

# ¿Cómo sabemos si ganamos o perdemos?

¿Cómo lo hacemos en tiempos como los actuales? Vamos bien, vamos mal, ¿en base a qué lo decimos? En todo caso, ¿cómo nos iba antes que empiece lo que estamos viviendo?



Por Lic. Néstor Rabinovich  
Consultor en Ventas, Marketing y Creatividad  
[www.rabinovichasesor.com.ar](http://www.rabinovichasesor.com.ar)  
[rabinovichnestor@gmail.com](mailto:rabinovichnestor@gmail.com)



“Cuando baja la marea, se ve quiénes están desnudos”, una buena frase que ilustra lo que sucede en momentos críticos. Se pone en evidencia cómo hicimos las cosas en los momentos previos. Es fácil responsabilizar al contexto de lo que sucede. En algún punto es cierto, pero no toma en cuenta las decisiones que tomamos que profundizaron los problemas, o los solucionaron.

---

*Los celulares, las computadoras, promueven una actualización permanente, cada vez más rápida, ¿cada cuánto actualizamos nuestro negocio?*

---

La rentabilidad depende de varios factores. Según su manejo, nos irá mejor o peor. Más aún en tiempos de pandemia, cuando las variables se hacen incontrolables y avanza la incertidumbre. Y también se aceleran los cambios. Empecemos por esto, la velocidad del cambio: ¿tenemos noción de su impacto en la rentabilidad?, ¿cuál es nuestro ritmo de cambio, mayor o menor que el del contexto?

Los celulares, las computadoras, promueven una actualización permanente, cada vez más rápida, ¿cada cuánto actualizamos nuestro negocio?, ¿trabajamos con los equipos propios para visualizar lo que nos quita velocidad? La pérdida de

agilidad es sinónimo de pérdida de ganancias y rendimiento.

Otro aspecto definitorio para progresar es el conocimiento de los nuevos clientes. La pandemia trajo nuevas necesidades, búsqueda de otros tangibles e intangibles, clientes que han cambiado lo que compran y cómo lo compran. ¿Los conocemos?, ¿nos adaptamos?

Para sobrevivir, las creencias y mentalidad con la que gestionamos el negocio y la relación con los clientes deben cambiar. ¿Estamos dispuestos a revisar dichas creencias que nos atan a un modo de trabajar que frena la rentabilidad?

La actualidad nos enfrenta a repensar el negocio, su vigencia, a preguntarnos cuál es el porcentaje que hay para reinventar. Todos los negocios tienen algo en lo que reinventarse. Tenemos que trabajar en eso sin demora.

---

*Para sobrevivir, las creencias y mentalidad con la que gestionamos el negocio y la relación con los clientes deben cambiar.*

---

La rentabilidad se escapa por los lugares menos pensados. En épocas de restricciones severas, hacer foco en el corazón del negocio, cuidar el margen, sostener con cuidado el ciclo comercial, ayuda a contener y salir adelante. ¿Conocemos por donde se nos escapa la utilidad?, ¿somos bomberos o pensamos y tomando distancia de lo concreto?, ¿conocemos qué es negocio del negocio? Cuando agregamos productos o servicios bajo la creencia que se aportarán más ingresos, ¿medimos dicho aporte?

Para comprender dónde estamos parados, la única manera es medir, reconocer en qué medida las decisiones que tomamos se reflejan en los números del negocio. Perderlos de vista solo alienta a manejarnos bajo la subjetividad, lo que nos parece que son las cosas, pero no lo que ellas expresan en la radiografía del negocio

o emprendimiento. Los números no son un elástico que se adapta a las propias creencias, e en estos tiempos son claves para llevar adelante la gestión comercial.

Finalmente, el liderazgo como eje de la capacidad de ser rentables y sobrellevar el momento actual. ¿Cómo lideramos a nuestra gente?, ¿qué le aportamos? ¿Marcamos caminos con futuro o generamos desaliento?, ¿somos conscientes de que según el liderazgo que ejerzamos vamos a mejorar las ganancias y perdurabilidad en el tiempo? La dirección y la visión empresarias van a marcar la capacidad de sostenernos en el futuro.

La rentabilidad es la consecuencia de lo que hacemos, mostramos, guiamos, conversamos, lideramos. No es resultado del azar.

---

*Para comprender dónde estamos parados, la única manera es medir, reconocer en qué medida las decisiones que tomamos se reflejan en los números del negocio.*

---

Muchas preguntas.

Más preguntas que respuestas.

De eso se trata.

De hacernos nuevas preguntas para nuevas respuestas.

De eso depende la rentabilidad y la supervivencia. ■■