

#EmprendeEnPositivo21

EMPRENDER EN POSITIVO

PARTE 2

APRENDE LOS HÁBITOS PARA
EMPRENDER CON PROPÓSITO,
LIBERTAD Y BUENOS RESULTADOS
ECONÓMICOS

emprende en positivo⁺

#EmprendeEnPositivo21

Si aún no te has unido al evento

EMPRENDE EN POSITIVO

Ahora es el momento

Haz clic en el botón y únete

¡Quiero unirme ahora!



**¡Comparte este libro con otros
emprendedores!**

Haz clic en el botón para compartir

Compartir ahora



— #EmprendeEnPositivo21 —

APRENDE

A APRENDER

PONTE A DIETA HIPOINFORMATIVA

“Habla de las buenas noticias del día. Habla de las cosas que amas. Y trae lo que amas hacia ti”, Rhonda Byrne.

Hay preocupación por la dieta: por lo que uno se mete en el cuerpo. Ya sabes el dicho que afirma: “Uno es aquello que come”. Hay miles de dietas y todos hemos hecho alguna clase de dieta... pero qué ocurre con lo que nos metemos en la cabeza ¿eso no cuenta? ¿acaso no somos aquello a lo que prestamos atención? Vigilar lo que se come está bien, pero no poner atención a lo que consume la mente es una auténtica irresponsabilidad.

Como habrás comprobado, los medios de comunicación adoran las malas noticias por una razón: lo negativo alimenta la adicción de la audiencia al miedo y a la morbosidad. Como la gente consume esas noticias, los medios las venden: son tal para cual. Es fácil encontrar malas noticias para satisfacer la dosis diaria que consume el promedio de la audiencia, de modo que el círculo vicioso se perpetúa. No seas audiencia.

Se han hecho intentonas de ciertos medios para dar solo buenas noticias: cerraron, no tenían audiencia, no había interés. Como decimos: la bondad no vende. Si no nos crees, repasa los argumentos de la cartelera de las películas. Están llenas de maldad, violencia, brutalidad, miedo, codicia, egoísmo, salvajismo... Parece que el mundo sea así, y no haya otra opción, pero resulta que sí hay alternativas. Hay una mentalidad en la que todo eso no tiene cabida. No digo que sea lo más frecuente, pero existe, y muchos formamos parte del clan de mentes positivas.

Lo que no sospechan los proveedores y consumidores de negatividad es que cuanto más atención ponen en ello, más sucesos negativos en el mundo ocurren porque la atención crea la manifestación. Es el efecto llamada, la ley de la atracción, o el efecto bola de nieve... llámalo como quieras: cuanto más se valora lo negativo, más “voluntarios” aparecen para suministrar negatividad al mundo. Y si lo hacen es porque el mundo le da valor (le concede tiempo y espacio en los medios, en el ocio, en todo).

Te proponemos una dieta hipoinformativa que consiste básicamente en pasar olímpicamente de prestar atención a la noticias en general.

Entiéndenos bien, no estamos en contra de las noticias, ni de darle la espalda a lo que ocurre en el mundo. Solo es que pasamos del uso que hacen los medios de las noticias, y de la morbosidad de buscar siempre lo malo y lo peor. Estamos hartos de que la bondad no sea noticia, y la maldad siempre el titular. A eso nos referimos: a la atención selectiva en lo negativo.

Lee bien esto y memorízalo para siempre: no necesitas para nada saber todas las maldades que ocurren ahora mismo. Tu vida no mejora por ello, al contrario: empeora tu salud mental y física, además de sembrar más negatividad en el mundo simplemente por poner atención en ello. Sí, sentimos decirlo, pero cada vez que alguien lee o escucha las noticias tóxicas, se convierte en cómplice involuntario de sucesos parecidos.

Ya sabemos que estás pensando: “Es que si no estoy al tanto de lo que ocurre, me quedo fuera del mundo”... o “si no se habla de ello, el mal se sale con la suya y quedará sin castigo”. Pamplinas, ni una cosa ni la otra, no te engañes; ese argumento suena más a síndrome de abstinencia. Piensa en el tiempo perdido en: ¡ juzgar, condenar y maldecir... la maldad ¡ Eso la redobla y la refuerza en el mundo.

No es estar en contra de lo negativo como se cambia el mundo, sino apoyando lo positivo. Es verdad que ocurren cosas malas en el mundo, pero también buenas y es alimentando éstas como nuestra atención contribuirá a que crezcan.

Sé emprendedor para crear más de lo bueno para el mundo.

Además de ganar un montón de tiempo, al no ver los informativos y leer periódicos, tu sistema inmunológico lo agradecerá. ¿No has pensado por qué hay cada vez más enfermos en una sociedad tan violenta? Resulta que una mala noticia deja tocado tu sistema inmunológico durante unas cuantas horas, espacio de tiempo en el que estás a merced de desarrollar cualquier enfermedad. Por no hablar de la epidemia de depresiones que hay en la actualidad, y que no es más que un efecto del miedo que ha infectado a la mente.

¿Más ventajas? Tendrás tiempo para dedicarlo, por ejemplo, a: aprender, leer, seguir video cursos, asistir a conferencias... disfrutar la vida. Calcula el tiempo que has dedicado a las noticias (a “estar al día”) hasta la fecha y que no te ha llevado a nada de nada... Piensa dónde podría estar tu vida si hubieras dedicado todo ese tiempo a aprender y aplicar ideas nuevas.

Tres ideas de poder:

1. No necesitas saber qué anda mal en el mundo.
2. Poner atención en los problemas los refuerza y mantiene.
3. Un emprendedor no se interesa por lo ocurrido, hace que ocurran cosas.

Hábito: Practica la dieta hipoinformativa

Deja de leer los periódicos, ver los noticiarios en la TV, ver películas violentas y de terror en el cine o TV, y deja de comentar las malas noticias con la gente. Si alguien te saca el tema, finge tener una urgencia y le plantas. Corta por lo sano. Si quieres estar informado de un tema concreto, por ejemplo economía, tecnología o lo que de verdad necesites, activa alertas en Google para que te envíe las noticias a tu email cada día.

PRACTICA EL DIEZMO EDUCATIVO

“No es lo que desconoces lo que te meterá en problema; es lo que crees que es cierto pero que realmente no lo es”, Mark Twain.

La mayor parte de las personas y familias han gastado más dinero en los últimos diez años en automóviles o en vacaciones que en su educación, ya sea en forma de educación reglada, seminarios, video-cursos, libros o másters. En el caso de los emprendedores las cifras no varían mucho. Este dato podría explicar los resultados que obtenemos.

Como ya sabes, una de las leyes de este Universo es que todo lo material tiene origen en lo inmaterial. Si queremos cambios en lo material [dinero, casa, trabajo, pareja, coche...] necesitamos generar primero cambios en lo inmaterial [ideas, creencias, valores, emociones, paradigmas...]. Y una de las formas más accesibles de generar cambios en lo intangible es la educación.

Muchas personas han delegado la responsabilidad de su educación al Estado, con la esperanza de que éste se encargará de ofrecerles lo que necesitan para poder desenvolverse en la vida. Lo han hecho de buena fe porque pensaban que era lo correcto. Nosotros también lo hicimos, sin embargo hoy el Estado no tiene ni el conocimiento, ni tampoco la capacidad de ayudarnos a aprender sobre los asuntos realmente importantes en la vida. Esto explica que haya tantas personas decepcionadas, y que tras años de estudios y trabajo duro no consiguen disfrutar del éxito que esperaban, ni en lo personal ni en lo profesional.

Quienes delegan su educación exclusivamente al Estado podrán aprender algunas cosas interesantes pero su conocimiento en áreas tan esenciales como la salud, las relaciones, el amor, el dinero, el autoconocimiento, la espiritualidad o la capacidad emprendedora estará perfectamente desactualizado. Y con ello estarán limitando sus posibilidades de obtener mejores resultados.

Hasta que cambien las cosas, delegar tu educación exclusivamente al sistema educativo es una irresponsabilidad. Podría ser de otra forma – esperamos ansiosamente que eso suceda-, pero así es como funcionan las cosas hoy en día. Mientras cambian – quizá algún día lo veamos-, es imprescindible que te conviertas en tu propio Ministro de Educación. No puedes permitir que el sistema educativo interfiera en tu educación o lo pagarás caro.

Te invitamos a incorporar un nuevo paradigma donde tú eres la única persona que tiene responsabilidad al respecto de elegir lo que aprendes y cómo lo aprendes. Esto sólo significa que tendrás que reflexionar al respecto de qué aprender y de la forma en la que hacerlo.

No hay mala intención en los profesionales del sistema educativo. Lo sabemos porque conocemos a decenas de profesores de cualquier etapa educativa que son alumnos de nuestras formaciones. Sabemos que por lo general son personas trabajadoras con buena intención y que ofrecen lo mejor de sí mismas. Es sólo que el diseño del sistema, por demasiadas razones que no vienen al caso ahora, impide que sus alumnos aprendan lo que verdaderamente necesitan.

Convertirte en Ministro de Educación de tu propia vida requerirá de un presupuesto. Para contar con este presupuesto te proponemos un hábito revolucionario: el Diezmo Educativo. Consiste en dedicar aproximadamente un 10% de tu salario -o beneficios anuales después de impuestos- a aprender aquello que te permitirá mejorar como ser humano y como profesional. La partida exacta del presupuesto la determinas tú, pero lo importante es que en tu presupuesto anual [¿tienes un presupuesto, verdad?] incluyas una partida para educación.

Si queremos una sociedad mejor es preciso que nos comprometamos primero a convertirnos en mejores personas. Y las intenciones y los discursos están muy bien como primer paso pero sin compromiso económico, no hay compromiso real.

Esto es lo que necesitas saber para practicar el diezmo educativo:

1. Todos los años dispondrás de un presupuesto para formación. Idealmente lo gastarás dentro de cada año. Estamos hablando de formación en desarrollo personal y profesional.
2. Tu presupuesto será de aproximadamente del 10% de tus ingresos netos. Si estás empezando o en fase de reinversión podrá ser algo mayor; si llevas muchos años o tus ingresos son especialmente exigüos podría tratarse de un porcentaje algo inferior. La cifra exacta la marcas tú pero apuesta por una cifra.
3. Idealmente irá destinado a educación no formal. Es decir a formación que te permita mejorar algún aspecto de tu vida personal o profesional de la manera más práctica y rápida posible.

4. No importa la cantidad de tu presupuesto. Si es poco, compra libros o video cursos. La cantidad no puede ser una excusa. Si de verdad dispones de un presupuesto famélico, compra cuadernos y bolígrafos y toma nota de vídeos gratuitos en la biblioteca local o en YouTube. Si esperas a disponer de la cantidad para hacerlo, ese momento, puedes creernos, nunca llegará. Necesitas empezarlo ahora, al margen del dinero.

5. Puedes adelantar presupuesto del futuro a este ejercicio con moderación si eso te facilita acceder a cierta formación ahora.

6. La educación escolar de tus hijos no entra dentro de este 10%. Este 10% es sólo para ti. Si tú no mejoras, ¿con qué legitimidad le pedirás a tus hijos que lo hagan?

7. Adicionalmente a la formación que elijas para tu desarrollo personal o profesional, si dispones del tiempo y del presupuesto, podrás escoger alguna formación sobre algún asunto que no tenga nada que ver con tu area de emprendimiento, pero que te apetezca aprender. Esto te permitirá investigar otros campos. Y nuestra experiencia es que finalmente siempre te llevas algo útil, más allá de la propia experiencia formativa.

El principio que subyace al diezmo educativo es que no se trata tanto de que cuando ganes dinero invertirás en ti mismo, sino que salvo que inviertas seriamente en ti, y en la formación necesaria, no transformarás tu nivel de ingresos en el futuro. Si vas a poner una excusa entre tú y tu formación, sé un poco creativo: la excusa del presupuesto a la formación es como la del tráfico a llegar tarde. Está muy manida y con poca base real. No colará en ningún contexto medianamente emprendedor.

En el nuevo paradigma laboral los emprendedores son personas siempre dispuestas a desaprender y a volver a aprender de nuevo. Para ello se necesita actitud e intención, pero también presupuesto para poder desarrollar tu plan de formación continuo.

La única diferencia entre unas personas y otras es lo que saben y cómo lo ponen en práctica.

Tres ideas de poder:

1. No permitas que el sistema educativo malogre tu educación.
2. Conviértete en tu propio ministro de educación.
3. Fija una partida anual de dinero para tu autoformación.

Hábito: El diezmo educativo

Dedica aproximadamente el 10% de tus beneficios, o de tu sueldo, a formación. En especial formación en desarrollo personal y profesional.

PAGA POR BUENOS CONSEJOS

“Recordad que la naturaleza nos ha dado dos oídos y una boca para enseñarnos que vale más oír que hablar”, Zenon de Citio.

Cuando Nelson Mandela tomó posesión de su cargo como Presidente de Sudáfrica adoptó una perspicaz decisión para evitar perder conocimiento, que es el recurso esencial para conducir cualquier proyecto [también un país] al éxito.

Mandela solicitó a varios colaboradores del gobierno saliente que permanecieran en sus puestos. Esta decisión fue especialmente sorprendente porque estas personas habían formado parte del partido del Apartheid. Sin embargo, el nuevo presidente les pidió que se quedasen: *“Mire, nosotros procedemos del campo. No sabemos cómo administrar un organismo tan complejo como la presidencia de Sudáfrica. Necesitamos la ayuda de personas experimentadas como usted. Les pido, por favor, que permanezcan en sus puestos”.*

Esta decisión, además de inspiradora y generosa, supone comprender que, sea cual sea el proyecto en el que nos embarquemos, necesitamos el conocimiento de personas más experimentadas que nosotros. La buena voluntad y las ganas de trabajar acaban con frecuencia en fracaso si no se dispone del conocimiento preciso.

Existe una tendencia en el emprendedor de tratar de sacarlo todo adelante sin ayuda de terceros. Esta tendencia es comprensible porque el emprendedor, casi por definición, dispone de recursos limitados, pero el resultado obtenido es con frecuencia negativo. No contar con el asesoramiento oportuno le hace desperdiciar recursos temporales y económicos, y aprender lentamente, lo que con frecuencia le agota y le acaba expulsando de la partida.

En cierta ocasión se estropeó una central eléctrica. Ninguno de los trabajadores conseguía dar con la avería así que finalmente llamaron al técnico que tenía mejor reputación y depositaron en él todas las esperanzas. Después de darse un rápido paseo por la planta, sacó un martillo y le dio un golpecito a un tornillo. De repente todo el mecanismo arrancó como por arte de magia. El director de la central le dio la enhorabuena y le pidió que mandara la factura.

Pasados unos días llegó la factura y en ella ponía 50.000€. El director estaba contento porque la central eléctrica estaba funcionando y desde entonces no se había estropeado pero 50.000€ le parecía excesivo por unos minutos de trabajo así que le pidió al técnico que por favor le desglosara el importe de la factura con la intención de averiguar la razón de un importe tan elevado. El técnico mandó la factura desglosada y puso:

- 49.999€ - Saber dónde hay que dar el golpecito.
- 1€. Dar un golpecito.

Resulta difícil, especialmente si eres emprendedor novel, tener acceso a todo el conocimiento que necesitas para el funcionamiento de tu proyecto, por eso es necesario que dispongas de tu Consejo de asesores externos, tu propio Consejo de sabios. No te hace falta tener un consejo de administración a tiempo completo; es suficiente con que puedas preguntar a la persona adecuada en el momento adecuado. Resulta además esencial que impidas que el conocimiento que consigues con el tiempo se escape de tu empresa; aunque es prácticamente inevitable que suceda, tienes que estar listo para minimizar ese impacto. Hablaremos de ello en el capítulo sobre cómo sistematizar.

Imagina que un emprendedor primerizo está obteniendo resultados mediocres en un aspecto determinado. ¿Qué es lo que hará? Probablemente le pedirá consejo a un amigo o emprendedor que está obteniendo resultados similares, y con ello, además de sentirse bien porque al otro le pasa algo similar, limitará sus posibilidades de éxito, porque lo que necesita es precisamente el conocimiento de alguien más experimentado y exitoso.

No podrás solucionar ningún problema con el mismo nivel de información que tenías cuando se generó o cuando lo generaste.

Si deseas mejorar seriamente los resultados que obtienes, necesitas acostumbrarte a pagar por un buen asesoramiento. Sabemos que al principio duele pagar por intangibles, pero te garantizamos que cuando compruebes su utilidad, es posible que acabes por desarrollar una adicción.

En el sistema educativo aprendiste que si sacabas adelante el examen con ayuda de otra persona [lo que se conoce como copiar] y el profesor se enteraba, te suspendían, y además te regañaban. En el colegio no te dijeron esto que te vamos a decir, pero no fue por mala fe sino por ignorancia, pero por favor recuerda esto porque es indispensable para tu éxito: el único contexto del Planeta Tierra donde sacar un proyecto adelante sin el

conocimiento de terceras personas funciona es en los exámenes del colegio, de las oposiciones o de la Universidad.

En cualquier otra situación conocida, trabajar en equipo y contar con el asesoramiento externo apropiado es condición necesaria para catapultar tu proyecto. La razón es sencilla: estarás contando con experiencia en un campo en el que tú no la tienes.

Pero muchas personas no se han dado cuenta y siguen presentándose a los exámenes de la vida sin asesoramiento. Un error de principiante que antes o después terminan por lamentar.

El hábito que proponemos es sencillo: si tienes que tomar alguna decisión importante acostúmbrate a preguntar –y a pagar, mejor- a personas expertas en ese campo. Busca al mejor profesional que puedas permitirte. Crea tu propio Consejo de sabios. ¿Crees que una multinacional toma decisiones sin consultar a expertos? Por supuesto que no. Por eso tú tampoco debes hacerlo, aunque de momento sólo seas un autónomo o una pequeña empresa.

Tres ideas de poder:

1. Paga por recibir el mejor asesoramiento antes de tomar decisiones.
2. El único lugar donde puedes triunfar sin contar con conocimiento ajeno es en los exámenes del colegio o de las oposiciones.
3. No puedes saber de todo: crea tu propio Consejo de sabios.

Hábito: Rodéate de expertos

El hábito que te proponemos es que adoptes el hábito de pagar por buen asesoramiento. Paga por la experiencia ajena puesta al servicio de tomar las mejores decisiones posibles en cada momento, especialmente sobre aquellas sobre las que no dispongas del conocimiento suficiente. Podrá ser en forma de libro, de seminario, de consultoría o de asesoramiento, no importa: la forma la eliges tú, pero por favor, paga por recibir la mejor información posible.

— #EmprendeEnPositivo21 —

RODÉATE DE

UN EQUIPO GANADOR

CONSTRUYE RELACIONES SÓLIDAS

“No hay nada como las relaciones. En el universo, cada cosa está relacionada con todas las demás. Nada existe de forma aislada. No podemos pensar que somos individuos que pueden hacerse a sí mismos sin ayuda de nadie”, Margaret Wheatley.

Un día Edison -el inventor- llegó del colegio y le entregó una nota a su madre Nancy. Le dijo que su maestro se la había dado pidiéndole que se la entregase a su madre sin leerla. Cuando la madre abrió el sobre, sus ojos rompieron a llorar, emocionada, mientras le leía las palabras al pequeño Edison: “Su hijo es un genio. Esta escuela es muy pequeña para él, y no tenemos buenos maestros para enseñarle. Por favor, ocúpese usted de su educación”.

Años después, la madre falleció y mientras Edison estaba ordenando sus documentos, encontró un papel doblado. Sintió curiosidad y lo abrió. Era un papel de la escuela a la que había ido de pequeño. La nota, dirigida a su madre, decía así: “Su hijo está mentalmente enfermo y no podemos permitir que siga viniendo a esta escuela”.

Cuentan que Edison quedó fuertemente impresionado porque entendió lo que había sucedido realmente: su madre había cambiado las palabras de aquella nota cuando se la leyó para darle seguridad y confianza al joven. Y lo logró.

Este hecho probablemente cambió la vida de Edison para siempre, y también la de todos nosotros.

Conseguir la confianza de otras personas -y ofrecérsela- cambia el mundo pero también, y más concretamente, cambiará tu proyecto emprendedor y tu vida. El éxito en los negocios es consecuencia de afinar el olfato para saber en quién puedes confiar, y en quien no puedes, así como de conseguir que las personas adecuadas confíen en ti.

Para que Edison pudiera ser la persona que fue, necesitó que su madre confiara plenamente en él. Un emprendedor de éxito sabe que sin relaciones sólidas que lo apoyen no podrá llegar muy lejos en la vida. Por ello domina el hábito -como casi todo, esto también es un hábito- de construir relaciones sólidas.

De entre todas las palancas que un emprendedor puede emplear en la vida posiblemente el conocimiento y las relaciones sean las dos principales.

Algo que saben todos los emprendedores de éxito es que necesitan trabajar más en construir relaciones sólidas y menos en completar tareas. El trabajo de un emprendedor, ya lo sabes, es pensar, averiguar la forma de entregar valor a otras personas, diseñar sistemas que funcionen sin su presencia... y construir relaciones sólidas.

Cualquier proyecto necesita la colaboración de muchas personas y cualquier emprendedor que haya logrado cierto éxito, y que lo haya mantenido, ha sido, necesariamente, una persona generosa con muchas personas, y que ha construido lazos fuertes por el camino. A simple vista, un observador despistado, podría pensar que no fue así, sin embargo la realidad no demuestra una y otra vez que hacer negocios tiene mucho más que ver con las relaciones que con ninguna otra cosa.

En la Inglaterra del siglo XIX, cierta mujer tuvo la oportunidad de cenar en dos noches consecutivas con dos de los grandes políticos de la época, que además estaban enfrentados: Gladstone y Disraeli. Cuando le preguntaron qué impresión le habían generado los políticos, respondió: "Cuando cené con Gladstone pensé que él era la persona más inteligente de Inglaterra; con Disraeli pensé que yo era la más inteligente de Inglaterra.

Sólo no serás capaz de hacer nada. Las relaciones lo son todo. La red es un pre-requisito para el éxito de tu negocio.

¿Quieres ser emprendedor? Aprende a construir relaciones sólidas.

Simplificando mucho, hay dos tipos de personas: las que te enriquecen y las que te empobrecen. Las primeras te apoyan, son generosas y laboriosas, no te juzgan, comparten sus recursos contigo, no llevan la cuenta de los favores, se interesan sinceramente por tu proyecto y por tu familia, son entusiastas y, como consecuencia de todo lo anterior, la suerte les sonrío...y mucho.

Las otras, ya lo imaginas, hacen exactamente lo contrario.

La idea de este capítulo es que aprendas a cultivar relaciones con el primer grupo.

¿Y cómo se hace? Probablemente ya tengas la respuesta: siendo uno de ellos. Conviértete en esa una persona que enriquece a los demás, una persona cuya presencia inspira a otros. Si te lo propones, te darás cuenta de que tampoco es tan difícil; está al alcance de cualquiera.

Construir relaciones tiene mucho más que ver con dar que con recibir. Mucho más.

Algunas ideas para construir relaciones:

- Concéntrate en dar a otras personas, más que en recibir. El que quiera recibir tiene que empezar dando y quien entiende esto temprano, la suerte le acompaña.

- Recuerda nombres, cumpleaños, efemérides, ofrece ayuda sin razón aparente y, suceda lo que suceda, no lloves la cuenta.

- Ofrece información o contactos de valor a tu red incluso cuando no te lo pidan. Presenta personas sólo porque crees que es importante que se conozcan.

- Si crees que lo necesitas, estudia sobre Inteligencia emocional, comunicación, networking o cómo construir relaciones.

- Promete poco y da mucho. Siempre.

- Pedir ayuda implica que te pueden rechazar. Si lo hacen, no hagas un drama ni lo tengas en cuenta. Forma parte del juego.

- Pedir ayuda implica que quizá le debas algo a alguien. Tómatelo como una oportunidad de construir esa relación en un futuro cuando puedas ayudar a esa persona de vuelta.

- Desarrollar sistemas para construir relaciones: agenda fechas importantes, llama de vez en cuando, hazte de la secta de los fanáticos de la base de datos, llama una vez al día a un ser querido, manda dos agradecimientos cada día, etc...

Tres ideas de poder:

1. Sin relaciones sólidas no llegarás muy lejos.
2. Tu labor como emprendedor incluye construir relaciones sólidas.
3. Construir relaciones tiene que ver más con dar que con recibir.

Hábito: Sistematiza la construcción de relaciones

Proponte llamar cada día a un ser querido o mandar una nota de agradecimiento. También podrías invitar una vez a la semana a comer a alguien o hacer una cena una vez al mes en tu casa o podrías proponerte ir a un evento público de tu industria cada año donde hacer networking... Lo importante es que no dejes al azar la construcción de tu relaciones, sino que sea un hábito.

NO INTENTES CAMBIAR A NADIE

“La mejor manera de cambiar a los demás es cambiar uno mismo, porque así cambiamos las relaciones y los demás deberán cambiar también”, John Grinder.

Casi todo el mundo te dirá qué cambios tienen que hacer qué personas. Lo tienen muy estudiado y claro. Llevan años pensándolo, pidiéndolo a Papá Noel. Aunque pasan por alto los cambios que ellos mismos deberían hacer. Lamentamos decirles que lo único que hay que cambiar es precisamente la idea de que “los demás deben cambiar”. Ese es todo el cambio que se necesita en el mundo.

Cambiarse a uno es posible, cambiar a otros es imposible. Cuando más se insiste en cambiar a alguien, más reacciona su ego y se resiste -no al cambio sino a la presión inaceptable del otro ego que trata de cambiarle-. Es un “juego de egos” sin final ni solución. Es mejor “inspirar el cambio” en otros y dejarles en su mano si lo harán, cuándo lo harán, y cómo lo harán.

El mundo está bien como está, es quien se siente incómodo en el mundo quien tiene que mover ficha. Demasiadas generaciones repiten que llegaron al mundo para cambiarlo. Y todos han fracasado. No es esa la idea para venir al planeta Tierra. No hacen falta más “salvapatrias” de la humanidad... sino personas conscientes y auto responsables de sí mismas que sean el cambio que quieren ver reflejado en el mundo. Si cada uno de nosotros despertara de su sueño de temor y separación, el mundo tendría otra pinta.

Todos quieren cambiar el mundo, pero nadie quiere cambiarse a sí mismo.

De hecho, el mundo no tiene que cambiar nada de nada. Está ahí como un espejo que refleja los cambios que nos conviene hacer a los que estamos observándolo y pensando que merecemos una vida mejor. El mundo es un ayudante, es una proyección en 3D que está ahí delante para dar feedback. Y en esto no hay excepciones.

El mundo es un espejo, dejemos tranquilo al espejo.

No rompas el espejo si no te gusta lo que ves, cambia lo que pones delante de él. Tan sencillo como esto. Ahí afuera solo hay una pantalla en blanco que refleja la película que proyectamos en esa pantalla neutra. Cuando colectivamente proyectemos amor, el mundo pasa a ser otro. ¿O es que es algo que ya sabemos pero que ocultamos para no tener que asumir el esfuerzo de responsabilizarnos de nuestras vidas?

No trates de hacer que tus empleados y colaboradores cambien para que se ajusten a los guiones que has escrito para ellos. ¿Para eso les contrataste? No lo hagas, ni siquiera “por su bien”. Mejor rompe esos guiones pre establecidos y déjales ser quienes desean ser. Contrátalos por sus valores, habilidades, y actitud. Permite que los desarrollen en el contexto de tu proyecto. Permite que aporten, y que elijan abandonarlo y crear su propio proyecto un día. El mundo necesita más emprendedores.

Haz libre a la gente y rompe los guiones que escribiste para ellos. Eso te dará libertad a ti también, de estar vigilando si se acoplan a tus expectativas. Puedes mejorar su actuación, su formación, pero no puedes cambiar su actitud y sus valores. Eso es una elección muy personal que se puede inspirar pero no imponer.

Emprender es elegir un vehículo de transformación (tu proyecto) para hacer el mayor cambio personal al que serás expuesto tú y tus colaboradores. Ayudar a otros es una voluntad universal que encierra un regalo muy personal: ayudarse a uno mismo. La búsqueda de la felicidad es “iluminación egoísta” que implica una condición generosa: conseguir la felicidad apoyando la felicidad de los demás. Emprendedor: todo lo que das, te lo das a ti mismo. Todo lo que escatimas te lo quitas a ti también.

Emprender implica un aprendizaje intelectual de muchas disciplinas y habilidades, pero también es una enseñanza para el corazón. Tiene su mística. Durante la aventura empresarial, habrá que desarrollar muchas actitudes y cualidades personales para poder tener éxito. No es tanto lo que consigues, sino en quien te conviertes en ese proceso. Porque el éxito viene y va, pero la clase de persona que una acaba siendo estará en el equipaje personal para siempre.

Cuando empiezas tu proyecto crees que cambiarás el mundo, y afectarás a muchas vidas, cuantas más mejor, y así será; pero hay un resultado implícito en ese proceso de servir. Y es que te servirás a ti también, y la persona que empezó será muy distinta a la que llega a la meta. La meta es servir con tu emprendimiento, pero algo ocurre por el camino de igual importancia: el servidor se sirve sirviendo.

O de otro modo: tú ganas cuando tus clientes ganan, y no nos referimos al dinero.

Tres ideas de poder:

1. Tratar de cambiar a los demás es disfrazar la necesidad de un cambio personal.
2. La inspiración es más efectiva que la presión para el cambio personal.
3. Empezar conlleva un cambio personal sin precedentes.

Hábito: Hoy acepta a todo el mundo tal como es

No es su cambio lo que más necesitas, sino el tuyo. Pregúntate hoy y cada día: "¿Qué cambio busco en los demás que yo necesito hacer antes?"

DA SIN ESPERAR NADA A CAMBIO

“El universo opera por el intercambio dinámico de dar y recibir que son aspectos diferentes del flujo de energía en el universo”, Deepak Chopra.

Todos los emprendedores deberían aprender de los agricultores. Estos saben perfectamente que hay un tiempo para dar y otro para recibir y que siempre dar precede a recibir. La siembra precede a la cosecha. Si cada emprendedor lo tuviera tan claro y actuara bajo esta ley de la naturaleza, en ese mismo orden, creemos que la mayoría de los proyectos saldrían adelante, verían la luz y serían perdurables.

Imagina ahora que plantas la semilla de un manzano. Una semilla es bien poca cosa, piénsalo: ¿cómo algo tan pequeño podría convertirse en algo tan grande y que año tras año va a ofrecer sus frutos? Pero como sabes, un árbol frutal tarda años en dar fruto, necesita tiempo para crecer y desarrollarse. Durante ese tiempo no da nada, al contrario, pide mucha atención, reclama muchos cuidados. Nos entristece ver a nuevos empresarios que esquilman su negocio el primer año, y que se quejan de obtener apenas rentabilidad. Deberían aprender la ley de siembra y la cosecha.

En una simple semilla, ¿cuántos frutos potenciales existen? Incontables.

El proceso toma su tiempo y tiene su reloj interno. Ahora imagina que en un momento de duda, el agricultor escarba en la tierra para ver cómo marchan las cosas y así comprobar si su semilla ya echó raíces. Por supuesto que no hace esto, pues echaría a perder el proceso. El granjero conoce los tiempos y los respeta, es paciente y confía en que está haciendo lo correcto, aunque no vea resultados. Cuántos emprendedores dudan y están ansiosos por ver resultados pronto, desconfían de ellos mismos, y acaban malbaratando el proceso de su startup.

Para recibir primero hay que dar, siempre, todas las veces. Y dar mucho. Pero recuerda que no das para recibir; das porque eres y sientes abundancia en cada momento: ¿cómo podrías no dar siendo así las cosas?

La abundancia es el flujo dinámico de dar y recibir que cuando se interrumpe por el egoísmo, cierra la circulación de cosas buenas por nuestra vida. Así es la naturaleza del universo: expansión continua en un flujo creativo sin fin. Cuando deseamos apoderarnos de ese flujo abundante, lo interrumpimos y

cesa la abundancia. Cuando alentamos la circulación de la riqueza, esta solo puede aumentar para todos, crece la abundancia.

Todo lo que se da aumenta de alguna manera y todo lo que nunca se da no podrá expandirse y regresar en algún momento y de alguna manera. Con esto no alentamos el ansía de medir, todo resulta mejor si uno da sin estar midiendo qué viene de vuelta y cuándo. Medir es vigilar, es desconfianza, es como tratar de auditar la abundancia del universo, lo cual es imposible porque no siempre puede ser reconocida.

Emprendedor, da sin miedo a excederte, sobrepasa las expectativas de tus clientes. Eso hará que te sean fieles y te recomienden. Da siempre un 10% más de lo prometido por norma, sobreexcede tu promesa, y recibirás proporcionalmente más recompensas de las esperadas. Da incluso a personas que no están en disposición de comprarte, tal vez tu próximo ingreso no provenga de esas personas, pero en el fondo proceden de haber dado antes a alguien. Piénsalo, el universo es equilibrio puro, y en él no es posible un desequilibrio: si diste habrás de recibir en concordancia. Porque cada acto en el planeta tiene un acto que lo equilibra.

En realidad, dar es lo mismo que recibir si entiendes que somos Uno, que cuando das a “otro” es a “ti” a quien das. Somos uno, y bajo esa perspectiva todo lo que ofreces es para tu bien. Cuando escatimas a tus clientes, es a ti a quién escatimas. Y tu negocio lo reflejará.

Algunas veces te encontrarás con personas que no están dispuestas a recibir, tienen algún problema de autoestima a algún nivel y creen no merecer. Aún en ese caso da; y si lo que das es rechazado, tu intención sigue siendo una semilla de prosperidad que activará los efectos igual que si tu ofrecimiento hubiese sido aceptado. La intención de dar cuenta tanto como el dar. Y la intención creará un evento igualmente auspicioso para ti en el futuro.

Siempre puedes dar algo que tengas, no hace falta que sea algo material; como un abrazo, un poco de tu tiempo... ni siquiera se trata de dinero. Puedes escuchar, ayudar, enseñar... todo eso también es dar. Y cuando des, no sientas que pierdes, sino que ganas, porque ahora ya sabes cómo funciona el universo, y sabes que tu semilla germinará en algún momento y de la forma más insospechada. Y con saber eso te basta.

Tres ideas de poder:

1. Para recibir, primero hay que dar.
2. Todo lo que damos es a nosotros a quien se lo damos pues regresará de alguna manera.
3. La abundancia es liquidez, afluencia, flujo dinámico, en dos direcciones.

Hábito: A donde vayas, lleva siempre un regalo

En cada encuentro regala algo (aunque sea un cumplido). Allí donde vayas lleva algo de ti. Regala también en el ámbito profesional aunque sea una muestra, e incluso a quien no está en disposición de comprar. Da por norma para recibir por norma.

TRABAJA CON LOS MEJORES (PROVEEDORES)

“Una cadena es tan fuerte como lo es el más débil de sus eslabones”, dicho popular.

Hay un momento clarificador y lúcido en la vida de cualquier emprendedor. Es cuando comprende con una diáfana claridad que en realidad su proyecto no le importa a nadie, y que el mundo podría seguir adelante mañana sin ninguno de los planes que les tienes reservados.

Entiéndenos bien: queremos que saques tu proyecto adelante, y si se trata de un proyecto con corazón, lo deseamos más aún, porque tu proyecto contribuirá a hacer un mundo mejor. Lo que queremos decir es que para la práctica totalidad de los habitantes del planeta, así como de tus potenciales clientes, tú y todos tus productos y servicios, de entrada, sois un cero a la izquierda.

Dicho de otra manera: es improbable que mientras lees estas líneas el público se esté manifestando ante la puerta de tu casa solicitando apasionadamente tu producto o servicio, especialmente si estás empezando. Tendrás que ganarte su fidelidad.

La única forma de tener éxito en un contexto donde para la mayoría eres [aún] un cero a la izquierda o, peor aún, ni siquiera existes, es ofreciendo un producto o servicio espectacular, fuera de lo común, asombroso, útil a rabiar. Algo que tu cliente, cuando llegue a casa, tenga necesidad de contar a alguien. No es suficiente con que sea bueno, porque esto se da por hecho. Necesitas subir el nivel de lo que consideras aceptable y el estándar constantemente. Si hoy no sientes ternura por la calidad que ofrecías hace dos años, quizá sea una señal de que no estás subiendo permanentemente el nivel de lo que consideras aceptable.

Necesitas –sí, necesitas- que la solución que ofreces al mercado sea espectacular, o nadie la recordará. Hay demasiada información y cosas en las que pensar como para dedicarle un rato a un producto o servicio que simplemente está bien. Piénsalo, como cliente tú no lo haces. Ya nadie lo hace.

Y para poder entregar este producto o servicio, una de las variables esenciales es contar con la ayuda de proveedores excelentes.

Si eres como la persona promedio, estás entrenado para producir productos o servicios que están bien, incluso que son bastante buenos. Productos que no tienen nada que criticar pero que, probablemente, tampoco tienen tanto que admirar.

La única manera de destacar en un mercado en el que probablemente haya muchos agentes que están haciendo lo mismo que tú es entregar un producto o servicio que destaque sobresalientemente. Y si en tu mercado no hay muchas empresas ofreciendo lo mismo que tú, te garantizamos que en cuanto empiece a marcharte bien pronto aparecerán. Y no es por arruinarte el momento pero harán lo posible por hacerlo mejor que tú. Hecho que debería servirte de estímulo e inspiración para entregar aún más valor a tus clientes, ahora que estás a tiempo.

Para entregar ese producto memorable tendrás, entre otras muchas variables, que relacionarte con los mejores proveedores que puedas. Olvida para siempre a los amateurs. De ahora en adelante juegas en otra liga: juegas en la liga de los profesionales excelentes, los que cada vez hacen mejor su trabajo. Rodearte de grandes proveedores te permitirá concentrarte más en tu verdadero área de creación de valor y menos en supervisar cuestiones para las que quizá ni estés preparado.

Tu foco ha de estar en pensar cómo entregar ese producto o servicio fuera de lo común a tus clientes y para ello necesitas proveedores que jueguen en primera división. Ese es tu nuevo mínimo nivel de lo que consideras aceptable.

Tu trabajo como emprendedor no consiste tanto en desarrollar un trabajo, aunque a veces es así, como en encontrar quién puede hacer ese trabajo de la mejor manera posible, y diseñar sistemas para que pueda hacerlo. Es imprescindible establecer relaciones duraderas y de verdadera confianza con empresas y profesionales en los que poder confiar ciegamente.

Cualquier emprendedor es capaz de reconocer la importancia que tiene aprender a vender. Pues bien, la otra parte para ser emprendedor es aprender a comprar.

El éxito es consecuencia de mimar cada uno de los micro-detalles que implica cualquier proceso. El éxito no es hacer cosas extraordinarias sino hacer cosas normales de forma extraordinaria. Resulta más fácil prevenir los

problemas que solucionarlos, y una de las maneras de prevenirlos es contar con proveedores confiables. Si fallas a un cliente como consecuencia del fallo de un proveedor, la responsabilidad sigue siendo tuya y deberás asumirla. Y aunque sólo le falles a un cliente de cada 100.000, ¿Qué le dirás a ese cliente en concreto? No puedes decirle que es las otras 99.999 las cosas salieron bien o que es responsabilidad de tu proveedor. Eso es de patio de colegio.

Hay tres cuestiones capitales a la hora de seleccionar proveedores:

1. Todo será más fluido si comparten tus valores y principios. Necesitan enamorarse, aunque sólo sea un poco, de tu proyecto. No aceptes menos de esto para minimizar futuros problemas.

2. Escoge a proveedores que amen lo que hacen, que apuesten por ello y que estén en permanente desarrollo. Te lo pasarás mejor con ellos. Además te harán aprender y eso redundará en la calidad de tu trabajo. Finalmente, si realmente son extraordinarios, algunos acabarán incluso siendo amigos.

3. Escoge a los mejores que puedas pagar o encontrar. El que quiere ganar dinero tiene que estar dispuesto a gastarlo. No seas tacaño y la vida no lo será contigo. En la película Pulp Fiction, hay una secuencia en la que cuando los protagonistas tienen un problema serio llaman al señor Lobo. No le regatean la tarifa porque saben que él verdaderamente soluciona problemas. Es su proveedor y pagan lo que pide. Cuando encuentres a tu señor Lobo particular, págale lo que pida. A la larga, te merecerá la pena.

Tres ideas de poder:

1. Para poder entregar un producto espectacular, necesitas proveedores excelentes.
2. Encuentra proveedores que compartan tus valores, criterios y estándares.
3. Para ser emprendedor hay que aprender a vender, pero también hay que aprender a comprar.

Hábito: Selecciona cuidadosamente tus proveedores

Colabora sólo con proveedores con los que compartas valores, criterios, estándares, ideales... Como hábito, selecciona siempre los mejores proveedores que puedas encontrar y pagar.

— #EmprendeEnPositivo21 —

HAZ DESPEGAR

TU PROYECTO

SOLUCIONA UN PROBLEMA

“¿Qué tienes planeado hacer cuando tu mercado se inunde de productos baratos?”, Funky Business.

La vida emprendedora es una vida de servicio a otras personas. Si no estás dispuesto a vivirla desde el servicio y la entrega, probablemente es mejor que te busques otra ocupación, porque para tener éxito vas a tener que servir y entregar valor a muchas personas.

Tu éxito como emprendedor va a ser consecuencia principalmente del número de personas a las que tú y tu proyecto seáis capaces de servir. Esperamos que este hecho no te decepcione o desanime.

Un emprendedor es principalmente una persona que idea una solución a un problema que tienen otras personas, sus potenciales clientes, con la esperanza de que le compren esa solución.

Es necesario ponernos de acuerdo cuanto antes porque como sociedad tenemos una confusión con este asunto: el cometido de una empresa es ofrecer un servicio a otras personas. Y la consecuencia de entregar este servicio es que, en ocasiones, se termina por ganar dinero. Muchas personas creen equivocadamente que el cometido de una empresa es ganar dinero, y que para ello tienen que ofrecer algo de valor a otras personas.

Parece un juego de palabras pero no lo es. En absoluto.

Es muy discutible que en muchas escuelas de negocios se siga afirmando que el fin de una empresa es ganar dinero para sus accionistas. Este enfoque está arruinando el mundo y las vidas de muchas personas cada día. El fin de una empresa es entregar valor a la sociedad, y la consecuencia de entregar este valor -y de hacer bien el bien- es que los accionistas tienen que ganar dinero, que es imprescindible para el funcionamiento de la empresa, pero no la razón principal de su existencia.

En pocas palabras: creemos que el dinero es la consecuencia natural de entregar valor a los clientes.

Como emprendedor, focalízate en servir a tu cliente. Enamórate de la idea de servir a otras personas, y el dinero se enamorará de tu cuenta de resultados.

Hazte un favor y pon el foco y la energía en resolver la pregunta mágica para cualquier emprendedor: ¿Cómo podría aportar más valor a más personas? Observa que es una pregunta doble: ¿Cómo entregar más valor? Y ¿Cómo entregárselo a más personas?

En la respuesta a esta pregunta doble reside tu éxito como emprendedor, porque tus resultados serán un reflejo del servicio que seas capaz de prestar a otros seres humanos.

En realidad, para que te vaya bien como emprendedor las reglas de la vida son las mismas que en lo personal. Como ser humano, tus resultados serán tanto mejores cuanto más amor entregues a otras personas. En este sentido, entregar un servicio a través de una empresa es lo mismo que amar a tus seres cercanos, pero llamándoles clientes.

Quiere a tus clientes, entrégales un gran valor, ofréceles más servicio del que esperan y déjalas con la boca abierta... no son sino formas de querer a las personas en el mundo de los negocios... y así jugarás con las leyes de la vida a tu favor.

Sigue este principio cada día y después permite que la vida trabaje para ti.

Muchos emprendedores se lamentan de que el mercado ya no demanda "lo suyo". También de que nadie les encarga sus servicios o de que las cosas han cambiado, y a nosotros nos parece escuchar a una persona que desea que el mundo deje de avanzar para no tener que cambiar la forma en la que ofrece sus productos o servicios.

Los vendedores de carretas de caballos también tuvieron que reconvertirse cuando apareció el ferrocarril. Ellos también desearon que el mundo no siguiera avanzando, pero no lograron impedirlo. Afortunadamente.

El mundo va a seguir progresando, tanto si estás dispuesto a adaptarte como si no lo estás. Parece más inteligente por tanto adaptar las soluciones que ofreces a los problemas que tienen tus clientes para que así puedas seguir siendo útil en el mercado.

Demasiadas personas siguen empeñadas en vender cosas que el mercado no necesita. Sin embargo, podrían preguntarse de qué manera podrían servir a otros seres humanos con lo que saben o con lo que podrían aprender.

Hazte útil y el éxito será inevitable.

Si analizas empresas exitosas que compiten en condiciones de libre mercado, pronto comprobarás como forzosamente están ofreciendo mucho valor a muchos seres humanos. Puede que lo hagan de una manera mejorable, que estén destrozando el medio ambiente, o puede que simplemente no te guste su producto, el peinado del director o su manera de trabajar, pero con certeza hay personas que se están beneficiando de su trabajo en el mercado. Sino, habrían cerrado.

Cuando se comprende esta idea, hay quien se pregunta qué problema, de los muchos que hay en el mundo, podría solucionar. La respuesta es bien sencilla: un problema donde puedes poner lo que sabes y haces al servicio de otras personas. Es el cruce entre tu especialidad y lo que los otros necesitan. El problema que puedes solucionar está en el lugar donde puedes aportar valor a otras personas. Tan sencillo como esto.

Cuanto más importante sientas que es el problema que solucionas como emprendedor, mayores serán tus posibilidades de éxito. Muchos emprendedores fracasan precisamente porque no sienten que lo que hacen es verdaderamente significativo. Escoge algo que te importe verdaderamente; la vida es demasiado corta como para solucionar problemas que no nos parecen importantes. Ya hay demasiadas empresas haciendo cosas que en realidad no conducen a ninguna parte como para añadir una más a este absurdo.

Emprender con sentido es una de las maneras más apasionantes de ganarse la vida y de desarrollar una actividad que realmente deje una huella significativa en este mundo.

No te hagas emprendedor sólo para ganar dinero [aunque éste llegará inevitablemente como consecuencia de ofrecer valor a otras personas] sino para ofrecer algo de valor a este Universo. La consecuencia inevitable de ofrecer este servicio es tu éxito emprendedor.

Tres ideas de poder:

1. Una vida emprendedora es una vida de servicio a otras personas.
2. Tu éxito está relacionado directamente con el número de personas a las que seas capaces de servir.
3. Pregúntate cómo podrías ofrecer más valor a más personas.

Hábito: Imagina cómo servir más y a más personas

Pregúntate cada vez que tengas que adoptar alguna decisión estratégica en tu empresa si eso va a permitir que puedas aportar más valor a más personas. Obsesiónate a diario por encontrar la respuesta a esta pregunta: ¿Cómo entregar más valor a más personas? Acabarás por encontrarla...

INNOVA CADA AÑO

“Escucha a tus clientes; no a tus consumidores”, Joel Spolsky.

Si les hubieramos preguntado qué querían habrían respondido que caballos más rápidos, Ford

Sabemos que la palabra innovación es extraña. Provoca el terror inmediato de la mayoría de los emprendedores. Somos conscientes de que muchos emprendedores no tienen una inclinación natural hacia la innovación, y es comprensible: bastante tienen con las batallas del día a día como para ponerse a innovar, que para colmo parece una habilidad situada a medio camino entre la genialidad y la divinidad.

Como emprendedor, sin innovación quizá podrás sobrevivir pero nunca estarás en la vanguardia de tu sector. No serás elegido como la opción preferente de tus clientes. O dicho de otro modo, acabarás compitiendo por precio y, como consecuencia de esto, tu vida como emprendedor será un infierno.

Haz memoria, en el mundo en el que nacimos el éxito estaba basado en la buena ejecución, es decir en hacer las cosas de la forma correcta. Todo el sistema educativo y de aprendizaje dentro de las compañías se basó en el principio de aprender a hacer ciertas tareas de la misma forma que otra persona que ya las hacía con éxito. Si seguías esta máxima, tus resultados quedaban garantizados. Sólo se necesitaban buenos chicos dispuestos a aprender. Aunque muchos parecen no haberse enterado, este escenario ha desaparecido, posiblemente para siempre.

En el mundo actual, presionado por una enorme competencia en cada sector, el éxito reside más en la capacidad de innovar que en la capacidad de ejecutar. Si lo haces como te enseñaron [si ejecutas bien], estarás en un mercado inundado de personas que lo harán igual que tú de bien. En este lugar los precios se establecerán a la baja como consecuencia del deseo de conseguir clientes.

Antes, el pez grande se comía al pequeño. Hoy, con frecuencia, el pez rápido -el que innova y responde rápido al mercado- se come al lento, sea grande o pequeño. Esto es una gran ventaja para los nuevos emprendedores, cuando emplean su agilidad para innovar y para adaptarse a los mercados. Los

emprendedores pequeños disponen de una gran ventaja en velocidad de respuesta, algo que las grandes compañías no suelen conseguir.

Mejor que lo asumas cuanto antes: estás condenado a innovar.

¿Y qué es innovar? Es algo tan sencillo como ofrecer al cliente una solución más eficiente, rápida, cómoda, económica o estética... Consiste en encontrar una mejor manera de entregar valor a nuestros clientes. Consiste en crear algo que les fascine y que estén dispuestos a pagar por ello [este último detalle es importante, recuérdalo por favor].

El hábito que te proponemos es muy sencillo: ofrece cada año una innovación a tu mercado. Da tu mejor versión para entregar algo nuevo y realmente útil a tus clientes cada año. Cada uno de enero dispones de 365 días para crear una innovación. Es posible que en tu sector no sea posible ofrecer una innovación cada año, y sea preciso hacerlo cada más tiempo. O quizá puedas terminar dos innovaciones al año. Lo importante es que adoptes como hábito ofrecer nuevas soluciones al mercado cada cierto periodo de tiempo. Hablamos de innovar no como opción puntual sino como hábito.

La innovación puede ser en el propio producto, pero también en el precio, la forma de pago, el embalaje, la distribución... Lo importante no es tanto que sea novedoso –hay muchas cosas novedosas que no hacen un mundo mejor– sino que le haga la vida realmente mejor en algún aspecto a tus clientes.

Ese es el fin de la innovación: un mundo mejor.

Y esto es algo que cualquiera puede hacer porque cualquier persona que observe con atención será capaz de idear cómo mejorar las cosas. Tú, por supuesto, también. Es sólo una cuestión de ponerse manos a la obra.

El hábito que lo cambiará todo es que cada año ofrezcas al mercado una innovación. Es probable que la mayoría de éstas no te lleven a ninguna parte pero alguna, cuando menos lo esperes, te regalará unos resultados que pagarán con creces los recursos empleados en todas las anteriores.

Nómbrate Responsable de Innovación y Desarrollo de tu empresa. Puedes imprimírtelo una tarjeta de visita si esto te ayuda a creértelo más, y establécete como objetivo una innovación al año.

Después relájate y permite que los resultados lleguen de manera inevitable, porque llegarán.

Tres ideas de poder:

1. El éxito reside en la capacidad de innovar.
2. El pez rápido se come al lento.
3. Nómbrate Responsable de Innovación de tu proyecto.

Hábito: Ofrece a tu mercado una innovación al año

Una innovación al año que ofrezca más valor a tus clientes te permitirá situarte en la vanguardia de tu sector antes o después y, por tanto, garantizar los resultados positivos que deseas para tu proyecto y para tu vida.

APRENDE A VENDER

*“La muchacha que no sabe bailar dice que la orquesta no sabe tocar”,
Proverbio judío.*

Es un problema más grave de lo que parece. Si paras a cien yayas o a cien padres por la calle y les preguntas a qué se dedica su hijo, nadie te dirá que es vendedor (comercial). Es un estigma social.

Es más fácil que te digan que su hijo está en la cárcel a que es vendedor. Quizá osadamente alguien te comente de soslayo que es director comercial, o ejecutivo de cuentas, pero nada de vendedor. Ser vendedor es considerado algo de baja estofa, de personas sin escrúpulos, o de charlatanes de feria.

Sin embargo, todo emprendedor es antes que cualquier otra cosa, un vendedor.

Aún recuerdo [Sergio] un curso al que asistí sobre emprendedores hace muchos años. Me inscribí porque quería sacar mi proyecto adelante. Lo único que tenía eran las ganas y un océano de dudas así que decidí apuntarme.

El curso en realidad parecía un entrenamiento para convertirse en marine. Durante cada tarde durante más de un mes escuché pacientemente hablar de fiscalidad, figuras societarias, plazos de presentación de impuestos, obligaciones fiscales y una tonelada más de asuntos burocráticos que olvidé dos o tres días más tarde. En lo único que pensaba día y noche era en cómo hacer que mi proyecto emprendedor despegase. Y para ello no necesitaba todo ese aluvión de información fiscal y legal, que a la sazón cambian cada día, y que delegué en un gestor tan rápidamente como pude. Lo único que necesitaba, que nadie me explicó y que finalmente acabé aprendiendo a fuerza de experiencia, era aprender a vender.

Sin ventas no eres emprendedor. Y al principio, puedes creernos, nadie lo hará por ti.

Obviamente, una vez hecha la venta hay que entregar un producto o servicio, pero en eso la mayoría de los emprendedores no encuentran tanto problema como en venderlo.

Cuando una persona joven nos pregunta en nuestros eventos qué estudiar, siempre le decimos lo mismo: sirve a los demás a través de lo que te haga feliz, así que estudia aquello que ames y encuentra la forma de ponerlo al servicio de los demás. Pero complementalo con estudios comerciales, de márketing o de ventas porque esta habilidad será determinante en tu profesión.

En la Revolución industrial las empresas tenían la mayoría de los recursos contratados, y formaban parte de la empresa. Disponían de un departamento para cada asunto: incluso algunas fábricas llegaban a disponer de generadores de electricidad. Hoy la electricidad y cualquier otra cosa que pueda externalizarse ha dejado de formar parte del corazón de la empresa, y se contrata a otras empresas especializadas en ese asunto. Así es como funcionan las cosas hoy en día. Y tiene sentido porque lo esencial para que funcione una empresa es realmente muy poco: algo de conocimiento, ciertos medios, la capacidad de venderlo y poco más. Todo lo demás son servicios que se pueden subcontratar. Sin embargo, hay un servicio que casi ninguna empresa debe externalizar y ese es el de comercial y marketing.

Muchos emprendedores -que tienen sudores fríos sólo con escuchar la palabra vender- piensan que pueden subcontratarlo. Aunque es cierto que en algunos casos puede hacerse, también lo es que en la mayoría de las ocasiones la tarea comercial, especialmente en fases tempranas, tiene necesariamente que recaer en manos del equipo del proyecto, así que mejor que lo asumas cuanto antes: necesitas aprender a vender.

Si no estás dispuesto a vender tu proyecto, va a resultar complicado que alguien esté dispuesto a hacerlo por ti.

Hoy la diferencia competitiva no reside en crear un producto, servicio o en tener una idea. Todos tenemos ideas geniales cada día y algunos incluso las llevarán a cabo. No te ofendas pero tener ideas es algo al alcance de cualquiera. Sólo hoy hay quien ha tenido 15 o 20 ideas antes de desayunar que cambiarían el mundo. Pero esto no es nada porque mañana tendrán más... La diferencia que hará que tu proyecto despegue no está en tus ideas; reside en que seas capaz de vender -y de cobrar, no te olvides de esto- productos o servicios.

Sabemos que vender es lo que nadie quiere hacer, es lo que da pereza y es lo que enfrenta al “no”, pero si estás dispuesto a aprender a vender, y tienes buenos resultados, esto marcará la diferencia.

Asumámoslo: todos estamos en ventas. El que no esté en ventas no está en el mercado. Punto.

Recientemente, impartíamos un conferencia ante una asociación de empresarios que estaban experimentando problemas para sacar sus negocios adelante como consecuencia de los cambios tecnológicos de los últimos años. Ante la pregunta de cuántas personas habían leído un libro sobre ventas o sobre marketing en el último mes nadie levantó la mano en un auditorio con varios cientos de personas. Lo vamos a recalcar por si se te ha pasado desapercibido el dato: nadie. Cero personas. Silencio sepulcral en la sala. Nos dan escalofríos solo de recordarlo.

Lo preocupante fue que cuando preguntamos cuántas personas habían leído un libro de venta en el último año sólo dos o tres manos se levantaron, tímidamente, parecía que les hubieran sorprendido delinquiendo. Fue un momento surrealista. Lo sorprendente no era que sus negocios experimentaran ciertos problemas sino que sigan funcionando.

Hay multitud de recursos que te podrán ayudar a incrementar tus ventas pero hay tres ideas esenciales que son los cimientos sobre los que construir todo tu aprendizaje como comercial. Si apuestas por ti y te unes al Programa Experto de Raimón o al Máster de Emprendedores de Sergio trabajarás en profundidad estos tres conceptos y otros muchos.

Permítenos que te invitemos a unirte a estos programas, porque hemos comprobado que los alumnos que aplican lo que allí aprenden, disfrutan de éxito en sus proyectos.

Estas son algunas de las ideas esenciales que necesitas para tener éxito vendiendo...

1. Vender es servir. La mayoría de las personas consideran, abierta o secretamente, que vender es estafar, engañar, timar, molestar o, como mínimo, una actividad ilícita.

Por tanto no quieren realizarla, y al no hacerlo su negocio no acaba de despegar. Permítenos que compartamos contigo una idea que cambiará tu forma de funcionar para siempre: el fin último de cualquier emprendedor es ofrecer un producto o servicio a otras personas para servirlos o ayudarlos de alguna manera y eso sólo puede suceder si se produce una venta.

De modo que la única manera que tienes de servir a otras personas es si ellos compran aquello que les ofreces. Y para ello tiene que producirse una venta, por eso vender es servir.

Comprender esta idea en profundidad cambiará tu relación con la venta para siempre, porque entenderás que no necesitas presionar, o vender algo a quien no lo necesita, sino sólo ponerte en actitud de servir.

2. Dolor- beneficio- llamada a la acción. Cualquier proceso de compra-venta, independientemente del medio empleado [teléfono, email, presencial...] pasa siempre por estas tres fases.

Para que al cerebro le interese cualquier asunto [también aquello que tu vendes u ofreces], tiene que entender que es un beneficio a un problema, necesidad, deseo o incomodidad [dolor]. Sólo si el cerebro sabe que tiene un dolor y que puede solucionarlo [beneficio], estará dispuesto a escuchar una llamada a la acción. Muchos emprendedores novatos explican el beneficio sin antes verificar cuál es el dolor de su cliente, y sin comprobar, por tanto, que pueden ayudarlo. Otros se van directamente al grano, a cerrar la venta, cuando no han verificado si hay dolor, y si su producto o servicio pueden solucionarlo.

Comprender en cada momento en qué paso de estos tres estás, te permitirá saber estructurar una sesión de venta. Recuerda: planteamiento, nudo y desenlace, como en las novelas.

3. Determinar una estrategia de caza y otra de pesca. Cualquier proyecto que quiera salir adelante tiene que tener dos estrategias. Una para cazar y otra para pescar. La estrategia de cazar implica salir a la calle a buscar clientes, ser proactivo, comprar publicidad, hacer llamadas comerciales. Esto es algo imprescindible para cualquier proyecto que empiece.

Sin embargo, si un proyecto quiere realmente crecer, necesita también determinar una estrategia de pesca, es decir de poner el anzuelo y esperar a que los clientes interesados lleguen por sí mismos. ¿Qué es la pesca? Pues generar una marca potente, abrir canales de venta que permitan cubrir la demanda automáticamente, construir redes de afiliados, etc.

Tres ideas de poder:

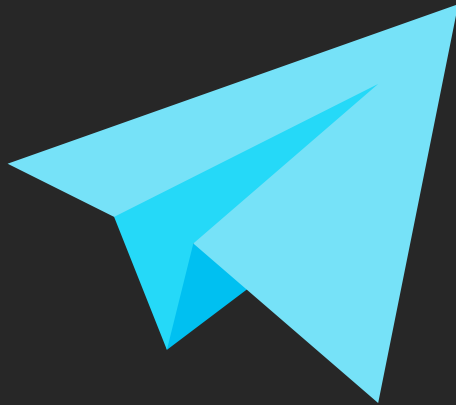
1. Vender es una de las habilidades esenciales para cualquier emprendedor.
2. Difícilmente podrás delegar la venta en fases tempranas del emprendimiento.
3. Vender es servir a otros seres humanos.

Hábito: Haz –al menos- una gestión comercial diaria

El hábito que te proponemos catapultará tu vida a un lugar que no serás capaz de reconocer dentro de un tiempo. Es algo extremadamente sencillo, pero el poder que tiene en el largo plazo es revolucionario: cada día haz una gestión comercial. De caza o de pesca, no importa.

Este es el hábito de los emprendedores supercampeones. No infravalores este hábito: cada día, una gestión.

#EmprendeEnPositivo21



**¡Comparte este
libro con otros
emprendedores!**

Haz clic en el botón para compartir

Compartir ahora

