

---

## **Generar ingresos y seducir Significan lo mismo**

¿Cómo aumentar los ingresos de las empresas? Esta pregunta es al mismo tiempo la más frecuente, las más importante y la más difícil de responder para cualquier gerente. Cuando un gerente es capaz de generar abundantes ingresos los demás aspectos son fácilmente disimulables.

Prefiero hablar de generar ingresos y no de vender porque entre los dos conceptos existen diferencias sustantivas:

Cuando la venta es de contado se genera un ingreso inmediato. Pero cuando la venta es a crédito, puede transcurrir desde días hasta meses para que el dinero ingrese a la empresa. Algunas ventas nunca se convierten en ingresos, porque se pierde la cartera. Así pues, entre vender y recibir el ingreso media una variable: el tiempo. La importancia de esta variable puede ser vital para los intereses económicos de la empresa.

***Entre vender y generar  
ingresos media una  
variable: el tiempo***

De hecho, la contabilidad registra las ventas con una factura y los ingresos con otro documento: el recibo de caja. Las facturas se acumulan en el estado de pérdidas y ganancias, mientras que los recibos de caja van a dar al flujo de caja. Muchas empresas presentan utilidades atractivas (y engañosas) en su estado de pérdidas y ganancias, porque venden bien, pero se debaten en una horrenda iliquidez porque cobran mal.

El mayor desafío que enfrenta cualquier gerente consiste en garantizar que su empresa atraiga abundantes ingresos, no sólo abundantes ventas.

Estos ingresos deben ser suficientes no sólo para cubrir con ellos la totalidad de los egresos sino para que quede un excedente que permita amasar una fortuna empresarial, tan grande como sea posible, a medida que transcurra el tiempo.

***Los ingresos no se  
producen  
espontáneamente***

Cuando el gerente logra este propósito, la felicidad es total. Su tarea esencial está cumplida. La labor gerencial se vuelve una rumba.

Pero cuando los ingresos no alcanzan para cubrir los egresos, el transcurso del tiempo se convierte en el peor enemigo de la empresa. Cada día que pasa se vuelve una tragedia. Mañana la situación será más dramática que hoy. El trabajo del gerente será cuestionado.

Atraer ingresos abundantes es una tarea muy difícil porque hay que salir a buscarlos por fuera de las cuatro paredes de la empresa.

Los ingresos de las empresas son los egresos de sus clientes. En los bolsillos de ellos se encuentra el dinero que las empresas necesitan para vivir. Cada empresa debe competir con las demás para asegurarse de que ese dinero pase a sus arcas, y esta no es una tarea fácil.

***En los bolsillos de sus clientes actuales y potenciales se encuentra el dinero que su empresa necesita para generar riqueza***

El éxito o el fracaso en la generación de abundantes ingresos de una empresa depende de su capacidad para convencer a los clientes de que se desprendan del dinero que tienen en sus bolsillos a cambio de los productos o servicios de su empresa, y no a cambio de los productos o servicios de la competencia.

Dicho de otra manera, el éxito o el fracaso en la generación de abundantes ingresos de una empresa depende de su capacidad seductora.

Ahora bien, conviene subrayar que los ingresos no se producen espontáneamente. Los egresos se producen solos, los ingresos no. El sólo transcurso del tiempo genera egresos, pero no ingresos.

Sólo son capaces de producir abundantes ingresos las empresas que disponen de un método eficaz para producirlos. Sin un método eficaz es imposible generar abundantes ingresos. Un método eficaz produce suficientes ingresos. Un método ineficaz produce ingresos insuficientes, o ningún ingreso.

***El éxito o el fracaso en la generación de abundantes ingresos de una empresa dependen de su capacidad seductora***

Si su empresa obtiene los ingresos que requiere no sólo para sobrevivir sino para acumular riqueza, sin duda dispone de un método eficaz para generarlos.

Pero si sus ingresos no le alcanzan para cubrir la totalidad de los egresos y para acumular una plusvalía, lo aconsejable es revisar el método que está utilizando para producirlos. Sin duda es ineficaz o no existe.

Pero debo subrayar además que ningún método para generar suficientes ingresos es infalible. Lo que se busca con ellos es aumentar las probabilidades de que se produzcan esos ingresos, sin garantizar, con certeza absoluta, que se producirán.

Además, es fácil entender que los métodos se desgastan y terminan perdiendo eficacia con el transcurso del tiempo. Y, si son exitosos, la competencia los copia. Se impone, por lo tanto, la tarea de reinventarlos permanentemente.

Algunas empresas logran el favor de sus clientes y como consecuencia de ello disfrutan de un flujo suficiente de ingresos. Son las empresas competentes o competitivas.

Otras no lo logran, se debaten en una insostenible iliquidez. Son las empresas incompetentes o no competitivas, condenadas a desaparecer a menos que cambien fundamentalmente su desempeño.

¿Cómo hacerlo? ¿Cómo lograr que la empresa reciba los favores de sus clientes? ¿Cómo convencerlos de que se desprendan de su dinero? ¿Cómo seducirlos o cautivarlos?

En fin, ¿cómo podemos hacer que la empresa obtenga suficientes ingresos no sólo para sobrevivir sino para generar riqueza?

Existen dos maneras de hacerlo. Dos caminos para traer el dinero de los clientes desde sus bolsillos hasta el bolsillo de la empresa.

En los siguientes fascículos me refiero a cada uno de estos caminos.

***Un método eficaz es  
aquel que produce  
abundantes ingresos.  
Uno ineficaz es el que  
produce escasos  
ingresos***