



# FÓRMULA TRIPLE R

---

**Un concepto para elaborar tu  
plan de negocio**

Primera edición



*Por: Alfonso Sierra Arcila  
MBA, Economista y Emprendedor*

**emprendiendo**  
**bien**  
Ideas de negocio | Emprendimiento | Ventas

TABLA DE

# CONTENIDO

I. Introducción.....	pág 01
II. El concepto de la Triple R.....	pág 02
III. Rentabilidad.....	pág 03
IV. Realismo.....	pág 12
V. Resistencia.....	pág 18
VI. Para tener en cuenta.....	pág 22

# Introducción

¡Ha llegado la hora! Y has tomado una decisión muy importante.

Comenzarás un nuevo negocio; Las circunstancias te han llevado por el camino del emprendimiento y siempre has querido ser un empresario exitoso, ¿es tu destino!

Pero al momento de evaluar entre varias opciones de negocio, o si ya escogiste uno en particular te preguntas ¿Qué es lo que tienen los emprendimientos exitosos? ¿Qué es lo que los hace sobrevivir y prosperar durante años? ¿Cuál es la fórmula para saber si vale la pena arrancar con ese negocio?

Desde restaurantes, autolavados, negocios por internet y hasta producir jabones artesanales, la lista de posibilidades es larga pero no todos los negocios son iguales, cada uno tiene características diferentes y lo que buscamos es ir a la fija en nuestro nuevo emprendimiento.

En “Emprendiendo Bien” a través de los fundamentos académicos y experiencias reales, hemos desarrollado un concepto práctico que te ayudará a elegir cuál negocio comenzar o en qué sector emprender; Además, puede ayudarte a tomar decisiones más acertadas para optimizar tu actual emprendimiento.

# El concepto de la Triple R

Empecemos con un dato interesante, de cada 4 nuevos negocios en Latinoamérica 3 fracasan en los primeros dos años de operación.

No lo mencionamos por ser fatalistas, sino porque al momento de comenzar tu nuevo negocio es importante que te prepares con anticipación y elabores tu plan de acción con información útil y relevante.

Ejemplos de información relevante:

- Costos
- Tiempos
- Mercado
- Capacidades

La clave está en hacerse las preguntas correctas, preguntas como ¿Será rentable el negocio?, ¿Será un modelo de negocio sostenible a largo plazo? o ¿cómo debería estructurar mi plan de negocio?

Ahora te presentamos una visión para formular estas interrogantes, y no se trata de una complicada teoría universitaria ni de crear un plan de negocio de 200 páginas, por el contrario puedes enfocar tu plan de negocio en solo tres aspectos sobre los cuales vas a ir contrastando y aplicando toda la información que has acumulado sobre tu nuevo negocio.

Se trata del concepto de la triple R y hacemos referencia a la noción de Rentabilidad, Realismo, y Resistencia.

Esta idea consiste en tener en cuenta estos tres conceptos clave al momento de evaluar entre varias opciones de negocio, todo dentro de un contexto Latinoamericano, lo que buscamos es un concepto fácil de entender y que sea práctico para personas del común, ya que no todos tenemos millones de dólares para invertir y no contamos con todo el tiempo del mundo.

# Rentabilidad

Hemos dejado como primero el plato fuerte, hablamos de la rentabilidad, y es simplemente la capacidad de un negocio de generar ganancias en relación con los recursos que se invirtieron, generalmente se presenta como un porcentaje, y se puede ver en relación con las ventas diarias o mensuales.

- Ganancias Vs. Recursos invertidos
- Puede verse como porcentaje (%) y respecto a ventas diarias o mensuales (incluso anuales)

Vamos con un ejemplo sencillo, digamos que un negocio de perros calientes vende 100 perros calientes al día y si a cada perro le gana 5 pesos nos da una ganancia de 500 pesos diarios.

## “Perrolandia” de la Calle 8

$$\begin{array}{r} 100 \text{ perros por día} \\ (x) \$ 5 \text{ ganancia por perro} \\ \hline (=) \$ 500 \text{ ganancia por día} \end{array}$$

Pero si el negocio de perros cruzando la calle vende solo 70 perros al día, pero a cada perro le gana 8 nos da una ganancia de 560 pesos diarios, es decir que el negocio del frente es más rentable a pesar de que vende menos,

## Perros “La Gran Salchicha” de la Calle 9

$$\begin{array}{r} 70 \text{ perros por día} \\ (x) \$ 8 \text{ ganancia por perro} \\ \hline (=) \$ 560 \text{ ganancia por día} \end{array}$$

por supuesto esto es un ejemplo sencillo y la ganancia por cada perro caliente puede variar dependiendo de varios factores como el costo de la materia prima; Así que a la hora de elegir cuál negocio montar, no importa solamente imaginarse que vamos a vender mucho.

Primero, para considerar la rentabilidad de un negocio hazte preguntas como: ¿A qué precio y cuánto ganaré por cada producto que venda? ¿Cuál es el costo al que fabricaría o conseguiría el producto? o si es un servicio ¿Cuál es el costo de la mano de obra para ofrecer el servicio?

Y si el servicio lo provees tú, tú mismo ponte un precio ¿cuánto cuesta una hora de mi propio trabajo? Ten en cuenta tu propia experiencia, tus necesidades y aspiraciones.

Vamos con otro ejemplo, estás pensando en montar un negocio de tortas creativas y personalizadas, ahora vamos a encontrar el margen de contribución o ganancia por cada torta, lo que nos ayudará a estudiar la rentabilidad del negocio. Es un negocio donde hay una participación intensa del creador de la torta tanto en creatividad del diseño como en fabricación manual de la misma.

Para hallar el margen primero debemos hallar el costo variable unitario, y para esto dividiremos los costos en 2 partes: la materia prima y la mano de obra, como materia prima podemos incorporar elementos como la harina, la margarina, los huevos, y el azúcar.

Digamos que en cada torta se nos irían 20 pesos en harina, 15 pesos en margarina, 10 pesos en huevo y 5 pesos en azúcar, así que todo sumado nos da 50 pesos por torta.

### Hallando el Costo Variable Unitario

Materia Prima

Harina	\$ 20
Margarina	\$ 15
Huevos	\$ 10
Azúcar	\$ 5

Ahora la mano de obra debes incorporarla como costo, así seas tú mismo quien fabrique la torta, en este caso es crítico que otorgues un valor adecuado y justo, a la cantidad de tiempo que te demores elaborando la torta. Haz de cuenta que le estás pagando a un empleado es decir que este pago no es la ganancia o rentabilidad que te queda a ti como dueño del negocio.

*“Tu propio pago no es la ganancia que te queda como dueño del negocio”*

Tomando en cuenta esto, haz concluido que para solventar tu día a día o para contar con un salario digno y justo te pagarías a ti mismo por ejemplo 20 pesos la hora, y haz calculado que te tomaría unas 3 horas para elaborar la torta, lo cual nos da un costo de mano de obra de 60 pesos.

### Hallando el Costo Variable Unitario

Materia Prima		Mano de Obra
Harina	\$ 20	\$ 20 por hora
Margarina	\$ 15	3 horas por torta
Huevos	\$ 10	-----
Azúcar	\$ 5	\$ 60 Salario

Sumando los dos costos principales nos da un costo variable unitario de 110 pesos.

$$\$ 50 + \$ 60 = \$ 110$$

Ahora sí es momento de asignar un margen de ganancia por cada torta, también conocido como margen de contribución unitario. Esto lo podemos ver como la diferencia entre el precio de venta unitario de un producto y el costo variable unitario del mismo.

**Margen de Contribución Unitario = Precio de Venta Unitario (menos)  
- Costos Variables Unitarios**

Tienes dos opciones para empezar a calcular el margen, una puede ser asignar primero un precio a tu torta a partir del mercado o de la oportunidad que veas, o, asignar un valor o monto de ganancia después de conocer los costos.

Si viste que una torta así como la tuya se vende en tu barrio a \$250, entonces le restamos el costo que ya obtuvimos de \$110 y nos da un margen de contribución unitario de \$140 pesos.

Precio a partir del mercado u  
oportunidad

$$\begin{aligned} \$ 250 - \$ 110 &= \$ 140 \\ \text{Margen Bruto Unitario} &\curvearrowright \end{aligned}$$

O de otra manera, si has determinado que quieres ganar por ejemplo 200 pesos por cada torta entonces a ese monto le sumas el costo variable unitario y eso nos da el precio final (310 pesos por torta).

Margen Bruto (Monto) después de  
conocer costos

$$\begin{aligned} \$ 200 - \$ 110 &= \$ 310 \\ \text{Precio de Venta} &\curvearrowleft \end{aligned}$$

En el primer caso donde vimos que podíamos vender nuestra torta a 250 pesos obtenemos un margen de contribución del 56%; en el segundo caso donde determinamos que queríamos ganar 200 pesos por cada torta después de conocer el costo, obtenemos un margen de contribución del 64%.



Precio a partir del mercado u  
oportunidad

$$\begin{array}{r} \$ 140 \\ \div \$ 250 \\ \hline = 0.56 \\ \times 100 \\ \hline = 56\% \end{array}$$

Margen Bruto (Monto) después de  
conocer costos

$$\begin{array}{r} \$ 200 \\ \div \$ 310 \\ \hline = 0.64 \\ \times 100 \\ \hline = 64\% \end{array}$$

Si quieres establecer tu margen en forma de porcentaje y no monto, debes poner el precio de la siguiente manera, si dices por ejemplo que quieres un margen del 50%, entonces divide el costo por la resta de 100% menos el margen que quieres, en este caso 50%. Para nuestro ejemplo de la torta donde el costo es de \$110 pesos, con este margen obtenemos un precio de \$220 pesos.

### Poniendo precio a partir del Margen en porcentaje

-----  
Quiero un Margen del 50%

$$\text{Precio} = \frac{\text{Costo}}{100 \% - \text{Margen \%}}$$

$$\text{Precio} = \frac{\$ 110}{100 \% - 50 \%} = \$ 110 \div 0.5 = \$ 110 \div 0.5 = \$ 220$$

Separar tu propio salario del margen es clave para llevar a tu negocio a una escalabilidad a futuro, pues si llegases a necesitar empleados porque tienes más pedidos, puedes tener la tranquilidad de que ya tienes ese costo asignado y puedes traspasarlo a una operación más grande sin necesidad de sacrificar rentabilidad y poder seguir trabajando de forma productiva en tu negocio.

Los negocios más exitosos parten de un buen margen de contribución, es decir la ganancia por cada producto vendido, y aunque esto depende de la industria, generalmente un margen de contribución ideal es mayor al 50% y si el negocio se dedica a comercializar el margen de ganancia generalmente es de alrededor del 20%.

*“Los negocios más exitosos parten de un buen margen de contribución”*

Si es un servicio eso depende del precio de la mano de obra pues un margen de 10% de un servicio caro puede ser más beneficioso que un margen del 20% de un servicio a un precio bajo.

Para negocios por internet, hay gran variedad de negocios y hay unos más rentables que otros, por ejemplo el mercado de las criptomonedas es un negocio que puede dejar buenas ganancias pero también es conocido por su alta volatilidad. Es decir que los precios de las criptomonedas pueden experimentar cambios abruptos en poco tiempo, debido a diversos factores fuera del tema de este video. En pocas palabras, sí puede dejar buenas ganancias pero el riesgo de perder la inversión también es alto.

### PÍLDORA DIDÁCTICA

En el mundo de los negocios siempre nos encontramos con la relación directa entre rentabilidad y riesgo. Entre mayor rentabilidad o ganancia nos puede dejar un negocio mayor será el riesgo de que el negocio sea volátil y presente pérdidas de un momento a otro.

En cambio un negocio que no tenga muchas ganancias debería en teoría presentar resultados consistentes a través de los años. Por eso los CDT o fondos de inversión generalmente dan pocas ganancias pero con buenas garantías.

↑ Rentabilidad = ↑ Riesgo

Hay otros negocios con buenos márgenes sin un riesgo tan alto, como el marketing de afiliados con márgenes desde el 20% hasta 80 o 90% sin embargo es un negocio que requiere de cierto conocimiento y algo de tiempo y dedicación como todo negocio, no caigas en el truco barato de aquellos que dicen, en el afán de vender, que te vas a volver millonario en 5 días con cierto negocio X por internet mientras ves películas desde la comodidad de tu casa.

Otro aspecto clave es la cantidad de ventas que vas a tener por día o por mes, ponte 3 escenarios, uno pesimista con pocas ventas estimadas, uno regular con ventas normales y otro optimista con muchas ventas.

Con los dos elementos clave claros (margen de contribución y escenario de ventas) lo único que tienes que hacer es multiplicar el margen por la cantidad de ventas, y el resultado te dará una idea de cuál será la ganancia mensual o diaria, además de tu propio salario ya pagado.

Si quieres ser conservador y tener expectativas prudentes con tu nuevo negocio, entonces utiliza el escenario pesimista y multiplícalo por el margen, y si esto es suficiente para motivarte puedes comenzar con ese plan.

Escenario Pesimista	Escenario Normal
-----	-----
Pocas Ventas	Ventas Normales
Ventas: 500 Unidades	Ventas: 1000 Unidades
Margen: \$ 240 Pesos	Margen: \$ 240 Pesos
-----	-----
$500 \times \$ 240 = \$ 120,000$	$1000 \times \$ 240 = \$ 240,000$

Si quieres jugartela todo por el todo con un escenario optimista genial! Sin embargo, ya sabes que es una apuesta grande en un escenario ideal, y muchas veces el mercado es duro y aunque intentemos tener en cuenta todas las variables posibles no siempre se puede prever todas las variables.

Escenario Optimista

-----  
Muchas Ventas

Ventas: 2200 Unidades

Margen: \$ 240 Pesos

-----  
 $2200 \times \$ 240 = \$ 528,000$

*“Si quisiéramos planificar con anterioridad, todo a la perfección, no podríamos comenzar nunca ninguna empresa. No dejes que la búsqueda de la perfección sea un obstáculo para el progreso.”*

Es común escuchar que es normal que un negocio que está arrancando no da ganancias, y es cierto en parte, pues debe darse un tiempo para que se den las recomendaciones boca a boca o por las redes sociales.

Pero lo que también es cierto es que muchos emprendedores no pueden resistir largos periodos sin ningún tipo de ingresos (pues no se asignaron un salario al principio) y sin opciones deciden endeudarse para mantener su negocio a flote lo que en muchas ocasiones lastimosamente sella su cierre.

Estas son referencias para tener en cuenta, pero no te apegues a una cifra en concreto o te quedes estancado en este análisis, no olvides que esto es solamente para hacerse una idea si merece la pena considerar arrancar en un negocio en particular.

La rentabilidad es esa brújula, ese norte, que permite reconocer y guiarse como empresario hacia verdaderas oportunidades de negocio y diferenciarlas de un arranque de emoción, también permite evitar hacernos falsas expectativas sobre alguna idea de negocio en particular.

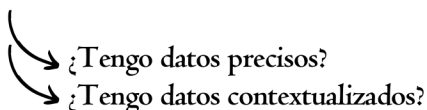
# Realismo

Los emprendedores latinos tenemos características grandiosas como ser tenaces, apasionados y muy creativos, soñamos en grande y tenemos metas elevadas. Aunque hay veces que las personas debemos mantener los pies sobre la tierra.

El realismo nos habla sobre tomar decisiones informadas y fundamentadas en la realidad, con información que verdaderamente sea aplicable a nuestro negocio.

Para saber si la información que hemos recolectado es realista o no, podemos clasificarla en dos aspectos: precisión y contextualización.

¿Qué tan realista es mi idea de negocio?



Por precisión nos referimos a dejar a un lado las creencias personales, lo que otros nos hayan dicho o las presunciones vagas, por ejemplo en decir: “las galletas de Don Alberto se van a vender como pan caliente”. ¡Excelente! ¡Eso está muy bien! pero... ¿cuánto específicamente es “vender como pan caliente”? 2 galletas al día o 2 docenas al día, 100 galletas por cliente o 100 galletas por tienda.

En vez de decir: Las galletas se venderán como pan caliente, podemos investigar un poco más y decir:

*“Las galletas se venderán en promedio, en el barrio de mi casa, a 2 galletas por cliente, 3 veces por semana, a 100 pesos por galleta, y se le ganará 50 pesos por cada una.”*

Y sí, suena más complicado, pero no es porque queremos complicar las cosas, o porque suene más tecnicado el asunto, es porque entre más variables tengas identificadas, más control de la información tendrás y más decisiones asertivas podrás tomar.

Por contextualización nos referimos a la utilización de datos que sean útiles y pertinentes para solucionar verdaderas necesidades a los clientes de nuestro entorno.

## CONTEXUALIZACIÓN

---



# INFORMACIÓN

La información que has venido recolectando sobre tu negocio



## UTILIDAD | PERTINENCIA

Estos datos a la larga sirven para solucionar o mejorar algo?

Estos datos aplican para los clientes de mi entorno?



## INFORMACIÓN VERDADERAMENTE APLICABLE

---

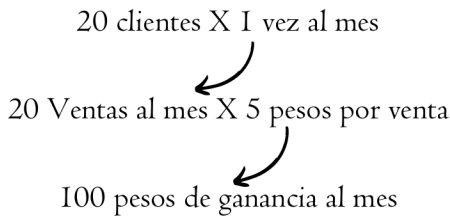


Digamos que te plantearon una idea de negocio de autolavados de bicicletas cerca a tu casa.

Si buscamos información, por ejemplo una investigación de mercado, acerca del uso de las bicicletas como medio de transporte, podremos encontrar que efectivamente muchas personas la usan como tal.

Sin embargo, debemos ir un poco más allá y plantearnos preguntas como:

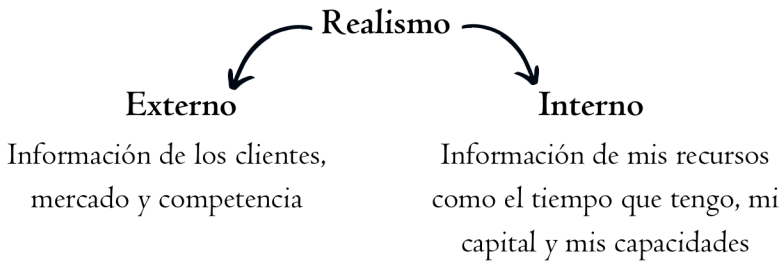
¿Cuántas bicicletas hay alrededor de mi autolavado? ¿Cuánto tiempo tardaría un cliente en volver a lavar su bicicleta, es decir cual es el tiempo de recompra? Si las personas lavan su bicicletas digamos una vez al mes debemos esperar todo ese tiempo para que el cliente vuelva.



Y qué tal si de esas muchas personas en ese estudio que hicimos que usan la bicicleta, no muchas están dispuestas a ensuciarse las manos para lavar su propia bicicleta.

Tal vez, no encontremos una cifra en específico sobre eso, pero podemos intuirlo también, o proyectarlo de acuerdo a lo que sabemos de nuestra comunidad.

Por otra parte, también debemos ser realistas, no solo con la información de los clientes, sino también con los recursos con los que contamos.



Por ejemplo: Has visto que crear un blog en internet puede verse como negocio, suena interesante... Pero de nuevo, antes de comenzar hagámonos un par de preguntas:

¿Cómo monetizar el blog en internet?

¿Tengo los conocimientos y habilidades que se requieren para mantener a una audiencia interesada en este blog?

¿Cuento con el tiempo necesario para escribir artículos de calidad de manera frecuente?

¿Quiénes ya hay en la internet que hablen de lo mismo que voy a hablar yo, y que ya llevan años haciéndolo?

De nuevo, no se trata de ser pesimista o fatalista, se trata de observar y estudiar lo más ampliamente posible nuestro entorno y analizar los factores que pueden afectar una puesta en marcha del negocio que se quiere.

Tampoco se trata de que estas nuevas ideas no puedan salir adelante, por supuesto que pueden salir adelante, pero también se trata de trabajar en un negocio donde tu esfuerzo se vea retribuido con beneficios tangibles, en vez de comenzar en un negocio donde gastes tus energías y recursos y no veas ganancias, por no haber tenido en cuenta información real y relevante al momento de escoger tu negocio.

*“En un negocio siempre van a haber riesgos, no por eso vamos a dejar de emprender, pero siendo realistas vamos a estar lo mejor preparados posibles.”*

Podemos decir que con las cifras aterrizadas e información relevante podemos construir ese mapa sobre el cual vamos a elegir cuál camino escoger a la hora de montar o mejorar un negocio, ese mapa es el realismo, entre más específica, verídica y aplicable sea la información mejor será el mapa.

Nadie quiere ir por un camino sin conocer que hay por delante ¿cierto? Suena bien para una historia de acción o de aventuras pero para los negocios donde el dinero y el tiempo son limitados es otra realidad.

# Resistencia

La resistencia de un negocio tiene que ver con su capacidad de adaptación y resiliencia ante situaciones adversas como crisis económicas, cambios en el mercado, avances en la tecnología, o competencia intensa.

En Latinoamérica las crisis económicas pueden ser más agudas que en otros países, teniendo en cuenta que los niveles de pobreza alcanzan más del 30% en muchas partes.

Debemos tener esto en cuenta a la hora de elegir qué negocio montar, pues ante una crisis, desafortunadamente vienen los despidos, los recursos son menores y las personas afectadas van a dejar de consumir, comenzando por los bienes de menor necesidad como bienes de lujo o servicios costosos.

Si tu negocio no es de bienes necesarios o tiene competencia que puede sustituir tu producto a precios menores, tus ventas pueden verse impactadas por un bajón económico en tu zona.

Por ejemplo, tenemos en mente un negocio de jabones artesanales, que sin duda son de superior calidad y con mejores ingredientes, por lo tanto es de mayor precio que un jabón regular, pero ante una crisis económica muchas personas dejarían de comprar el jabón “caro” volver a escoger el jabón económico, dando prioridad a pagar el arriendo de la casa, la educación de sus hijos o comprar la comida del hogar.

Por otra parte, negocios que tienen que ver con productos de uso diario, generalmente cuentan con una alta tasa de recompra, si decides montar una tienda de abarrotes en una zona concurrida es probable que este negocio pueda resistir más que otros debido a que las personas si o si necesitan artículos de uso diario como pasta de dientes, huevos, o granos.

Junto con esto, si tu empresa o tú como emprendedor no estás en constante aprendizaje de las nuevas tendencias o tecnologías puedes quedarte rezagado y dejar de ofrecer valor a tus clientes.

Por ejemplo, si has decidido montar un negocio de comidas rápidas pero no te has familiarizado con plataformas como Uber eats o Rappi que se usan en tablets o smartphones, podrías no entender bien este canal de mercado y dejar de vender a muchos clientes potenciales.

También puedes mejorar la resistencia de tu negocio, no viendo hacia afuera, sino hacia adentro, hablamos de encontrar maneras de enfrentar situaciones adversas con acciones concretas que estén dentro de nuestro alcance, la clave es tomar acciones rápidamente y estar abierto a soluciones creativas.

Digamos que tienes ventas estables pero han subido los costos de la materia prima, intenta negociar con los proveedores, la inflación impacta a toda la economía en su conjunto ellos también deben verse un poco impactados y deben valorar a sus clientes.

$$\begin{array}{c} \text{Margen} \\ \text{Ganancia} = ( \text{Precio} - \uparrow \text{Costo} ) \times \text{Ventas} \end{array}$$

$$\begin{array}{c} \downarrow \text{Margen} \\ \text{Ganancia} = ( \text{Precio} - \uparrow \text{Costo} ) \times \text{Ventas} \end{array}$$

$$\begin{array}{c} \downarrow \text{Margen} \\ \downarrow \text{Ganancia} = ( \text{Precio} - \uparrow \text{Costo} ) \times \text{Ventas} \end{array}$$

Otra alternativa que viene a la mente es reducir gastos,

$$\text{Ganancia} = \left( \overbrace{\text{Precio} - \downarrow \text{Costo}}^{\text{Margen}} \right) \times \text{Ventas}$$

pero antes que reducir costos o gastos corriendo con el riesgo de sacrificar calidad, intenta subir un poco el precio de tu producto o servicio.

$$\text{= Ganancia} = \left( \uparrow \text{Precio} - \uparrow \text{Costo} \right) \times \text{Ventas} \quad \text{= Margen}$$

No tengas miedo, la clave es otorgar más valor para compensar este aumento del precio, los clientes valoran cuando les entregan más de lo esperado.

Si quieres encontrar cómo puedes dar más valor, haz el ejercicio de visitar tu propio negocio como cliente, no como dueño del negocio, lo que en el mundo de los negocios le llaman Experiencia de Usuario, o pídele el favor a tu familia o amigos que visiten tu negocio o revisen tu producto, pídeles en qué se puede mejorar, diles que sean totalmente sinceros, que den ideas sin tapujos.

Escúchalos con mente abierta, date un tiempo para evaluarlas, de 10 ideas tal vez haya alguna que se pueda hacer y que valga la pena intentar.

## IDEAS NUEVAS PARA MI RESTAURANTE

- **Elabora un menú vegetariano**
- **Implementa un happy hour**
- **Que tál un programa de fidelización**
- **Crea un menú para niños**
- **¿Puedes hacer domicilios?**

Debes creer que como empresario puedes desarrollar siempre nuevas habilidades... como desarrollar tu habilidad de negociación, aprovechar al máximo las nuevas tecnologías, o mejorar tu capacidad de persuasión o cerrar una venta.

No lo olvides, tú como emprendedor puedes contrarrestar muchas de las amenazas que se te presenten eso sí, debes tener una mentalidad flexible, ser un atento observador, tener una actitud receptiva, una disciplina constante, y una determinación de hierro.

Estas cualidades conformarán tu escudo, la resistencia que protegerá tu negocio en un mercado cambiante y lleno de desafíos.

## Para tener en cuenta

Con la rentabilidad como brújula para indicar hacia qué negocio debes apuntar, el realismo como mapa para tomar las mejores decisiones y la resistencia como escudo para enfrentar las situaciones adversas, la fórmula de la triple R es la combinación ideal para comenzar tu negocio o potenciar tu actual negocio.

Puedes medir cada R con un sistema de 1 a 5, o en escala cualitativa como muy resistente, o poco resistente... no tiene que ser algo complejo. Lo importante es categorizar y agrupar los datos en las tres categorías para que te hagas una medida de cuánto peso tiene cada una respecto a otras ideas de negocio. Después de esto, puedes enfocarte en poner a punto y maximizar los aspectos puntuales del funcionamiento diario del negocio.

Por último no olvides que no se trata solo de lograr que tu negocio prospere a través de nuestras decisiones, sino que también debemos siempre evolucionar como personas y empresarios. Es lo que nos llevará por el camino del éxito.