

Miércoles 16 de Agosto, 2006

REPORTE C-educar No. 15

**Nuestra Misión: Facilitar el establecimiento de una Cultura de Educación y Capacitación en todo el mundo.**

### **FRASES QUE NUNCA PIERDEN VIGENCIA**

**Un educador afecta la eternidad; nunca sabrá hasta donde llega su influencia.**

Henry Brooks Adams (1838 - 1918)

### **INDICE**

- 1. Editorial C-educar.** Cualquiera puede obtener buenos resultados en su vida...
- 2. Nuestra página en INTERNET!** Un sueño más que se hace realidad.
- 3. Convirtiendo en realidad sus sueños...**
- 4. ¿Cuál es el valor de tu nombre?**
- 5. Tips para Ventas...**
- 6. ¿Se perdió algún reporte C-educar<sup>®</sup>?**
- 7. Confidencialidad**

### **1. Editorial C-educar<sup>®</sup>**

#### **Cualquiera puede obtener buenos resultados en su vida...**

Mucha gente se queja y reclama que no puede obtener buenos resultados en su vida. Creen que el universo completo está en su contra, creen que sólo unos cuantos escogidos pueden obtener buenos resultados en su vida. Otros creen que para obtener buenos resultados es necesario ser una persona extraordinaria, o fuera de serie.

La verdad es que ninguna de las aseveraciones anteriores es verdadera. La diferencia entre obtener buenos resultados y no obtenerlos está en algo muy sencillo: LA ACCIÓN.

¿Qué haces para obtener buenos resultados? Si hasta ahora no has obtenido los resultados deseados, pregúntate ¿qué he hecho diferente para mejorar mis resultados? Sólo si cambias tu forma de actuar ahora, obtendrás resultados diferentes en el futuro.

Muchas personas tienen grandes ideas, grandes sueños, grandes visiones, grandes esperanzas, lo cual es bueno, pero no suficiente... se requiere de un ingrediente muy importante: ACCIÓN. Y aquí es donde la mayoría fallamos... no actuamos, nos quedamos en el arranque. Tenemos que actuar, tenemos que avanzar en nuestros proyectos o sueños.

¿Quién se gradúa en la Universidad? el que habla y habla acerca de lo inteligente que es y que podría concluir una carrera de cinco años en cuatro o el que se inscribe y se tarda 10 años en sacarla.

¿Quién nada mejor? el que sabe mucha teoría acerca de la natación o el que se mete a una piscina y comienza a aprender a nadar.

¿Quién pierde más peso? el que se conoce toda la fisiología de los metabolismos del cuerpo humano o el que hace 15 minutos diarios de ejercicios.

¿Quién aprende Inglés? El que se la pasa hablando de todo lo que hará cuando sepa hablar Inglés o el que estudia al menos todos los días 15 minutos.

Estos reportes C-educá® eran un sueño antes del 10 de Enero de 2006. Hoy, 14 de Agosto de 2006 -- 246 días después -- ya no son un sueño, son realidad, con 15 Reportes publicados, recibidos y leídos por miles de lectores. ¿La diferencia? La Acción, el 10 de Enero el sueño se transformó de una idea a una realidad mediante la ACCIÓN. Actúa, nada te puede detener en tu sueño. No importa tu edad.

Francisco Mata  
[fm@c-educá.com](mailto:fm@c-educá.com)

**¡¡¡YA ESTAMOS EN INTERNET!!!**

**VISITE NUESTRA PÁGINA**

**[www.c-educá.com](http://www.c-educá.com)**

**ALLÍ ENCONTRARÁ TODOS LOS REPORTES  
ANTERIORES Y OTRA INFORMACIÓN MUY  
ÚTIL PARA SU DESARROLLO PERSONAL  
Y DE SU EMPRESA...**

## ***2. NUESTRA PÁGINA EN INTERNET...***

¡Un sueño más se convierte en realidad! Lo que antes del 10 de Enero de 2006 era un sueño, ahora ya es algo palpable: Nuestra presencia en la red de información mundial conocida como Internet.

En nuestra página [www.c-educá.com](http://www.c-educá.com) usted podrá tener acceso a todos los Reportes anteriores. Además, encontrará otra información de interés para usted y su empresa, su familia, sus amigos, etc.

En C-educá ® nos hemos despojado del egoísmo y estamos compartiendo con usted mucha información, la cual quisiéramos que de la misma forma la compartiera con sus conocidos, compañeros, amigos, familiares, y todas aquellas personas que se le ocurran.

Todos tenemos la misión de contribuir al crecimiento y desarrollo de los demás para que nuestras comunidades sean mejores. Esta es una oportunidad para que

usted contribuya - sin mayor esfuerzo - al desarrollo intelectual de nuestro país.

No lo piense dos veces... envíele este Reporte No. 15 a sus conocidos y permita que alguien más también tenga acceso a este tipo de literatura formativa.

Nuestra página en Internet comienza en pequeño, pero, poco la iremos enriqueciendo con la ayuda y colaboración de nuestros estimados lectores.

Indíquenos qué le gustaría ver en [www.c-educa.com](http://www.c-educa.com). ¿Qué secciones cree usted que deberíamos incluir?

Por favor escribanos a [comentarios@c-educa.com](mailto:comentarios@c-educa.com)

### 3. CONVIRTIENDO EN REALIDAD SUS SUEÑOS...

Las personas que convierten en realidad sus sueños generalmente siguen un mismo proceso para lograrlo. Aquí le describimos algunos aspectos de los patrones de acción que siguen las personas de éxito.

**Soñar, Imaginar.** Toda creación humana comienza en la mente. Todos los inventos, nuevas formas de funcionar y grandes logros fueron primero un pensamiento. Los triunfadores se atrevieron a soñar y a creer que sus sueños eran posibles. No dejaron que los pensamientos negativos se interpusieran en su sueño. Simplemente pensaron y soñaron en grande y se aferraron a su sueño a pesar del negativismo del ambiente. Si su sueño se ha enfriado, agréguele fuego de nuevo y comiencelo a re-crear. No lo deje morir.

**Creer.** Uno debe creer que su sueño realmente es posible. Debe creer que su idea es factible. Debe creer que si se dan ciertas circunstancias, si trabaja duro en ello, a pesar de que pueda ser un gran sueño, puede llegar a ser una realidad. Hay miles de ejemplos que ilustran el poder de creer en lo que uno anhela y desea. Debe ser una creencia fuerte, firme y persistente.

**Ver el éxito (Visualizar).** La mayoría de los grandes triunfadores tienen el hábito de “ver” con los ojos de su mente el éxito de su sueño. Se ven siendo los “gerentes generales” que desean llegar a ser, o las estrellas del entretenimiento en que desean convertirse. Antes de que sucedan las cosas, los grandes triunfadores en todos los campos ven, con todo el detalle posible, el éxito en lo que sea que se proponen. Lo ven constantemente, y lo repiten constantemente. Lo ven con entusiasmo y con energía.

**Contarlo a los demás.** El que desea hacer realidad sus sueños, generalmente lo comunican a sus seres cercanos y que los apoyan. De esta forma se comprometen con los demás. Y conforme lo dicen más y más, comienzan a creer más y más en la realización del sueño.

**Planear.** Todo sueño para convertirse en realidad debe inicialmente ser un plan. Hay un viejo dicho que dice: “Obtienes lo que planeas”. El sueño no convierte en realidad así por así. El triunfador se sienta a planear hasta el último detalle de las actividades que debe realizar para que su sueño se haga realidad. El triunfador establece las estrategias a seguir para alcanzar el éxito. El triunfador descompone su plan en pequeñas metas y establece tiempos para hacer realidad dichas metas.

**Trabajar el plan.** Generalmente las personas que triunfan trabajan muy duro sobre su plan. Mientras las personas “normales” se sientan a ver televisión, relajarse y “haraganear”, los triunfadores trabajan en las metas que deben alcanzar para que su sueño se haga realidad. El triunfador trabaja todos los días sobre su plan porque sabe que de esta forma su sueño se convertirá en realidad. Un gran libro se escribe palabra por palabra y así sucede con todo lo demás.

**Gozar lo que se hace.** Los grandes triunfadores generalmente trabajan sobre lo que les gusta, lo que les apasiona. Sus sueños están basados en aquello que los estimula al máximo; en lo que los apasiona; en lo que les quita el sueño. Ellos gozan el camino hacia el éxito, acción por acción y no lo consideran una carga. Gozan todo el proceso hasta llegar al éxito.

Basado en un artículo escrito por Jim Rohn

#### 4. ¿CUÁL ES EL VALOR DE TU NOMBRE?

Las empresas en su contabilidad le ponen un valor a su marca. El sólo nombre de una marca tiene un valor asignado en el mercado. Entre más reconocida y altamente aceptada es una marca, mayor será el valor asignado a dicha marca.

Describir la metodología de cómo lo calculan no es objeto de este artículo. Solo comentaremos que el proceso toma en cuenta muchos aspectos. Por ejemplo, para cuantificar el valor de una marca, uno de los parámetros consiste en determinar cuánto de las ventas de una empresa se deben sólo al nombre de la marca. Por ejemplo, a veces preguntamos ¿Quieres una Coca Cola? Cuando en realidad lo que queremos preguntar es ¿quieres un refresco?. Si esa Coca Cola se vende será por la marca.

Para que tengas una idea, a continuación te damos los valores en US Dólares de algunas marcas.

Coca-cola	67,000,000,000
Microsoft	56,926,000,000
IBM	56,201,000,000
General Electric	48,907,000,000
Intel	32,319,000,000
Nokia	30,131,000,000
Toyota	27,941,000,000
Mercedes-Benz	21,795,000,000
PEPSI	12,690,000,000
SONY	11,695,000,000
Colgate	5,693,000,000
Etc.	.....

Sería interesante hacer el mismo estudio con las personas. Podríamos asignarle valor a nuestro nombre. ¿Cómo estaría tu valor? ¿Alto? ¿Bajo? ¿Sin valor?. Así como el valor se lo han ganado las empresas, así una persona también se va ganando su valor (a eso podríamos llamarle su reputación).

Si en tu empresa se pudiera valuar a las personas como a las marcas, ¿Qué lugar ocuparías? ¿El primero, el segundo, el último, el penúltimo? ¿Quién te agrega valor? Tu mismo, ¿Cómo? con tu trabajo, tu exactitud, tu responsabilidad, etc.

#### 5. TIPS PARA VENTAS...

**CAZAR O PESCAR**

Puedes ser un cazador o un pescador. En términos de influenciar, la mayoría de personas tratan de ser cazadores. Ellos te perseguirán, tratarán de influenciarte y persuadirte. ¿Pero, qué hace un animal cuando es perseguido para ser cazado? ¡Huye!.

Muchos vendedores dicen: "Simplemente no puedo cerrar la venta." ¡Deja de cazar! ¿Qué pasa cuando pescas? Pones una carnada atractiva y entonces el animal viene a ti.

- Chris Widener

.....

## COMPARTIENDO LOS OBJETIVOS Y METAS DE VENTA

En ventas, el compartir los objetivos y metas de venta con las personas correctas, pueden hacer la diferencia entre resultados promedios y más arriba de promedios. Esto se debe a que el compromiso adquirido al compartirlos produce el empuje necesario para esmerarse por alcanzar las metas. **Todd Duncan** explica: "para tener éxito y estar satisfecho con tu carrera de ventas, debes rodearte de aquellas personas que te empujarán o halarán para que alcances tus más altos resultados."

## 6. ¿SE PERDIÓ ALGÚN REPORTE C-EDUCA ® ?

Visite [www.c-educa.com](http://www.c-educa.com). Allí encontrará todos los reportes que hemos publicado desde el inicio de C-educa ®.

## 7. CONFIDENCIALIDAD

Su dirección de e-mail es nuestro activo más importante. Por ninguna razón la compartiremos con ninguna otra entidad. Puede estar seguro que no será vendida o cedida bajo ninguna circunstancia.

Si por cualquier razón usted ya no desea recibir este reporte, con mucha tristeza lo retiraremos de nuestro listado de suscritos.

Escríbanos a: [borradelista@c-educa.com](mailto:borradelista@c-educa.com) indicándonos que desea ser retirado del listado.

Los artículos que aparecen en este Reporte son responsabilidad únicamente de los propios autores. C-educa, no se responsabiliza por el contenido de ellos.