

Newsletter Gratuito para más de 80.000 suscriptores del Sector Agropecuario



¿Hay mercado o no hay mercado?



Por Gustavo Picolla – Consultor | Director Agromanagement Agroeducacion

Una empresa de calzado contrató y envió a un empleado a explorar el potencial mercado de negocios en un país africano. Cuando el nuevo vendedor llegó a la primera ciudad que visitaría, pudo observar que la mayoría de la gente andaba descalza, lo cual lo decepcionó y frustró, por lo que decidió renunciar de inmediato, enviando su renuncia en estos términos “... imposible vender zapatos, aquí nadie los utiliza, todos andan descalzos”.

La empresa contrató a otro vendedor, quien al llegar a África, también pudo observar que la gente en su mayoría no utilizaba zapatos, lo cual representó para él – a diferencia del anterior vendedor – una gran oportunidad, expresando en una correspondencia enviada a su compañía:

“... prepárense para producir, porque aquí existe un gran mercado, casi nadie tiene zapatos”.

Ambos vendedores observaron lo mismo, pero usaban diferentes anteojos. Los anteojos con los que observamos son nuestras creencias.

Como dice Stephen Covey:

“pensamos que vemos al mundo como es, cuando de hecho vemos el mundo como somos nosotros”

Nuestras creencias se van formando a medida que transcurre nuestra vida. La familia donde nacimos, los amigos que tenemos, la escuela y la universidad donde nos formamos, los libros que leemos, las películas que miramos, las personas que admiramos. Todo influye para desarrollar nuestras creencias, empezamos a aceptarlas como reales y no las cuestionamos. Diría que terminamos actuando sin pensar en ellas.

Las creencias nos generan emociones que nos predisponen, o no, a accionar y obtener resultados. El primer vendedor al ver el mundo creyó que no había posibilidades de venta eso lo decepcionó, lo frustró y tomó la determinación de renunciar. Así es como funcionamos. Si usted cree que con su equipo de trabajo no logrará las metas, pues lo que ocurrirá es que no las logrará. Si cree que su empresa no va a crecer por la situación económica, eso sucederá. Y cuando sucede, refuerza la creencia generando un círculo vicioso.

Ahora, ¿porqué ante mismas situaciones hay personas que logran resultados? Las personas somos parecidas, tenemos capacidades, posibilidades, hasta nuestros cerebros se parecen. Lo que difiere es el software, las creencias. Entonces no se trata de tener mucha suerte o nada de suerte, es un tema de enfoque.

Por lo tanto, cuando no obtenemos los resultados que queremos obtener debemos analizar si nuestras creencias están alineadas con ellos.

Como dice André Gide:

“La creencia que se convierte en verdad para mí...es aquella que me permite hacer un mejor uso de mi fuerza, el mejor medio de poner en acción mis virtudes”

Aquí radica una de las claves de la efectividad, reflexionar sobre nuestras creencias y de ser necesario cambiarlas para lograr los resultados que queremos lograr.

Entonces, cómo cambiar la creencia?

No es fácil cambiar una creencia, más cuando nos resulta verdadera (¿será esta una creencia a cambiar?). Sin embargo, te voy a dejar una ayuda.

Si no logras los resultados esperados, pone en duda tu creencia. Escribe la creencia contraria y pregúntate: ¿Lograría los resultados si adopto esta creencia? Si la respuesta es sí, pues entonces adóptala.

Tal vez tu creencia original está muy arraigada y utilices el truco de reinterpretar la nueva creencia para que se adapte a tu convicción. De ser así, estarías en el mismo lugar y nada cambiará.

"Somos lo que pensamos. Todo lo que somos surge de nuestros pensamientos. Con nuestros pensamientos, hacemos nuestro mundo" Buda

Nadie te obliga a seguir teniendo las creencias que limitan tu accionar. Eres el artífice de tu destino, eso depende de tus elecciones. Y la base de tus elecciones, son tus creencias.

Entonces, ¿hay mercado o no hay mercado?

Por Gustavo Picolla – Consultor | Director Agromanagement Agroeducacion