

- [...] sin menoscabo de sus virtudes específicas, la escritura de los apuntes surge de la derrota de una aspiración a la totalidad. // (Ignacio Echevarría, "Introducción" a Elias Canetti, Apuntes (1942-1993), p. XXI) @apuntes @totalidad

- "Una frase sola es pura. La siguiente ya le está quitando algo", asevera un apunte de 1944 (p. 78). Y en otro de 1948 se instruye: "Mantener los pensamientos separados con fuerza unos de otros. Se enmarañan demasiado fácilmente, como cabellos" (p. 161). Los apuntes: "Pensamientos que nunca se tocan" (p. 613) // (Ignacio Echevarría, "Introducción" a Elias Canetti, Apuntes (1942-1993), p. XVIII) @apuntes @concisión

- Conforme el tiempo pase y vaya quedando atrás su propósito de prolongar aquel libro [Masa y poder], Canetti irá volcando en los apuntes, según se ha visto ya, todas las ambiciones de su pensamiento: // (Ignacio Echevarría, "Introducción" a Elias Canetti, Apuntes (1942-1993), p. XX) @apuntes

- Como él mismo dice a propósito de Pascal, también la contundencia de Canetti "deja siempre una puerta abierta", en este caso a la duda, a la necesidad [...] // (Ignacio Echevarría, "Introducción" a Elias Canetti, Apuntes (1942-1993), p..... XXIV) @duda @necesidad

- [...] uso de la tercera persona [...] Canetti lo compagina con el de la primera y la segunda persona. [...] "La segunda persona tiene que volver a desaparecer de estos apuntes durante largo tiempo. De lo contrario se adoptan con facilidad maneras de general. ¡Esas disposiciones! ¡Esos modales imperativos!". Y para corregirse, dispone: "Pásalo, como antes, a tercera persona. Cuando sea imprescindible personalizar, límitate a la primera persona" (ZB 22a) (Ignacio Echevarría, "Introducción" a Elias Canetti, Apuntes (1942-1993), p. XXVII) [sin guión] @persona-gramatical

Estar centrado en los clientes es un proceso continuo. Como pequeña o mediana empresa, su capacidad de adaptarse al cambio es su principal arma para hacerle la competencia a los grandes negocios. Asegúrese de que reevalúa su enfoque de CRM y la tecnología que admite con regularidad para seguir centrándose en los clientes.

Desarrolle la visión de CRM de su empresa. Sin ella, sus clientes desaparecerán. CRM no es una tecnología, sino una estrategia empresarial.

