



fabricantes
de
VANGUARDAS
de arcaivos
de regatas

CIRCULAR MARZO 1969

CUBIERTA CEDIDA GENTILMENTE POR EDUNISA

EDITORIAL

De nuevo nos hallamos ocupados en la preparación de nuestra Asamblea anual. Este año hemos de celebrarla en Zaragoza, de acuerdo con la amable sugerencia de los reclamistas de dicha capital que asistieron a la Asamblea de «Cap sa Sal».

Sin casi darnos cuenta, hemos adoptado la agradable costumbre de alternar la celebración de las Asambleas en localidades que reúnen un núcleo de reclamistas. Valencia y Palma de Mallorca nos ofrecieron ya su grata hospitalidad, y ahora nos la brinda la noble capital aragonesa.

Nos llena de gozo la proximidad de la fecha señalada para nuestro encuentro. Vernos reunidos y saludarnos mutuamente, cambiar impresiones, discutir amigablemente y desearnos los mejores augurios para cada uno de nosotros en particular y para nuestras actividades en el reclamo, es una oportunidad que agradecemos a cuantos, con su trabajo de fundación y promoción, hicieron posible esta realidad que hoy es FYVAR.

Esta Asamblea de todos los años, que para el presente auguramos de participación muy nutrida, además del placer de un encuentro cordial y eficaz, nos ofrece la ocasión oportuna para poner en común nuestros problemas y sugerencias.

En esta hora, en muchos aspectos grave y decisiva, de renovación de métodos y sistemas, de mutación de la mentalidad empresarial, de aceleración, de progreso de las técnicas, de necesidad de ética profesional, de firmeza, esperamos de todos los amigos del Reclamo un nuevo esfuerzo personal para asistir a nuestra Asamblea, dispuestos a sostener y favorecer otra vez, con su presencia, nuestra agrupación para que merezca, cada vez más, la pública estimación de cuantos con ella se relacionan.

CARLOS RIUS

Asamblea General

(EN ZARAGOZA)

PROGRAMA DE FECHAS Y ACTOS

Día 1 de Mayo.

Llegada durante el día al Hotel Corona de Aragón, de los asistentes a la Asamblea. CENA y ALOJAMIENTO.

Día 2 de Mayo.

DESAYUNO EN EL HOTEL. Por la mañana, reuniones de los distintos Grupos. Al mediodía, ALMUERZO en el Restaurante típico Aragonés "El Cachirulo". Resto de tarde libre para visitar la capital y sus monumentos. CENA y ALOJAMIENTO en el Hotel.

Día 3 de Mayo.

DESAYUNO en el Hotel. Por la mañana, ASAMBLEA GENERAL FYVAR. A mediodía, ALMUERZO en el Hotel. Tarde libre. Por la noche, CENA DE HERMANDAD y BAILE en los salones del mismo Hotel. ALOJAMIENTO.

Día 4 de Mayo.

DESAYUNO en el Hotel y despedida de los Assembleistas.

PRECIO POR PERSONA, TODO INCLUIDO: 2.500 pesetas.
(Excepto extras)

GREMIO

Si en un sencillo diccionario buscamos la palabra GREMIO obtendremos aproximadamente la siguiente contestación:

“Corporación nacida en la Edad Media formada por Maestros, Oficiales y Aprendices de un mismo oficio e inspirada en principios de mutualidad y comprensión. Conjunto de personas que tienen alguna circunstancia común.”

Ambas contestaciones son dignas de tenerse en cuenta y de estudio.

Podemos observar ya en principio la antigüedad de este espíritu de defensa de unidad gremial, que se refleja incluso en obras líricas y literarias que a todos nos vienen a nuestra mente y que nos demuestra la importancia que siempre ha tenido; además es digno de observar la unión de Maestros, Oficiales y Aprendices, este sentir de Empresa que unía a todos, sintiendo y viviendo los avatares de la misma en donde no sólo se laboraba, sino que indudablemente se vivían problemas más nimios, quizás es difícil trasladar este pensamiento a nuestros tiempos, tan materializados, pero no debemos dudar que si se lograra, redundaría en bien de todos, de la Empresa y de los productores, y a ello debemos encaminarnos, es difícil el logro, pero se debe intentar.

El segundo punto de contestación también es interesante, y es en donde debemos todos luchar con más fuerza, para conseguirlo, tiene que desaparecer esta forma de pensar de cada Grupo de nosotros, de por sí, que el problema de cada uno de ellos tiene que ser vivido por todos y procurar dar soluciones a lo que se presente, no bajo un punto de vista propio, sino bajo el punto de vista enteramente Gremial.

Es mucho el lastre que se debe lanzar por la borda, pero debemos pensar que todo el esfuerzo de nuestras normas, de nuestras Asambleas, de los señores que han constituido, que constituyen y constituirán nuestras comisiones, serán siempre baldíos si no ponemos esfuerzo por nuestra parte.

Algo se ha conseguido, aunque poco; esto nos lleva a perseverar, sintamos todos la labor gremial, haciéndonos cargo

de las normas vigentes hasta su total comprensión, leyendo cuantas circulares y boletines llegan a nuestras manos, debemos pensar que para ello se han esforzado con toda buena voluntad nuestros compañeros y el único premio que podemos ofrecerles es leerlos con cariño, con comprensión, y pensando que cuanto se escribe nos servirá de enseñanza y de bien hacer las cosas, pues si muchas de ellas las daremos por sabidas, siempre encontraremos algo que nos ayudará en la marcha de nuestro negocio, en la comprensión y unión de todos, y esta hermandad, casi aseguraría nos llevará a este sentimiento de conjunto de personas que tienen una circunstancia común.

Creo que la perorata es demasiado larga, sólo me ha llevado el deseo de que todos consultemos en nuestro diccionario por simple que sea, la palabra GREMIO, y la apliquemos con todo cariño al nuestro de FYVAR.

JOSÉ PONT

VOCES SUBLIMES

Ninguna sociedad, por pequeña que sea, puede conservarse ordenada sin una autoridad que la rija; donde hay una reunión es preciso que haya una ley de unidad; de lo contrario, es inevitable el desorden. Las fuerzas individuales entregadas a sí solas sin esta ley de unidad, o producen dispersión o acarrear choque y anarquía.

BALMES



ENTREVISTA CON

Don Manuel Kirchner Pallarés

de Reclamos Tell

Por Emilio Fabregat

—¿Por qué se dedicó al Reclamo?

—Muy sencillo. Mi hijo trabajaba en una empresa reclamista y me convenció para que nos estableciéramos; de esto hace ya unos veinte años y con franqueza puedo decirle que estoy muy satisfecho de haber emprendido este camino.

—Antes, ¿trabajaba en algo relacionado con esta actividad?

—En nada parecido. Estuve muchos años en una empresa de carbones como Gerente y por cierto muy disgustado, no con la empresa sino con el negocio en sí, puesto que cosechaba muchos sinsabores, bastantes más que con el Reclamo, aunque algunos no lo crean, y por ello decidí cambiar mis actividades.

—Por su apellido, parece usted ser extranjero.

—Mi padre era alemán y, como yo, lo fuimos hasta el año 1917, año este en que nos nacionalizamos españoles.

—Desde que usted empezó en el Reclamo, hasta la época actual, ¿ve usted mucha diferencia?

—Enorme; vendemos ahora mucha más calidad, con artículos que antes un reclamista no se hubiera atrevido a vender. Al principio, éramos muy pocos en FYVAR y cuando alguna empresa quería ingresar, nos asustábamos, pues temíamos que habría demasiada competencia, teniendo en cuenta que éramos unos doce aproximadamente y ahora, con los que somos, trabajamos todos y vendemos más que nunca. Estoy plenamente convencido de que cada reclamista al ingresar en FYVAR, ha aportado también su clientela y su mercado. Creo que al ser más la cantidad de agremiados, ha sido una suerte para todos, pues se ha abierto un mercado, hasta ahora desconocido.

—¿Qué cree más importante para una empresa Reclamista: La producción, la Administración o las Ventas?

—Los tres factores son prácticamente iguales, aun cuando algunos crean que el capítulo Ventas sea el más importante,

considero que no es la base. Ya sé que todos estamos preocupados en vender y cada vez más pero hay que analizar cómo se vende; es necesario vender mucho pero bien. La consecución de una gran cifra, no la creo conveniente, al menos para mí; a igual cantidad, prefiero que sean muchos pedidos que unos pocos, sin contar que los encargos grandes son muy ajustados de precio y si llegan a ser morosos, entonces sucede que deseando mejorar las ventas las estropeamos.

—*¿Cree usted en la bondad e importancia de las Asambleas?* Hago esta pregunta, por cuanto ha estado usted ausente en las últimas celebradas.

—Es verdad; no he asistido y lo he sentido mucho. Las Asambleas son importantes y absolutamente necesarias. Tenga en cuenta que fui durante nueve años de la Comisión y calculo que he asistido a unas doce Asambleas. Puedo asegurarle mi asistencia a la próxima a celebrar en Zaragoza.

—*De los años que lleva en el Reclamo, ¿recuerda algún año peor que otros?*

—No; todas las temporadas han sido con tendencia a mejorar, y en particular las últimas. Creo que este detalle es de ámbito general, al menos así lo considero. Hablando de mi firma, le diré que tenemos ahora menos devoluciones que antes, en relación a las ventas, naturalmente.

—*¿No cree usted que la organización de los reclamistas deja bastante que desear?*

—No lo sé; sólo puedo hablar por lo que a mí me afecta. Mi empresa por su categoría está debidamente organizada como si dijéramos una Andorra por su pequeñez y buena administración. Desde luego no es excusa la pequeñez para no llevar una buena administración; sobre esto podrían hablar mis proveedores, ya que ellos saben los detalles que tenemos por lo pequeños que somos dentro del ramo.

—*Ya sabe usted la lucha que sostenemos con relación a los precios. ¿Ve alguna solución?*

—Desde hace bastante tiempo, veo en baja este problema. Le diré que no hemos sufrido dificultades en este motivo; parece mentira que no se haya cruzado en nuestro camino ningún "revienta-precios". Esta lucha que usted menciona, se va aminorando a criterio mío y en conjunto hay mucha más sensatez.

—*¿Qué opina usted sobre el sueldo del Gerente o Dueño en una firma reclamista?*

—Es obvio de que el Dueño debe tener asignado un sueldo

completamente aparte de los beneficios de la Empresa. Es tan natural, que no sabría hacerlo de otro modo; el reclamista que lo lleva todo mezclado, no comprendo como subsiste. La Empresa es un ente distinto del Dueño, económicamente hablando y, por tanto, son dos sujetos totalmente distintos. De lo contrario, es como muchas empresas van a menos.

—*¿Hasta qué punto cree usted en la fidelidad de nuestros clientes?*

—Tengo clientes desde el primer día que abrí las puertas y creo sinceramente que me son fieles. Así mismo también tengo Representantes desde el primer momento. Generalmente, mi clientela es bastante segura en este aspecto, por lo que el porcentaje de perseverancia de mis clientes es bastante elevado. Por otra parte, no creo sea ningún secreto el poder mantener esa fidelidad, toda vez que nuestro servicio y nuestro trato con los clientes es en lo que más nos esmeramos. Si hay que sacrificarse en favor del cliente, lo hacemos con gusto, sin dolernos, y ello hace que aquel también nos corresponda, aunque si alguna vez se pierde, a la larga es beneficioso.

—*¿Hay o habrá otras formas de vender Reclamo?*

—La técnica de la venta la encuentro buena y pienso que debe de continuar así, al menos en mi empresa. Creo que tal como vamos, es una manera de vender óptima.

—*El fichero de Morosos, ¿puede dar la batalla a los Impagados?*

—Me alegro de que me hable de este asunto, ya que deseaba comentárselo. No sólo para combatir morosos es útil, sino que creo que es o debería ser la base fundamental de toda nuestra organización. El control de morosos lo encuentro fundamentalmente en FYVAR; ese sí nos daría una categoría y solera, los clientes nos respetarían más. Deseo explicarle cómo actúan los Hoteles con sus morosos, que también los tienen y numerosos. Ellos hacen lo que se llama "Cadena"; el perjudicado por un cliente que se marcha sin pagar, llama a otro Hotel y aquel a otro previamente establecido, éste a otro, etc., etc. Resultado: al cabo de dos horas, el cliente moroso, no halla alojamiento en ninguna parte, aparte el peligro que tiene de caer en manos de la policía. Igual podría hacer FYVAR para clientes, Viajantes y Representantes; aparte están también las reclamaciones injustas que habría también que considerarse como morosos e indeseables.

—*En nuestra actividad circula la siguiente frase: "El personal es el cáncer del Reclamo". ¿Qué opina usted?*

—Se trata de una equivocación total y sin sentido. La frase parece normal cuando no se sabe escoger a los empleados, pero si son eficaces, entonces con pocos hay suficiente; lo malo son muchos e ineficaces. Hay que tener en cuenta que los empleados buenos hay que remunerarlos como es debido, de lo contrario poco se les podrá exigir. El problema, desde luego, es complejo pero quien tiene que solucionarlo es el propio empresario, escogiendo solamente los verdaderamente eficaces.

—*¿No cree usted que el problema de los precios se deba a los Restos de Serie?*

—Cada año quedan "Restos de Serie" que trato de quitármelos de encima. Por otra parte, comprar "Restos de Serie", lo considero una táctica totalmente errónea. Algunas firmas lo hacen, pero yo lo considero un mal sistema.

—*¿Son rentables nuestras relaciones de amistad, sin dejar de competirnos?*

—Es el más gran negocio que hemos hecho los de FY-VAR. Le contaré una anécdota para que vea el valor de estas relaciones. Un industrial nos hizo un pedido de bastante consideración; me dio el texto a estampar y en el mismo vi el pie de imprenta de una firma competidora. Me faltó tiempo para solicitarles informes del mismo y al mismo tiempo, considerando que quizás el pedido les afectara en algo, puesto que el cliente se dirigió directamente a mí, me creí en la obligación moral de comunicar el citado encargo. Mi competidor, agradeció la franqueza diciendo que si este año lo hacía yo, otro lo haría él y además que no había nada que decir con respecto al cliente.

Se sirvió el encargo, y cuando llegó el momento de cobrar el importe del mismo, pasó lo imprevisible: se trataba de un moroso. Tan pronto lo supe, llamé a mi compañero comunicándoselo y al mismo tiempo, previniéndole, ya que en buena lógica, el pedido próximo sería para él, como así fue. El favor que nos hicimos mutuamente fue rentable y acrecentó nuestra amistad. Estas relaciones son primordiales.

He sido amablemente atendido por el señor Kirchner, dándome toda clase de facilidades para el mejor desempeño de mi modesta labor. Creo sinceramente que todos podremos sacar alguna consecuencia provechosa de las atinadas contestaciones de nuestro entrañable amigo. Muchas gracias.

Facilidad de palabra

Muchas personas que poseían excelentes cualidades intelectuales se han visto relegadas a un segundo plano toda su vida por el sólo hecho de no tener *facilidad de palabra*. Y sucede a veces que un hombre de gran inventiva se encuentra con este gran defecto, hallándose completamente indefenso para luchar con las armas de que le ha dotado la naturaleza.

¿Puede el hombre adquirir esa facilidad de expresión tan necesaria? Indudablemente es posible. Una persona que no sepa expresarse en absoluto, difícilmente llegará a ser un buen orador o escritor, pero podrá adquirir suficiente soltura para dar a conocer a los demás sus ideas lo bastante bien para abrirse un camino hacia el éxito. Esforzándose en leer y escribir, podrá llegar a superar este defecto. Alguien ha dicho que el hombre de negocios medio, habla unas 35.000 palabras diariamente; esas mismas palabras impresas formarían un volumen de tamaño regular y si publicáramos sus charlas, podríamos formar una pequeña biblioteca. El hombre de negocios, al tratar continuamente con sus empleados y clientes, se ve forzado a hablar casi continuamente. Evidentemente, el hablar bien es de suma importancia en su vida empresarial, de forma que según la idea de expresión se ve ayudado o perjudicado en sus resultados. Unas personas hablan demasiado, las conocemos todos, y otras se pierden por hablar poco.

Es realmente un arte el saber hablar de forma efectiva, usando las palabras adecuadas y justas para conseguir ventas; es necesario saber decir las palabras apropiadas dejando de lado las supérfluas. Las conversaciones efectivas aumentan los beneficios. Las palabras son cosas de las que podemos servirnos para conseguir amigos o cosechar enemigos. Podemos expresar el amor, insultarnos, enseñar, comprar o vender. Nuestra forma de hablar puede elevarnos a las mayores alturas o arruinarlos por completo. ¿No es cierto que unas conversaciones en el momento oportuno han preservado más de una vez a las naciones de una catástrofe? Muchos disturbios han sido causados en algunas ocasiones por una palabra destemplada o pronunciada en mal momento y en mala forma.

Charles W. Eliot, que fue rector durante muchos años de

la Universidad de Harvard, dijo: "La clave de una buena educación consiste en saber hablar y escribir perfectamente el propio idioma". La opinión de Eliot, merece ser meditada. Saber hablar y escribir bien es, indudablemente, una de las mejores pruebas que puede dar un hombre de su valor. Muchos hombres que se han hecho a sí mismos, han dedicado todo su tiempo a hacer fortuna y no han tenido tiempo para leer, despreciando la importancia del lenguaje. Pero cuando se encuentran con otras personas, en medios sociales educados, se hallan conscientes de su inferioridad dándose cuenta, un poco tarde ya, de que el saber hablar es una cuestión de una importancia mucho mayor de lo que habían creído hasta aquel momento.

Thomas A. Edison, el hombre que patentó más de mil inventos, carecía de la habilidad de expresarse bien. Hacia el final de su vida, sus amigos le ofrecieron un banquete-homenaje en el transcurso del cual varios oradores asistentes al mismo, fueron ensalzando las extraordinarias dotes de aquel hombre; al final se levantó Edison para agradecer tantos elogios en medio del silencio expectante de un millar de personas. Permaneció indeciso unos segundos, dijo "¡Gracias!", y se sentó. Existen pocas personas que sepan hablar y escribir sin cometer ninguna falta por cuanto existen tantas reglas por saber, que pocos las dominan todas. La mejor forma de ampliar el vocabulario consiste en leer de forma que la mayor parte de todos nosotros, deberíamos dedicar más tiempo a la lectura de lo que hacemos

Escribiendo cartas mejores y hablando mejor, podremos aumentar el círculo de nuestras amistades y mejorar en algo o en mucho nuestros ingresos. El obtener una facilidad de expresión, bien merece algunos sacrificios.

LUIS G. CANTÍN-LLAVERÍAS

continuidad

Todos sabemos que las empresas reclamistas no perduran en un 80 % de los casos. Los motivos han sido explicados repetidas veces, lo que no se ha hecho es dar soluciones a este particular problema:

Creemos que si se aplica con firmeza lo que indicamos tendrá empresa para muchísimos años, no sólo para usted, sino para sus descendientes.

LO PRIMERO es conocer nuestras propias limitaciones, saber apreciar los conocimientos de nuestros subordinados que descongestionan nuestras tareas. **EL MANDAR UNA COSA NO SIGNIFICA SABER HACERLA DETALLADAMENTE.**

SEGUNDO, no acaparar el trabajo, delegar parte de nuestra autoridad y responsabilidades a nuestros colaboradores. Hay que dar oportunidad para que tomen decisiones en la especialidad que trabajen, **HACERLOS HOMBRES COMPETENTES, NO UNOS VULGARES Y OBEDIENTES EMPLEADOS.**

TERCERO, hay que elegir y adiestrar cuidadosamente el personal para que pueda asumir ciertas responsabilidades. Sobre todo no trate de hacerse imprescindible, al revés tenga preparado un sustituto. **RECUERDE QUE LOS HOMBRES VAN Y VIENEN PERO EL NEGOCIO DEBE PERDURAR.**

CUARTO, hay que dejar los problemas de hoy para los subordinados, piense en el mañana que es la única manera de prosperar, **NO CREARSE UNA RUTINA DE TRABAJO.**

QUINTO, usted no debe ser el dueño de la empresa sino la cabeza de un equipo que hay que estimular y recompensar. **SUPERVIVENCIA SERA IGUAL A LA EFICACIA DE ESTE EQUIPO.**

SEXTO, para conseguir esto hay que saber tratar a la gente, **NO VER A LOS HOMBRES COMO MAQUINAS, RECONOZCAMOS SU MERITO COMO PERSONAS.**

SEPTIMO, el negocio del reclamo debe de estar organizado, el arquitecto debe trazar los planos de la construcción, us-

ted debe hacer los de su empresa y saber sus puntos débiles. PIDA LA COLABORACION DE SUS EMPLEADOS.

OCTAVO, no alterarse y tener dominio sobre sí mismo, su cabeza debe de estar siempre equilibrada. ESTA ES LA AUTENTICA SUPERIORIDAD SOBRE SUS EMPLEADOS.

NOVENO, hay que dar órdenes concretas y siempre que sea posible por escrito. SI VD. DUDA HARA DUDAR A TODO EL EQUIPO, CON LA CONSIGUIENTE PERDIDA DE PRESTIGIO.

DECIMO, hay que estudiar el reclamo, necesita cada día más del sistema de organización que hay que aprender y aplicar. SEAMOS CADA DIA MAS EFICIENTES.

Si usted aplica estos al parecer sencillos consejos, su empresa será formidable y una enfermedad o unas vacaciones no será el delirio actual en algunas casas de reclamo donde nadie sabe nada y, por lo tanto, nadie hace nada. Además no lo haga por usted, piense en su familia, en su nombre comercial, en el recuerdo de los demás, por eso debe hacerlo usted.

E. FABREGAT

CUESTIONARIO A TODOS LOS AGREMIADOS DE FYVAR

—¿Qué opinión le merecen los Boletines publicados desde la Asamblea de Palma de Mallorca?

—¿Cree Vd. que se debe continuar editando?

—¿Cuál es su opinión de los artículos publicados?

—¿Podría Vd. sugerirnos algún tema para su publicación?

—¿Ha sacado alguna consecuencia práctica de los artículos publicados?

—¿Qué temas encuentra a faltar?

—¿Por qué no nos brinda su colaboración?

—¿Podría sugerirnos alguna persona con preferencia para hacerle un interviú?

¿Cómo conseguir optimismo en nuestros vendedores?

No es preciso manifestar que cuanto mayor sea la falta de preparación de los Vendedores, con mayor facilidad les "Cundirá" el desánimo y desmoralización; sin embargo, cuando el Vendedor está preparado profesionalmente no se "amedrentará" fácilmente ante dificultades transitorias a las que sabrá hacer frente y superar adecuadamente, según sean las contingencias que se presenten.

En el primero de los casos, el denominador común, por lo general, es la falta de pedidos; el Vendedor nada comunica aún cuando sigue trabajando con muy pocas esperanzas puestas en el éxito. En otras ocasiones, y a través de sus escritos, se lamenta de la situación poco favorable en que encuentra a la plaza visitada, de las ventajas de la competencia, etc., que si bien existen en determinados casos, generalmente, y con ánimo de "cubrirse", se exageran produciendo una notable desorientación a la dirección de la Empresa en la que presta sus servicios.

La forma más viable en cuanto se producen estas manifestaciones, el modo de combatir estas situaciones frecuentes de la competencia, creemos que podrían lograrse evitando el pesimismo de los Vendedores a través de la labor del Jefe de Ventas, afectuando la gestión más eficaz para hacer recobrar los ánimos un tanto decaídos. Hay que procurar hacer conocer la realidad de la situación con sus pros y contras de formas explícita y detallada convenciéndoles de que la venta es posible. Hay que conseguir, por todos los medios, convencer con hechos y argumentos de forma que a pesar de que la realidad, sea efectivamente la que ha indicado el Agente, con mayor o menor aproximación, existen posibilidades reales de éxito, que deben buscarse y hallarse.

La mayoría de Vendedores, desearían que sus productos fuesen los mejores, los más económicos y que la Empresa apoyara el servicio post-venta, con una amplia campaña publicitaria; todas sus indicaciones en su correspondencia vienen a decir lo mismo: la Competencia hace abundante publicidad; Ofrece precios y condiciones más ventajosas; la competencia tiene una presentación esmerada en sus artículos, está más introducida, etc. Indudablemente que cuando

se citan todos esos adjetivos, es que se desea que fuésemos nosotros los que tuviésemos todas estas ventajas.

Lo primero que debe hacerse es convencer al Vendedor de que todo esto no es posible y que no hay ningún producto que sea superior en todo a sus competidores. Esto se comprende fácilmente, ya que si así fuese, la competencia se modificaría para poder a su vez ofrecer cosas distintas. En el supuesto de que deben de haber unas condiciones ventajosas y otras desfavorables, el Vendedor ha de conformarse con tener algunos puntos básicos donde apoyarse para realizar una labor eficaz y de rendimiento. Generalmente, la mayor dificultad reside en tener que enfrentarse con productos que están muy introducidos; el que sea difícil, no quiere decir que sea imposible y esa misma dificultad ha de constituir un estímulo para aquellos Vendedores que saben lo que hacen y a dónde hay que ir.

Complemento obligado de esta labor del Vendedor, es la necesidad de facilitarle argumentos a fin de que puedan combatir con posibilidades de éxito las razonadas objeciones que les harán los clientes. Al Vendedor conviene facilitarle toda clase de razonamientos para los temas que puedan suscitarse en su labor de venta, como son normalmente, la calidad del producto ofertado, su precio, su comparación con lo ofrecido por la competencia, etc. Si el Agente conoce de qué manera puede reaccionar en cada caso que le plantea el cliente, de forma que con convencimiento de causa pueda "llevar el agua a su molino", adquirirá automáticamente una seguridad en sí mismo que será un factor muy importante para alcanzar el éxito deseado y debidamente preparado.

Indudablemente no se logrará el éxito en la totalidad de las posibilidades iniciadas, pero como mínimo habremos contribuido a lograr un OPTIMISMO en nuestros Agentes Vendedores.

JUAN MENDOZA

Colaboremos

Sin acudir al tópico nos parece oportuno recordar que FYVAR es por su propia naturaleza una solidaridad entre nosotros y, por lo tanto, una ayuda colectiva, pero al mismo tiempo supone la obligación común de cooperar a crear y mantener los medios necesarios para poder cumplir nuestras finalidades.

Todos somos llamados a esta Comisión que, si bien exenta de notoriedad, es lo más útil que cabe desarrollar a favor de FYVAR.

No dejemos que por inercia o por un mal entendido prejuicio, unos pocos hagan lo que nos corresponde a todos y cada uno de nosotros.

El carácter desinteresado y alturista de esta Comisión, sin premios ni compensación alguna de signo utilitario, no solamente nos pone a cubierto de toda suspicacia, sino que acrecenta el concepto moral que podamos merecerlos.

Empecemos de inmediato a colaborar con la Comisión en la seguridad que moralmente nos da el ciento por uno en la consideración de nuestros colegas y en nuestra propia estimación.

LAS NORMAS DE JEFFERSON

- 1.^a *No dejes para mañana lo que puedas hacer hoy.*
- 2.^a *No emplees a otro en lo que tú mismo puedas hacer.*
- 3.^a *No gastes nunca tu dinero antes de ganarlo.*
- 4.^a *No compres nunca lo que no necesites, bajo pretexto de que sea barato.*
- 5.^a *La vanidad cuesta más que el hambre, la sed y el frío.*
- 6.^a *No nos arrepentiremos nunca de haber comido poco.*
- 7.^a *Nada cansa, si se hace de buena voluntad.*
- 8.^a *¡Cuántos disgustos hemos tenido al creer que nos sobrevendrían hechos desgraciados, y que no han llegado nunca!*
- 9.^a *Toma las cosas siempre por el lado bueno.*
- 10.^a *Cuando estés enojado, cuenta hasta cien antes de hablar.*

Filosofía

Si quieres hacer grandes cosas, empieza por hacer bien las cosas pequeñas.

* * *

Tu trabajo es tan grande como tú lo hagas. Muchos hombres permanecen en el fondo, por haberse quejado siempre de no haber tenido una oportunidad.

* * *

Un joven me dijo que tenía un trabajo «muerto». Conociéndole como le conocía, podía haberle respondido que el trabajo no era «muerto». Era él que no estaba «vivo».

* * *

Cuando la oportunidad está a punto de ponerse a nuestro alcance, la mayoría de hombres la malogran.

* * *

Según mi opinión, la verdadera felicidad se basa, en primer lugar, en la actitud que adoptemos ante la vida y, en segundo, en nuestras acciones.

* * *

Si quieres ser un líder, no te preocupes por el ayer, no pienses mucho en hoy, pero trabaja firmemente para el mañana.

* * *

Siempre se necesita gente que piense en el futuro. Hombres y mujeres que puedan prever el porvenir con cinco años de anticipación. Pero no basta con pensar; hay que transformar en acción los pensamientos.

* * *

Cada noche pregúntate: «¿Qué he hecho hoy para acercarme más a mi objetivo?»

* * *

Disfrute de la vida: baile, cante y juegue en los momentos apropiados. Pero cuando se halle trabajando, ponga en su tarea el mismo entusiasmo que en sus diversiones.

* * *

Más de un hombre con una gran opinión sobre sí mismo tiene una mente pequeña. La felicidad no se compra con dinero; si fuera así, los millonarios que mueren desgraciados habrían comprado mucha.

