

IMAGEN CORPORATIVA PARA SU PYMES

La imagen corporativa de una empresa es una de las propiedades más valiosas, aunque es quizás, la que menos atención recibe por parte de los empresarios y no es para menos, con tantos retos que enfrentan cada día, es casi imposible esperar que se interesen en un tema que aparentemente no tiene mayor importancia.

La mayoría de los pequeños empresarios piensa que una buena imagen es sólo para grandes compañías que tienen los recursos necesarios para una gran proyección empresarial, pero esta teoría está muy alejada de la realidad, ya que las "Pymes" necesitan proyectar profesionalismo, ser competitivas y comunicar confianza a los clientes a través de su imagen, ya que ningún cliente confía en una empresa si este no cree en lo que dicha empresa está comunicando; así que la imagen, antes que algo superficial, es una poderosa arma que todas las empresas, ya sean Pequeñas, Medianas o Grandes, deben aprender a explotar.

La imagen corporativa es crucial para la supervivencia de un negocio, es la forma en que nos presentamos a nuestros clientes, socios, entre otros, y se refleja a través de logotipos, hojas membretadas, tarjetas de presentación, facturas y en general, todos los elementos gráficos que conocemos de una empresa o producto; sin embargo, la imagen corporativa es mucho más que sólo elementos gráficos, es su cultura, sus objetivos, es el significado de lo que una empresa es. Es la esencia de la misma y sus atributos, lo que además está ligado con la actividad productiva, la competencia comercial, la historia de la organización y su naturaleza.

Por otro lado, la imagen corporativa tenemos que relacionarla también con la visión de la empresa, que no es más que la imagen compartida por todos los colaboradores sobre lo que quieren ser y de cómo llegar a ser; la misión, que es la declaración del modo en el que la empresa piensa satisfacer las necesidades de los clientes, tomando en cuenta las cualidades del producto



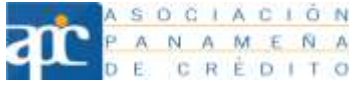
diferenciación dentro del mercado, la cual debe ser clara y concisa, y poseer un contenido fácilmente imaginable en la práctica y memorable, es decir, que sea fácil de recordar.

Para comenzar a trabajar en este tema es importante que se haga una autoevaluación objetiva para conocer el crecimiento que se haya tenido en los últimos años, para determinar las necesidades en la medida del crecimiento, luego evaluar si se identifica con el nombre de la empresa y si este es fácil de recordar, elaborar un logo, el cual no tiene que ser solo bonito, sino que tiene que comunicar algo y dar a entender a qué se dedica la empresa, y por último, utilizar una tipografía adecuada que vaya de acuerdo al logo y que a la vez se vea funcional.

Una imagen corporativa debe ser atractiva al público, de modo que la compañía pueda provocar un interés entre los consumidores, cree un posicionamiento en la mente de estos, genere riqueza de marca y facilite así las ventas del producto.

ANATOMIA DEL CRÉDITO

Cortesía de:



En Panamá es fácil llevarte algo que te gustó mucho aunque no tengas el efectivo... No, no estamos hablando de robar, hablamos del crédito, una transacción útil y no tan compleja como piensas. Continúa leyendo y conocerás por qué.

Una autopsia del crédito

El crédito te permite mejorar tu calidad de vida, con crédito puedes cumplir tus sueños en un plazo más corto, adquirir bienes sin tener la totalidad del dinero en el instante, como por ejemplo una casa o un auto.

Te parecerá interesante saber que la palabra crédito se deriva del latín *creditum* que significa confiar o tener confianza. Por consiguiente, el crédito es la confianza que deposita una entidad, al permitirte pagarle en plazos un producto o servicio después de haberlo recibido o utilizado. Tu compromiso entonces, es honrar esta confianza depositada en ti, y repagarle la totalidad del crédito en los términos acordados.

Tu manejo y comportamiento de pago, es registrado por la entidad que te otorgó el crédito, en la base de datos de la Asociación Panameña de Crédito (APC), cuya función es exclusivamente recopilar la información y tenerla disponible para los consumidores y las entidades asociadas que los consumidores autoricen. APC no aprueba ni niega créditos, esas decisiones las toman las entidades financieras, en base a sus políticas y algunos criterios que son utilizados para aprobar créditos nuevos, como ingreso, permanencia laboral, entre otros.

Los registros que envían las entidades a APC son las referencias de crédito y se agrupan en un documento denominado "historial de crédito" que contiene tus créditos activos, que son aquellos que actualmente estás pagando y los créditos o préstamos cancelados, que son los que ya terminaste de pagar. Al contener tanta información, el historial de crédito se convierte en tu carta de presentación ante las entidades financieras, pues te permite demostrar tu experiencia crediticia y tu nivel de responsabilidad con los compromisos que adquieres.

El manejo responsable del crédito de los consumidores, aunado a la solidez del sistema financiero y a la accesibilidad y calidad de la información en la base de datos de APC, colabora directamente con la facilidad de obtener crédito de nuestro país.

Si tienes un historial de crédito, debes sentirte orgulloso porque alguien confió en ti y te corresponde a ti, entonces, hacer un manejo responsable del crédito. Comparto contigo los mejores y más fáciles consejos para mantener tus finanzas bajo control:

- Paga tus cuentas a tiempo y en los términos acordados.
- Conoce tu realidad financiera, lo más importante en el manejo del crédito es tu capacidad de pago. Asegúrate de que con el ingreso que generas mensualmente puedes cubrir los gastos regulares y los compromisos financieros, y de ser posible, destinar una porción para el ahorro.
- Si has tenido algún atraso, ponte al día. Esto demuestra que eres responsable y cumples con tus obligaciones.



- Si pasaste por un cambio en tu situación financiera, como divorcios, viudez, pérdida de empleo, que modificó tu comportamiento de pago, incluir una aclaración en tu historial de crédito es una buena opción.
- Si tienes problemas para pagar tus compromisos, acércate a la entidad que te otorgó el crédito y explica tu situación para solicitar una modificación en los términos y condiciones de acuerdo a tu nueva situación financiera.

Si aún no tienes un historial de crédito, puedes enviar una autorización para que los servicios públicos de tu residencia o empresa se reporten en APC, siempre y cuando éstos estén a tu nombre.

Es posible que tengas un historial de crédito pero no lo conoces, ten en cuenta que además de los bancos, financieras y cooperativas, algunos comercios, aseguradoras, compañías de telefonía, celular, televisión por cable, universidades privadas y otras entidades, también reportan información a APC.

Forma el hábito de revisar tu historial de crédito, es muy fácil en www.miapc.com puedes hacerlo las 24 horas del día, desde cualquier lugar donde tengas acceso a Internet. En www.miapc.com puedes, además, incluir aclaraciones a tu historial, supervisar que la información esté correcta y conocer prácticos consejos para mantener tus finanzas personales bajo control.

Si aún no tienes tu contraseña, no esperes más y solicítala en un Centro de Atención de APC.

Mitos y realidades

Mito: solo los morosos están en APC

Realidad: en APC hay referencias de más de 1 millón de personas que han tenido el privilegio de obtener crédito en Panamá.

Mito: APC es una lista negra

Realidad: APC es el reflejo del comportamiento de pago de cada consumidor que tiene un compromiso crediticio.

Mito: el crédito es una extensión de mi salario

Realidad: el crédito es un compromiso que debe ser honrado, repagado y bien manejado.

Mito: yo no quiero aparecer en APC, no le quiero deber nada a nadie.

Realidad: el crédito mejora tu calidad de vida, con crédito puedes adquirir bienes para los que te tomaría muchos años tener el efectivo, como por ejemplo una casa.

Mito: Estar en APC es un castigo.

Realidad: APC es tu carta de presentación ante las entidades que otorgan crédito y refleja el nivel de responsabilidad que tiene el consumidor.