



## EL VENDEDOR DE HOT DOGS

Decían que John hacía los mejores perritos calientes de la comarca. Tenía su carrito colocado estratégicamente en un cruce, bien señalizado, con letreros que invitaban a acercarse. La calidad de su producto, el cariño y respeto con el que los confeccionaba y su amabilidad hacían el resto. Compraba sus materias primas a proveedores de calidad y confianza sin dudar en pagar por ello un precio razonable ya que sabía que podía vender sus “hot dogs” un poco más caros que los de menor calidad.

La verdad es que cada día vendía más “perritos”, compraba más materias primas y ya estaba pensando en comprarse una furgoneta de auto-venta mucho más cómoda y práctica.

Por otro lado, era un hombre muy especial. No le gustaba la televisión, ni la radio, ni leía la prensa. Pensaba que todo lo que se decía por estos medios era tendencioso, engañoso y poco útil para él. Se concentraba en su familia y en su trabajo. Con esfuerzo había conseguido que su hijo accediera a estudios universitarios en una Universidad prestigiosa con bastante aprovechamiento por parte de éste.

Al cabo de unos años, en una visita de su hijo, éste, asombrado por el desconocimiento de su padre de las realidades sociales y políticas le explicó la realidad:

“Pero papá, ¿no sabes que la situación económica es gravísima?, los bancos ya no dan crédito, muchas empresas están quebrando, la tasa de paro ha aumentado de manera horrible, el número de familias en pobreza se ha incrementado en un 20%, hay una guerra comercial brutal entre China y el mundo occidental, Rusia intenta influir en la sombra en todo el mundo, el mercado inmobiliario de hunde, y todos los expertos vaticinan una recuperación lenta y dolorosa”

Para John esto fue una revelación impactante. No tenía ni idea de la gravedad de la situación, pero su hijo había estudiado y estaba muy bien informado. Tenía, obviamente, razón. Debía empezar a ser más prudente en sus compras de materias primas, olvidarse de invertir en la furgoneta y rebajar el precio de sus “hot dogs” (si tenía que poner menos cantidad de mostaza o hacerlos más pequeños, sus clientes lo entenderían dada la situación).

Así lo hizo. Obviamente, empezó a vender menos “perritos”, perder lentamente algunos clientes habituales, comprar menos materias primas con el aumento del precio de compra correspondiente y, en consecuencia, ganar menos dinero que antes de la “revelación”.

Claro, su hijo tenía razón, las cosas estaban fatal.

La moraleja de este pequeño cuento es obvia. Si pensamos que las cosas van mal, irán mal. ¿Cuántas predicciones auto cumplidas evitan el desarrollo empresarial? Muchas veces nos lanzamos inconscientemente a crecimientos imposibles en épocas de bonanza y, en otras, nos encerramos en nosotros mismos en épocas de recesión y crisis sin darnos cuenta de que solo nosotros somos dueños de nuestro propio destino.

En **CEDEC** no pretendemos “asustar” a nadie con la amenaza de que las cosas pueden ir peor, ni ilusionar de manera inconsciente sobre un futuro que todavía no ha llegado. Solo pretendemos ser realistas ante el potencial de cada una de las empresas y aprovecharlo al máximo para que el empresario consiga tener la empresa que siempre ha deseado.

No dejes de contactar y contar con nosotros. Consúltanos a [preguntas@cedec.es](mailto:preguntas@cedec.es)

## Síguenos en Redes Sociales

Manténgase al día de todas las novedades CEDEC. Podrá conocer nuestras últimas noticias y acceder a contenidos de actualidad relevantes para su empresa.




# cedec

[www.cedec-group.com/es](http://www.cedec-group.com/es)

**ESPAÑA**  
**CEDEC S.A.**

Cuatro Torres Business Area (CTBA)  
Torre de Cristal Paseo de la Castellana, 259C - Planta 18 -  
28046 Madrid  
[web@cedec.es](mailto:web@cedec.es)

T. +34 917 937 930