

SIPNOSIS DEL LIBRO VISIONEROS DE LOS NEGOCIOS

FUNDAMENTOS DE MERCADEO

**PRESENTADO POR:
RUBEN DARIO ALZATE POLO**

**TUTOR
ROSEMBERG ESTRADA TOLEDO**

**CORPORACION UNIVERSITARIA DEL CARIBE
CECAR
PROGRAMA A DISTANCIA DE
ADMINISTRACION DE EMPRESAS
MONTERIA
2011**

INTRODUCCION

El libro Visioneros de los Negocios está basado en detalles de la vida empresarial en algunos de los hombres más exitosos de Estados Unidos, donde se revelan los secretos que los llevaron al éxito, más allá de las crisis e, incluso como aprendieron de sus propios errores. Constituye una fuente de valiosos testimonios de los más encumbrados empresarios y especialistas del mundo de las finanzas, la economía y los negocios, donde encontraremos verdaderas enseñanzas prácticas

JUSTIFICACION

En la actualidad estamos inmersos en un mundo empresarial tan cambiante y competitivo, nos podemos dar cuenta que no somos ajenos a este fenómeno y en nuestro fin de alcanzar competencias como excelentes administradores de empresas que nos lleven día a día a mejorar en el poder interpretar y analizar los fenómenos del mercado como lo son las preferencias, las necesidades, características de los consumidores se nos brinda la oportunidad de leer y redactar una sinopsis de este libro Visionarios de los Negocios donde podemos conocer de las lecciones de vida empresarial de grandes hombres de negocios nos hagamos una visión de lo que representa nuestra profesión y lo que podemos lograr a través de ella en beneficio propio y de la sociedad.

OBJETIVO

Desarrollar a través de la lectura del libro Visioneros de los Negocios la capacidad de aprender a extraer e interpretar de las experiencias de vida de los hombres a que hace referencia, para poder ser aplicados a nuestro ambiente empresarial.

STEVE FORBES

- Presidente y director general de Forbes, Inc.
 - Editor en jefe de la revista Forbes
 - Candidato a presidente de los Estados Unidos en 1996 y 2000
-

“Durante la universidad publique una revista de negocios. Más que asistir a clases, sentía que estaba haciendo una maestría en el trabajo”

Steve Forbes se caracterizaba por ser dogmático y siempre le gusto compartir sus ideas con el demás, siempre decidido a dar su opinión sin importarle lo que pensarán los demás. Y muchas veces ha ido en contra del pensamiento político actual, incluso durante sus campañas presidenciales (1996 y 2000)

Junto con dos compañeros de la universidad, decidió publicar una revista de negocios trimestral llamada *Business Today* . El primer número se distribuyó entre 50.000 estudiantes de todo el país y el segundo llegó a 200.000 alumnos. Esta publicación brindaba una visión o perspectiva distinta de los negocios de la que se tenía en la época (1960)

No dedico mucho tiempo a los estudios pero sin embargo más que asistir a la universidad, sintió que estaba haciendo una maestría en el trabajo. Aprendió que las cosas no se consiguen por sí solas sino que vienen como consecuencia del trabajo arduo y dedicado.

En 1997, Forbes ingresó en el terreno de los nuevos medios con el lanzamiento de Forbes.com sitio que en la actualidad atrae a millones de visitantes mensualmente y se ha transformado en el sitio más consultado por inversores y encargados de tomar decisiones empresariales.

DANNY WEGMAN

- Director general de Wegmans food Markets, Inc.
 - Wegmans fue calificada Consumer Reports (organización de defensa del consumidor) como la mejor cadena de almacenes de 2009
 - Elegida en 2005 por la revista Fortune como la mejor empresa para trabajar.
-

“Si nuestros empleados están contentos, van a dar todo de sí a nuestros clientes”

Danny Wegman se caracteriza por ser una persona honesta quien siempre cumple lo que promete. Sus inicios fueron con productos de granja y carne y entendió lo importante que es la interacción y el trato con el cliente y lo valioso que es el trabajar en equipo y su lema era *“No preguntes lo que tu país puede hacer por ti; Pregunta lo que tú puedes hacer por tu país”*

Su padre Robert dirigía una prestigiosa empresa familiar en Rochester (Nueva York) dedicada a la industria alimentaria pero que competía con desventaja con las grandes tiendas de la época (1950) pero fue un pionero en el concepto de la estrategia de ventas “compras en un solo lugar” que hizo famoso a los almacenes Wegmans incorporo servicios de farmacia, videos, laboratorio fotográfico y una guardería infantil. Y fue considerada la mejor tienda del mundo. Danny trabajo con su padre y antes de su muerte el llevaba años dirigiendo si no que contribuyó a que su negocio se expandiera más allá del estado de Nueva York con unos excelentes resultados.

Durante la crisis del 2008 en el mes de mayo el precios de los combustible subía de manera descontrolada afectando el precio de los alimentos y sus empleados no eran ajenos a esta problemática entonces decidio que durante unos meses otorgarle un descuento del 10% en la compra de alimentos con la sola premisa de que tenía que ayudar a su personal y no desmejorar sus condiciones laborales así mismo esta crisis financiera afecto a sus clientes y

decidió bajar los precios y la respuesta de parte de sus clientes fue tan emotiva que sus ventas incrementaron tanto que en el 2009 fue el año fiscal de mayores ventas en su historia y a su vez ganando prestigio a nivel internacional gracias a la excelente calidad, servicio, atención al cliente y variedad de productos.

GARY GOLDBERG

- Conductor de *Money Matters* (juego de palabras entre “cuestiones de dinero“ y “el dinero es importante”), uno de los programas de entrevistas de mayor duración en la radio de los estados unidos.
 - Fundador y director de Gary Goldberg Financial Services.
 - Coautor de *High-Powered Investing: A Financial Planner's Guide To Making Money un Today's Uncertain (Inversiones de alto vuelo. Guia del planificador financiero para ganar dinero en los mercados inestables de hoy)*
-

“Andar con rodeos e inventar respuestas que no tienen sentido es una pésima forma de andar por la vida”

Gary Goldberg inicio como agente de Bolsa tenía una gran habilidad para contar historias y eso le ayudo en su programa de radio, *Money Matters*, que se convirtió en uno de los programas de asesoramiento financiero con más años en la radio estadounidense.

Su historia de niño pobre comienza en el Bronx y lo traslada hasta la localidad suburbana de Suffern, en el Estado de Nueva York donde dirige una empresa de gestión de dinero especializada en “La masa de personas acaudaladas” cuya finalidad es que las personas que cuentan con cierto dinero para destinar a inversiones, pero no en una cantidad que los gestores privados de patrimonio o a empresas de servicios financieros de renombre.

Gary Goldber creó su empresa a principios de los años 70, con un capital que consistía en 5.000 dólares, una mesa para juegos de cartas, un teléfono y una oficina en un edificio sin ascensor de New City, estado de Nueva York. Hacía llamados y ofrecía a las personas reunirse para analizar su cartera de inversiones, en la actualidad después de miles de llamados y de buenos consejos financieros que dieron resultado, Gary Goldber no necesita decir que sabe bien lo que hace. El cliente se da cuenta.

A fines de la década de 1960 era un agente institucional en Wall Street. Acababa de obtener su licencia por lo que recién comenzaba a hacer visitas. En una cita con Richard Ney, conocido gestor de dinero de la época. Al terminar su presentación muy elocuente por cierto el señor Richard le hizo una pregunta sobre un aspecto contable de la empresa, Gary no tenía ni la mínima idea de cuál era la respuesta pero se dedicó a hablar por hablar en vez de aceptar que no conocía la respuesta como resultado obtuvo un “Quiero que te vayas. No sabes de lo que hablas” y perdió toda su credibilidad.

La lección que aprendió es que no tiene nada de malo decir “No sé. Voy a consultar con el sector de investigaciones” o “Yo mismo averiguo lo que se investigó”

Goldber en su programa de radio tiene la posibilidad de entrevistar a algunos de los dirigentes políticos y empresariales más influyentes de la actualidad, lo que le da la ventaja de enterarse de primera mano de sus ideas y palpitos sobre el mercado y las condiciones socioeconómicas actuales.

JERRY LEVIN

- Director general de AOL – Time Warner
 - Director de Home Box Office (HBO)
 - Creador del modelo de negocios *pay-for-TV-content* (*pagar por ver contenidos televisivos*)
-

“La innovación aparece en el momento menos esperado y en el lugar más inesperado”

En los medios empresariales se suele hablar de Levin como “el director general que fue responsable del peor negocio del siglo”, la fusión entre AOL y Time Warner cuyas pérdidas fueron calculadas en 350.000 millones de dólares. Ya que considero que el internet iba a cambiar los planes de negocios de todas las empresas del sector..

Jerry Levin quien ideó en la década de los 70 el concepto de la televisión por cable en un modelo comercial en donde las personas pagaran por ver los contenidos, aunque esta innovación no mostro frutos en el corto plazo y hasta de llego a pensar que el sistema fracasaría él siguió adelante y creó uno de los modelos de negocios para los medios de comunicación más exitosos de la historia. Y contribuyo al desarrollo de la industria del cable en la actualidad.

De Jerry Levin podemos aprender que no debemos de evitar los riesgos. Hay que intentar seguir adelante con el cambio e innovaciones y que no debemos dejarnos llevar por el entusiasmo de las elevadas tasas de crecimiento por que es difícil predecir cómo será su comportamiento, cuando se estancaran en especial cuando crecen demasiado rápido, también que de los errores podemos obtener enseñanzas muy valiosas y que estos forman parte de nuestro camino “ensayo y el error. Ensayo y el error... y seguir avanzando.

R. J. KIRK

- Integra la lista Forbes 400 de los estadounidenses más ricos.
 - Cofundador de New River Pharmaceuticals (empresa de investigación y desarrollo de productos farmacéuticos), que vendió en 2.600 millones de dólares.
 - Director ejecutivo superior y director general de Third Security, ILC (dedicada a la gestión de inversiones)
-

“Solo podemos aprender de nuestros fracasos. No se puede aprender de los éxitos”

De Kirk podemos extraer reflexiones como estas: “No sé cómo explicar el éxito. Es una cuestión de pruebas, casi nunca es posible explicar por qué algo triunfa” o “que las personas ricas y exitosas sobreestiman su propia brillantez y suelen sacar conclusiones equivocadas de sus logros una de ellas es que por llegado hasta donde llegaron, piensan que son mucho más inteligentes de lo que realmente son” y que “Cuando no se obtienen buenos resultados, surge la posibilidad de sacar algunas conclusiones y de ese modo el fracaso nos permite aprender algo”

Su negocio consiste en organizar equipos de personas idóneas para alcanzar buenos resultados.

Kirk nos deja muy en claro que los miembros de la empresa son socios en todo sentido y si se aspira a recibir lealtad se tiene que profesar lealtad. No basta con que una organización contrate personas y que les pague para que ellas se sientan leales a la organización.

TOM BAILEY

Fundador de Janus Capital Corporation.

“Todas las acciones estallan en algún momento. No se puede dar nada por sentado”

En la cabeza de Bailey el nexo es simple: la búsqueda ardua implicaba el rendimiento de la inversión; la inversión trae aparejados más activos netos que manejar.

Bailey nos enseña que cuando se intenta evaluar una actividad comercial y se quiere hacer dinero es imprescindible hablar con la clase trabajadora y con los competidores que se encuentran en la línea de fuego. A si mismo si se quiere

obtener un desempeño óptimo, es necesario ofrecer incentivos altos y que la adaptabilidad es una de las claves del éxito a Bailey le gusta ser un líder “suave como el terciopelo”, pero, en situaciones límites actúa rápidamente, ase énfasis en que hay que contratar personas que se caracterizan por su originalidad mentes electicas y rápidas a la hora de entender nuevas ideas. Y que el pago de sus incentivos está vinculado con el desempeño. “QUIERO QUE MIS MUCHACOS ENCUENTREN UN GANADOR CADA DIA”

Siempre perseverara en hacer exactamente los mismo que ha hecho desde siempre “trabajando en las compañías, en los competidores y en los proveedores, porque en definitiva lo que se está comprando es un negocio, cosas que viven y respiran y que son manejadas por personas.

JOSEPH WILSON

Presidente de Xerox

“Hay mucho que recorrer antes de sacarlo al mercado. Pero cuando se pueda vender debemos estar presentes”

El presidente era un hombre sincero y entusiasta se expresaba con claridad. Tenía fe en lo que hacia la compañía. Conocía todos los detalles. Entendía de finanzas y entendía de tecnología. Que hizo Forbes con la historia?. “Nada”.

Había una buena razón quien imaginaba que aquella pequeña empresa llamada Haloid con pocos empleados dedicada a la producción de papeles fotográficos con ganancias mínimas y que sus planes de formar una industria totalmente nueva” parecían de un optimismo exagerado. Nadie esperaba el éxito abrumador que alcanzaría aquella empresa posteriormente llamado Xerox en 1961. Ni siquiera el propio Joseph Wilson.

Wilson, marco el inicio de una industria nueva a base de un gran sacrificio, le apostó a la paciencia, patentes y predicciones tomo medidas para asegurar su

supervivencia a corto plazo invirtió el doble de sus ganancias operativas en la investigación xerográfica todos los miembros de su equipo se arriesgaron en su proyecto “el reto del administrador es encauzar el esfuerzo de lo revolucionario hacia empresas productivas que sirvan para llevar adelante los objetivos de la corporación” y en esas condiciones mantener animado a su equipo se convirtió en una tarea difícil.

Cuando por fin saco al mercado su revolucionaria copiadora 914 por sus altos costos de fabricación quedo fijada en el precio de 29.500 dólares una suma enorme para ser adquirida por cualquier compañía y masificar su venta era imposible adopto la estrategia de alquilar las maquinas en vez de venderlas. Estableció una tarifa mensual de 95 dólares que incluía 2.000 copias después los clientes pagaban un excedente de 4 centavos por cada hoja extra y además de eso le suministraba insumos a sus clientes. Esta estrategia le significo millones de dólares en ingresos y como las maquinas eran de su propiedad su depreciación mejoro su flujo de caja ya que el fisco la permitía deducir de sus declaraciones de impuestos.

Su filosofía siempre fue que no existe ninguna línea de productos en ninguna empresa que dure para siempre y nosotros mismos debemos convertir nuestros productos en obsoletos y no dejar que otros lo hagan.

“Dos caminos divergían en el bosque y yo tome el menos transitado y esa fue la clave”.

REFLEXION

En el libro Visioneros de los negocios, nos podemos dar cuenta de que en la vida empresarial no todo está escrito, pues las empresas están constituidas por personas y estas son las que hacen posible cualquier plan estratégico o de negocios por muy bien redactado que este sea. Y que el mercado está condicionado al consumidor y en base a este es que debemos enfocar todo nuestro ingenio.

Vemos que hombres como Steve Forbe, Danny Wegman, Gary Golberg, Jerry Levin, R. J. Kirk, Tom Bailey y Joseph Wilson han dedicado su vida a trabajar duro en el poder alcanzar sus metas no desmayando al primer obstáculo que se le presento si no innovando y buscando estrategias para poder lograrlo y no les importo equivocarse si no que reconocieron sus errores y esto les ayudo a formas más y más cada día su carácter empresarial y así poder sostener esos imperios económicos que lograron obtener.

Sus enseñanzas se pueden aplicar a todas las empresas en general por muy grande o pequeña que sea puesto que el objetivo de todo negocio es el de obtener utilidades y como administradores debemos buscar las mejores estrategias posibles para poder alcanzarlas no tener miedo a los errores que podamos cometer siempre y cuando estos sirvan para aprender de ellos y nos hagan más fuertes cada día, tampoco debemos tener miedo a innovar si no nuestra principal preocupación debe ser el quedarnos estancados siempre en lo mismo y sobre todo debemos valorar y respetar el recurso humano que nos rodea ya que solos nunca podremos lograr nada

CONCLUSION

Visioneros de los Negocios es un libro entretenido y enriquecedor ya que nos permite ver de primera mano las experiencias de vida de hombres de gran envergadura en el mundo de los negocios sus aciertos, sus errores como enfocaron su ingenio a desarrollar su proyecto de negocios y como lucharon sin desfallecer hasta poder alcanzarlo.

Nos mostró que siempre el camino a seguir para alcanzar nuestras metas no es el más fácil ni el que todos siguen sino que debemos analizar el ambiente que nos rodea y ver cuál debe ser el camino a seguir y seguirlo sin importar cuan espinado o difícil sea de recorrer si no que a través de nuestros desaciertos podamos aprender y seguir adelante hasta alcanzar nuestras metas.

GLOSARIO

Holding: *holding company:* Voz en ingles que sirve para designar a una sociedad rectora (o sociedad madre), sin actividad productiva a comercial, que controla y gestiona a las demás gracias a las acciones, participaciones, o créditos que de ellas posee.

BIBLIOGRAFIA

- Libro Visioneros de los Negocios.

CIBERGRAFIA

- [http:// en.wikipedia.org/wiki/Steve_Forbes](http://en.wikipedia.org/wiki/Steve_Forbes)
- wegmans.livejournal.com
- www.forbes.com
- www.ggfs.com
- [http://en.wikipedia.org/wiki/Jerry W. Levin](http://en.wikipedia.org/wiki/Jerry_W._Levin)
- [http://en.wikipedia.org/wiki/Randal J. Kirk](http://en.wikipedia.org/wiki/Randal_J._Kirk)
- www.janus.com
- www.xerox.com