tarea -

Cuando escribiste tus ideas acerca de las características que debe tener un vendedor, ¿Mencionaste algunas de las de arriba? ¿Puedes pensar en otras? Anótalas abajo.

Revisión del Maestro

Repase el párrafo acerca de la Señora C.J. Walker. Revise las respuestas a la presentación de Zig Zigar. Verifique que haya copiado Proverbios 31:12-31 en la lección treinta y ocho.

DÍA CUARENTA Y UNO

Lección— Sistemas

Se ha invertido mucho tiempo y energía en los negocios con el fin hacer más eficientes las operaciones —tanto en la manufactura como en la administración. Los administradores saben que entre más armoniosa sea la operación de sus sistemas, se obtendrá mayor productividad y rendimiento. La banda transportadora fue un primer intento en esto. En la actualidad, es más probable que las compañías tengan diferentes estaciones donde el producto es llevado a cada una de ellas, tal vez en algún carrito. El estudiar cómo distintos negocios realizan sus operaciones nos puede ayudar a optimizar y lograr que las nuestras sean más eficientes.

Mi esposo desarrolló su propio sistema de conocimiento como resultado de la frustración. Los empleados con frecuencia iban con él y le hacían la misma pregunta vez tras vez. Se llevaba meses entrenar a una persona para soporte técnico del software. Un día decidió resolver el dilema. Se encerró en la oficina y se puso a pensar y a concentrar. ¿Cómo funciona la mente? ¿Cómo podía organizar la información? Encontró un producto de software que se llama Sabelotodo (Know-it-all). Es un sistema de base de datos que uno mismo hace agregando palabras clave a la información. Cuando un empleado tenía una pregunta, mi esposo anotaba la respuesta en el Sabelotodo y le agregaba algunas palabras clave a la respuesta. La siguiente vez que el empleado hacía la misma pregunta, mi esposo no se la respondía sino que lo mandaba a buscar la respuesta en el Sabelotodo. Pudo almacenar todo tipo de información en Sabelotodo —información de contacto, lecciones que había enseñado, instrucciones, respuestas a preguntas de los clientes, enlaces a sitios web, contraseñas, artículos... de todo lo que quería acordarse. Solo tenía que agregar alguna de las palabras relacionadas y podía encontrar cualquier documento con información o presentación con diapositivas que necesitara. Pronto podría contratar a alguna persona para soporte técnico, sentarlo y enseñarle a usar el Sabelotodo, ¡y en un par de horas podría comenzar a ser de utilidad! Fue asombroso. Logramos hacer mucho más trabajo con menos personal. A mi esposo le fascina el libro titulado "Mito-E" (E-Myth) por Michael Gerber. Con Sabelotodo pudo poner en práctica las sugerencias del libro. Ahora nuestra empresa marcha sobre ruedas. Mi esposo puede viajar más y hacer otras cosas sabiendo que su empresa funciona adecuadamente y que las preguntas están siendo contestadas. Encuentra un sistema que puedas usar y verás que hace una gran diferencia.

Japón desarrolló un sistema de manufactura para eliminar el desperdicio y mejorar el flujo de la producción. El término “manufactura esbelta (ajustada)” fue acuñado por John Krafcik en su tesis sobre manufactura. El proceso es utilizado por muchas empresas en los Estados Unidos el día de hoy. Si alguna vez se encuentran en la posición de manufacturar algún producto, definitivamente deben estudiar este sistema para mejorar la rentabilidad y reducir el desperdicio.

Tarea -

Responde abajo a las siguientes preguntas: ¿Cómo organizas tu información? ¿Qué tan fácil es de usar?

DÍA CUARENTA Y DOS

Lección – John Willard Marriott

Desde muy joven, a John Marriott se le enseñó a trabajar duro y a ser diligente. Cuando apenas tenía catorce años se le dio el trabajo de supervisar el transporte de 3,000 ovejas por ferrocarril. A los diecinueve años se fue a hacer su trabajo misionero (como mormón todo joven tienen que hacer esto por dos años) a Nueva Inglaterra. En su camino de regreso a casa, se detuvo para conocer Washington D.C. Era un día sumamente caluroso y se dio cuenta que a los carritos que vendían

limonada se les acababa pronto el producto. Vio las puertas abiertas a la oportunidad para suplir la necesidad de las multitudes. Adquirió la franquicia de un restaurante A&W para venta de cerveza de raíz (root beer). Estoy segura que esto le enseñó bastante respecto a sistemas administrativos y de cómo operar un restaurante. Solamente tenía nueva sillas en la barra, pero ese fue el principio que lo llevó a formar un imperio de restaurantes, servicio de alimentos para las aerolíneas y hoteles.

Marriott estaba obsesionado por la calidad y con el paso de los años cuando otros hoteles estaban teniendo problemas con su calidad, Marriott fue capaz de mantener una alta respetabilidad en ese campo. ¡Aun siendo dueño de cientos de hoteles y restaurantes, se hacia el propósito de ir personalmente a inspeccionar cada uno cuatro veces al año!

Era muy cuidadoso para mantener contentos a sus empleados. Si se enfermaban, los visitaba; si estaban en problemas, los ayudaba. Él creía que empleados felices producían clientes felices. Como resultado, sus empleados eran fieles y estaban consagrados a él —como una familia.

Hay varias lecciones que podemos aprender del Sr. Marriott:

Sus ojos estaban abiertos a la oportunidad.

Aprendió del sistema de una franquicia y luego procedió a desarrollar sus propios sistemas.

Cuando veía una buena oportunidad, aprovechaba para expandirse.

Se preocupaba por sus empleados.

Era constante en su diligencia por mantener una alta calidad.

Si a alguien le interesa el negocio de los hoteles les animo a leer más acerca de este personaje.

RESUMEN: JOHN MARRIOTT



1900-1985

Marriott fue un emprendedor y un hombre de negocios estadounidense. Fue el fundador de la Corporación Marriott, que era la empresa matriz dueña de una de las cadenas mundiales más grande de hoteles y compañías de servicios de alimentos. La Compañía Marriott comenzó como una pequeña tienda que vendía cerveza de raíz en Washington, D.C. en 1927, y creció hasta llegar a ser una cadena de restaurantes para la familia para 1932, y a establecer su primer motel en 1957. Al tiempo de la muerte de su fundador, la Compañía Marriott operaba 1,400 restaurantes y 143 hoteles y complejos turísticos por todo el mundo, incluyendo parques de atracciones. Obtenía \$4.5 billones de dólares en ingresos anuales y tenía 154,600 empleados. Los intereses de la empresa la llevaron a tener una línea de buques trasatlánticos de pasajeros y parques de atracciones.

Lección para Aprender

Se puede empezar un negocio lentamente desde abajo hasta arriba. El tener sistemas establecidos puede ayudar a que el negocio opere sin contratiempos y eso le permitirá crecer. Tratemos bien a nuestros empleados —el Sr. Marriott dijo, “Si tus empleados están contentos, tus clientes estarán contentos. Marriott mantenía la calidad con inspecciones diligentes.

DÍA CUARENTA Y TRES

Lección – ¿Tenemos un plan?

Algunos negocios inician en forma natural —alguien nos pide que le cuidemos a su bebé o que llevemos a pasear a su perro. Prácticamente alguien los pone en nuestro regazo. Otros requieren mayor reflexión y planeación. Un hombre que había comenzado un negocio de tostado de café, le pidió consejo a mi esposo. Había invertido una cantidad considerable de dinero en la compra de un horno y granos de café. Pero había un gran problema. ¡No tenía clientes! Se había concentrado en averiguar cómo comprar y cómo tostar el café, había invertido en el mejor equipo, ¡pero no había pensado a quién se lo iba a vender!

Hay mucho en que pensar cuando se va a iniciar un negocio. Nos puede parecer abrumador. Un camino que muchos toman es adquirir una franquicia. Las franquicias pueden hacer un excelente trabajo enseñándonos cómo operar un negocio. Nos capacitan en los sistemas que ellos han desarrollado y nos aportan su perspectiva. Con frecuencia, nos pueden proveer de materiales para hacer la publicidad o del inventario que vamos a requerir. Algunas franquicias son excesivamente caras, pero otras tienen precios bastante razonables.

Hay muchas clases de franquicias —no solo restaurantes. Se llevan a cabo grandes convenciones donde uno puede ir a aprender de las diferentes franquicias. Ofrecen clases que uno puede tomar para aprender cómo comenzar con una franquicia o de cómo comprar una. Han habido grandes convenciones en Dallas y en Nueva York. Es muy informativo pasearse, ver los stands y darse una idea de los diferentes tipos de franquicias que existen. Yo fui y quedé sorprendida de ver cuántos diferentes tipos de franquicias había. Si tenemos interés en comprar una franquicia, debemos informarnos a fondo. Hay que estudiar las cifras para ver si lo que nos están diciendo es cierto o no. Ver su contabilidad. Hablar con otros que han comprado la franquicia. Investigar a la empresa. ¿Qué tal está su publicidad en las redes sociales? ¿Qué dicen otras personas de ese negocio? Debemos tratar de trabajar y juntar el dinero necesario para comprar la franquicia de manera que si fracasa o está batallando no tendremos el problema de arrastrar la deuda de un financiamiento.

Tarea -

Ve al Internet e investiga acerca de las franquicias. Responde a lo siguiente:

Menciona algunos de los diferentes tipos de franquicias.

Escoge una de las franquicias que viste. ¿Cuánto cuesta comprar esa franquicia?

¿Qué requisitos piden para comprar una franquicia?

¿Te parece atractivo comprar una franquicia o prefieres iniciar tu propio negocio? ¿Por qué?

DÍA CUARENTA Y CUATRO

Lección – Escalamiento

Escalamiento es el potencial para hacer crecer la empresa. He hablado mucho de sistemas. Si tenemos buenos sistemas establecidos de manera que la compañía funcione eficientemente y sin contratiempos aunque no estemos presentes, entonces estamos en una buena posición para crecer. Para poder hacer crecer la empresa necesitamos un sistema de servicio al cliente, manejo de proveedores, administración de empleados, procesos financieros, sistema de mercadotecnia, sistema

de ventas, y un sistema basado en el conocimiento para administrar la información. Dependiendo del tipo de empresa que tengamos, los sistemas que necesitemos van a variar. ¿Son de fácil acceso? ¿Saben todos dónde encontrar información? ¿Hay herramientas de capacitación para ayudar a capacitar al personal? Puede llevarse mucho tiempo establecer sistemas, y puede parecer que no contribuyen mucho cuando el negocio es pequeño, sin embargo, si queremos crecer o que otras personas administren el negocio, vale la pena el tiempo requerido para desarrollar sistemas que funcionen. Un negocio que tiene buenos sistemas operativos es MUCHO más fácil de vender, si algún día deciden hacerlo. ¡Es fundamental tener un buen sistema de contabilidad para que podamos fácilmente ver si estamos ganando dinero o perdiendo dinero!

Algunos negocios tienen mejor escalamiento que otros. Si uno es artista y vende sus pinturas una por una, puede ser difícil, más no imposible, crecer. Podemos preferir tener un negocio pequeño que provee lo suficiente, y no nos interese crecer. Es decisión nuestra qué tan grande queremos que sea nuestro negocio. De todas formas, el tener sistemas para administrar el negocio es útil y nos ahorra mucho tiempo.

Hemos visto cómo Edison, Marriott, la Señora C.J. Walker, y Asa Candler hicieron crecer sus negocios. Hay mucho que aprender de otros. Estudiemos a aquellos que nos han precedido, aprendamos de sus errores. Hagamos preguntas; leamos libros. Intentemos y fracasemos, y aprendamos de nuestros errores. La mejor manera de aprender algo es haciéndolo. Entremos en la aventura de los negocios y veamos cómo podemos agregar nuestros talentos para el servicio del mundo.

Revisión del Maestro

Repase las respuestas a las lecciones de esta semana. Pregunte a sus alumnos lo que piensan de las franquicias. ¿Quisieran algún día adquirir una franquicia o prefieren comenzar su propio negocio?

DÍA CUARENTA Y CINCO

Lección – Últimas palabras

La vida puede ser dura. Pueden suceder cosas horribles. La Biblia nos dice que Satanás anda como león rugiente buscando a quien devorar. La gente puede ser tóxica y malvada. Mi madre nos abandonó cuando yo tenía cinco años y he tenido personas destructivas en mi vida. He tenido cáncer en dos ocasiones (afortunadamente extraído con cirugía), y tengo una enfermedad rara. Es fácil querer preguntarnos por qué es que el Señor permite que reine el mal. Aunque no podemos entenderlo todo, Dios nos dice que Adán tenía libertad para hacer lo que quisiera. Escogió seguir el mal, trayendo la maldad al mundo para toda la humanidad. El hombre es malvado porque eso escogió. Sin embargo, está la promesa de que Dios redimirá al mundo y aquellos que quieran vivir con Él en el Paraíso solamente tiene que creer en Jesús y pedir que los salve. Hay un fin para el pecado y la tristeza. Hay una luz brillando en el horizonte. Perseveremos, Dios nos ayudará. Leamos su Palabra, confiemos en Él y sigamos tras Él. No hay otro Salvador. Nadie se le compara. Ven, Señor Jesús.

Libros recomendados

Si están interesados en los negocios, consigan alguno de los libros mencionados abajo, ¡y comiencen a leer! Si necesitan más créditos para este curso, pueden leer uno de los libros y escribir un reporte para mayor crédito. Si buscan estos libros en Amazon, encontrarán muchos más semejantes a estos.

Para lectores muy jóvenes:

The Go Giver (Dar para Recibir)

Por Bob y Mann Burg. Este es un libro acerca de la generosidad en los negocios. Esta escrita en forma de una historia y enseña cómo cambiar nuestro enfoque en los negocios de querer recibir a querer dar. Si hicieron este curso, entonces ya deben de haber leído este libro.

The Toothpaste Millionaire (El Millonario de la Pasta de Dientes)

Por Jean Merrill. Esta es una historia de ficción acerca de un niño que comienza un negocio. Ilustra algunos de los procesos y obstáculos que surgen al desarrollar un negocio. Una lectura entretenida para lectores más jóvenes.

Common Sense Business for Kids (Negocios con Sentido Común para Niños)

Por Kathryn Daniels y Jane A. Williams y Ann M. Williams. Este libro enseña los fundamentos de los negocios.

Cheaper by the Dozen (Más Barato por Docena)

Esta es una novela acerca de cómo un experto en eficiencia cría a sus hijos. Técnicamente no es un libro de negocios, pero hay cosas que se pueden aprender sobre organización. También un libro divertido basado en una familia real.

Para lectores mayores:

The \$100 Startup: Reinvent the Way You Make a Living, Do What You Love, and Create a New Future (Negocios que se inician con \$100: Reinventen la manera en que se ganan la vida, hagan lo que aman, y creen un nuevo futuro).

Por Chris Guillebeau. Menciona diferentes maneras en que personas han iniciado su propio negocio con muy poco dinero. Desafortunadamente, incluye algo de lenguaje soez, así que consigan el permiso de sus padres para leerlo.

Thou Shalt Prosper: Ten Commandments for Making Money (Tú Prosperarás: Diez mandamientos para ganar dinero).

Por el rabino Daniel Rapin. Enseña principios de negocios de la Biblia. Muy interesante, lo recomiendo ampliamente.

Rich Dad, Poor Dad: What the Rich Teach Their Kids About Money that the Poor and Middle Class Do Not! (Padre Rico, Padre Pobre: Qué les enseñan los ricos a sus hijos acerca del dinero, qué los pobres y la clase media no!).

Por Robert Kiyosaki. Este libro narra la historia de Robert Kiyosaki y de cómo se hizo rico invirtiendo en bienes raíces. Es un libro conocido y popular. Él vende un juego para enseñar principios de negocios. Enseña bastante acerca de inversiones y adquisición de activos.

Flip and Grow Rich: The Heart and Mind of Real Estate Investing (Especula y hazte rico: La mente y corazón de un inversionista en bienes raíces).

Por Armando Montelongo. Armando tiene un programa en la televisión y un curso acerca de cómo especular con casas. Si nos interesa la especulación en casas, esta es una buena lectura para comenzar a educarnos en el tema.

Lawn Maintenance and the Beautiful Business: How to Start, Run, and Succeed in the Lawn Maintenance Business (Mantenimiento de Céspedes y el Negocio Hermoso: Cómo iniciar, operar y tener éxito en el negocio del mantenimiento de céspedes).

Por Dave Tucker. Si tienen interés en iniciar un negocio de mantenimiento de céspedes, ¡este libro es para ustedes! ¡Lo escribió mi esposo! Trabajar en el negocio del mantenimiento de céspedes y vender software para negocios a miles de compañías de mantenimiento de céspedes le han dado a Dave mucho conocimiento en el área de mantenimiento de céspedes. También escribió un libro sobre trabajo a destajo. Los pueden encontrar en Amazon.

The Power of Habit: Why We Do What We Do in Life and Business (El poder del hábito: Por qué hacemos lo que hacemos en la vida y en los negocios).

Por Charles Duhigg. Un libro muy interesante sobre el poder de los hábitos y cómo hacer que trabajen para uno. Habla acerca de usar el poder de los hábitos para vender, junto con otras cosas interesantes que podemos aprender de las personas.

The Total Money Makeover (La Renovación Total del Dinero).

Por Dave Ramsey. Necesitamos saber cómo presupuestar el dinero antes de hacer cualquier cosa. Dave Ramsey nos enseñará los fundamentos de la administración del dinero. Su clase sobre la libertad financiera bien vale la pena tomarla si alguna vez tienen la oportunidad. Tiene un programa de radio a nivel nacional, www.daveramsey.com. Además, es cristiano y enseña principios bíblicos acerca del dinero.

Who Moved my Cheese? (¿Quién movió mi queso?)

Por Spencer Johnson. Hay una versión para niños y adolescentes. Este libro trata acerca de ver el cambio como una aventura emocionante y no como un trauma horrible. Dios con frecuencia produce el bien en medio de la tragedia. Aunque este no es un libro cristiano, contiene mucho de verdad y es divertido leerlo.

7 Habits of Highly Effective People (7 Hábitos de Personas Altamente Efectivas)

Por Stephen Covey. ¡Este libro es un éxito de ventas acerca de los hábitos que uno necesita tener para ser altamente efectivo! ¡Hay uno para adolescentes también!

Speed of Trust (La Velocidad de la Confianza)

Por Stephen Covey Jr. ¡Carnegie vendió su compañía de acero por billones de dólares con tan solo un apretón de manos, sin abogados ni contratos! Este es un gran libro que habla acerca de cómo la confianza entre personas puede hacer que los negocios se muevan mejor y más rápidamente.

One Minute Manager (Gerente de un Minuto)

Por Kenneth Blanchard. Cómo administrar rápida y efectivamente. Un libro pequeño pero muy bueno.