



CONFESIONES DE UN EMPRENDEDOR

**Lo que realmente quiere saber,
pero nunca le van a decir**



Confesiones de un emprendedor: lo que realmente quiere saber, pero no le van a decir

...Y que le va a resultar útil de verdad aunque le incomode

Índice de contenido

| | |
|---|----|
| De qué va esto..... | 2 |
| Una pequeña advertencia. | 2 |
| Realmente, no le importas a nadie..... | 4 |
| Las subvenciones, como la lotería, no sirven para nada..... | 6 |
| Todo lo que necesita saber de marketing se reduce a dos cosas..... | 7 |
| Las cosas no son fáciles, pero he aquí los dos ingredientes del antídoto..... | 10 |
| Tomar distancia con el día a día..... | 14 |
| ¿Mejor emprender solo que mal acompañado?..... | 16 |
| Vender no es malo, en serio..... | 18 |
| Todos tenemos miedo..... | 20 |
| ¿Ganas de más?..... | 21 |



De qué va esto

Sé que no tiene tiempo de leer un libro, si es como yo y tiene una iniciativa propia, o está pensando en tenerla, se habrá dado cuenta de que el tiempo es material precioso.

Por eso mi objetivo con estas páginas es humilde, pero también práctico: que cuando termine aquí se vaya con unas pocas cosas útiles, cosas que pueda aplicar en su día a día y que le sirvan de verdad.

En el mundo real el valor de los libros no suele estar en poner en marcha a rajatabla todo lo que nos dicen. En mi caso la mayoría de las veces aplico un par de ideas o esas páginas provocan uno o dos momentos donde por fin esa pieza hace "clic".

Ese par de cosas merece mil veces la pena lo que se ha invertido en dicho libro, aunque las otras trescientas páginas queden borrosas en el recuerdo.

Cuando leo algo busco eso y por eso mi intención aquí es la misma, si un par de cosas le encajan o las aplica, me daré por satisfecho, porque he visto que funcionan por experiencia y, lo que es mucho peor, nunca se dicen abiertamente en la literatura habitual sobre empresa, marketing y clientes.

Una pequeña advertencia.

Este material no es para todo el mundo. En serio, es posible que no le guste o que no encaje con usted, y no pasa nada, es normal.

Si lo tuviera que definir diría que contiene lo más importante que le diría a un amigo que quisiera crear una empresa propia, o me preguntara cómo puede hacer para la que tiene vaya mejor de lo que va.

Son cosas que han salido de la sangre y el sudor de sacar algo propio adelante, no de ninguna teoría académica creada fuera del contacto con la realidad.



Aquí va a leer cosas que van en contra de lo que normalmente oírás sobre el tema y además reconozco que no me voy a esforzar mucho por suavizarlas, prefiero incomodar ahora a que duela luego.

Hablando con un amigo de verdad no perdería tiempo repitiendo lo políticamente correcto que se suele decir sobre crear una empresa, los clientes, los empleados y, sobre todo, cómo vender de verdad.

Igualmente el estilo es directo, sin rodeos sobre los temas importantes, pero por favor no crea que es porque estos años me han hecho cínico y descreído, al contrario, soy de los que piensa que cualquiera debería lanzarse por lo que desea sin hacerle caso a nadie que le diga lo contrario, pero es cierto también que, personalmente, soy un poco cabezota y he comprobado que muchas veces las cosas sólo entran cuando de golpe te rompen en pedazos las ideas erróneas que tenías preconcebidas.

He estado muchos años viendo empresas, además de en primera línea intentando persuadir a alguien de que me compre, he visto lo que funciona y lo que no, y en lo segundo hay muchas cosas de las que te inculcan cuando estás empezando.

Suenan tan bien algunas de esas ellas que es

Mi historia, o por qué escucharme

Mi nombre es Isaac Belmar, soy el creador de Recursos Para Pymes y mi historia va a ser breve, porque si algo he aprendido es que los emprendedores a veces nos enamoramos de nosotros mismos y nuestros productos, pero a quien está al otro lado (usted) lo que le interesa es extraer algo útil de lo que lee aquí.

Como economista estuve trabajando en los más diversos ámbitos, desde ONG's hasta consultor de negocio, sí, de esos con traje, corbata, consejos de dirección y horarios intempestivos.

Lo dejé, por culpa de unas patinadoras (al alguien hay que echársela) aunque esa es otra historia, y entonces tomé la decisión. Sería emprendedor.

Caí en la insidiosa trampa de creer que eres lo que has estudiado o hecho hasta ese momento y por eso empecé como asesor económico. Tardé 3 años en darme cuenta que no merece la pena dedicar algo tan valioso como tu tiempo aquí a lo que no te apasiona.

Así que cerré aunque iba bien, recogí lo que realmente me gustaba de todo lo que había hecho y creé Recursos Para Pymes, donde proporcionar software e información práctica que ayude a otros emprendedores a tener resultados. Pero información útil, salida de los éxitos personales, los fallos garrafales y los desvelos de crear y crecer algo desde cero, compartiendo lo que he comprobado con mis propios ojos que funciona en el mundo real.

Afortunadamente eso me permite vivir de lo que me gusta y me da tiempo para dedicarme a otras pasiones y proyectos personales.

¿Y por qué escucharme? Por nada especial, porque he tropezado mucho, algunas veces incluso he llegado donde me proponía, y por el camino he visto lo que funciona de verdad y lo que nos intentan vender pero no funciona.

Pero sobre todo porque he aprendido que no se puede convencer a nadie, yo sólo creo que en que lea libremente y saque sus propias conclusiones.



imposible que no nos seduzcan, acampen en nuestro cerebro y luego nos lleven al desastre.

Para mí un emprendedor es alguien que ve algo que quiere o ve algo que no le gusta y se pone manos a la obra en crear su propio camino, algo propio de la nada, incluso cuando los demás le dicen que es una locura.

Esa actitud de quejarse poco y hacer mucho de lo que le apasiona es la que más admiro y el mejor rasgo de un emprendedor de verdad.

Puede que usted la tenga porque sabe que si quieres algo tienes que hacer que suceda, en vez de lamentarte mientras esperas que el viento cambie, o puede que se haya puesto porque si algo ha de hacerse bien, lo tiene que hacer uno mismo muchas veces. Sea como sea, si ha dado o va a dar el paso de crear algo propio con la intención de marcar la diferencia (y no sólo ganar dinero), entonces las siguientes páginas, aunque le incomoden, le interesan.

Demasiado preámbulo ya, vamos con lo que no le han contado sobre ser emprendedor, vender, esos esquivos clientes, etc.

Realmente, no le importas a nadie

Lo sé esto no es una frase, es un puñetazo, tampoco es manera de comenzar, quienes me enseñaron Marketing me dirían que hay que ser más diplomático, pero el tiempo apremia y esta es la realidad.

Recuerdo el tiempo que pasé diseñando cierto producto, las noches sin dormir, los mil retoques a mi primera web para que luciera perfecta, los desvelos haciendo el plan de negocio ideal...

Nuestro mundo en esos momentos empieza y acaba en nuestra empresa, estamos tan ilusionados y ponemos tanto empeño en ella que enseguida pensamos que para los demás, especialmente para los clientes, la percepción debe ser la misma, se van a quedar



boquiabiertos.

Luego sales ahí fuera y te das cuenta de que a nadie le importan las horas que has echado.

A pesar de todo el trabajo el teléfono no suena y las hordas de clientes no echan abajo la puerta como si fueran las rebajas.

Primero viene la incredulidad, luego acampa la decepción y entonces puedes tomar dos caminos: o bien piensas que algo no debe estar funcionando y te pones a averiguar qué es, o bien te indignas, te enrocas y piensas que cómo es posible que nadie se dé cuenta de lo fabuloso que es tu negocio, crees que el error debe estar en ellos y así pasas los días hasta que cierras.

Pasa como con un amor no correspondido: "¿cómo no se dan cuenta de que conmigo estarían mejor?" Pero si se ha parado a leer el apartado de mi historia no es cuestión de repetir lo de que tenemos tendencia a enamorarnos de nuestra empresa y nuestros productos, y una mirada enamorada no es objetiva.

Cuando ocurre esto se debe a uno de los siguientes motivos (o, casi siempre, a una mezcla de ambos).

- Hemos puesto todo el empeño del mundo, pero no estamos satisfaciendo una necesidad a otros mejor que nadie, al menos no como para que quieran darnos dinero por ello.

Piense en esto, alguien honrado le dice que ha empleado una enorme cantidad de noches sin dormir en su empresa, que es su trabajo de años, y luego intenta venderle un cenicero horrible de cerámica que hace encoger el ceño sólo con verlo, además resulta que usted ni fuma.

¿Va a darle usted su dinero que tanto le cuesta ganar?

Nos da igual el trabajo que haya puesto, no va a suceder.



¿Pero y si le duele horriblemente la muela y el dentista le promete acabar con el sufrimiento en dos minutos? ¿Estaría dispuesto a pagar?

¿Aunque haya puesto la clínica ayer y se lo hayan pagado todo sus padres ricos?

La moraleja es que a nadie le importa que nos hayamos partido la espalda mientras no le vayamos a satisfacer una necesidad o un deseo mejor que los demás competidores.

Sólo en esa situación van a echar mano a la cartera.

Y no es porque las personas seamos unas terribles egoístas, nosotros haríamos lo mismo en su situación, así son las reglas de este juego en el que nos hemos metido.

- El segundo motivo de que nadie venga es que, aunque seamos los mejores, probablemente no se hayan ni enterado de que existimos.

Hoy día vamos a tener que hacer un esfuerzo sobrehumano por llamar la atención con Marketing y promoción, si no, nadie vendrá a nuestra puerta.

Normalmente que el teléfono no suene es una combinación de ambas causas pero la primera dura lección a aprender es que a nadie le vamos a importar si no tenemos algo que realmente deseen, independientemente del esfuerzo que hayamos puesto o lo magníficas personas que seamos.

Suena mucho mejor decir que si trabajas duro al final llegará la recompensa, pero si trabajas duro en algo en lo que a nadie le importa, no ocurrirá, porque esto no va de nosotros y nuestra empresa, este juego va de los demás, de enfocarnos totalmente hacia ellos y dejar de mirarnos el ombligo.

Las subvenciones, como la lotería, no sirven para nada

Como el tema de las subvenciones y similares es tan recurrente, cuanto antes nos lo quitemos de en medio, mejor, porque podremos dedicarnos a lo que importa.



Durante años estuve trabajando con subvenciones, ya que coordinaba la administración de una ONG, pero básicamente el funcionamiento es el mismo en el caso de los emprendedores.

Mi opinión cuando me preguntan por subvenciones es que mejor olvidarlas y dedicar nuestro tiempo a algo que sí sea productivo, esto es: mejor Marketing y mejor Producto.

No es mi objetivo menospreciar ni decir que mi opinión es la única, si tiene la contraria probablemente también esté en lo cierto porque esa habrá sido su experiencia, pero las subvenciones requieren mucho trabajo, condiciones draconianas, te dan menos de lo pides, mucho menos de lo que precisas y cuando llegan (si llegan, que ya es decir) ya no las necesitas, o has cerrado o eres capaz ya de volar solo.

Obviamente las subvenciones son necesarias si no tenemos fondos y hay que hacer algo, pero para eso está el buscar socios o financiación bancaria, que es una clase distinta de grillete (y no digo que mejor) pero al menos es un método más eficiente de conseguir el dinero para empezar.

Además, si precisamos una subvención para mantenernos, probablemente toda la premisa de la empresa sea endeble.

Nuestra aspiración debe ser crear una empresa que se sostenga sola de manera saneada.

Si el tiempo y el esfuerzo que requieren normalmente las subvenciones se dedican al Marketing y a hacer el producto mejor que el de al lado, mi experiencia propia es que obtendremos mucho más rendimiento el 99,99% de las veces.

Todo lo que necesita saber de marketing se reduce a dos cosas

Voy a asumir que vendemos algo que aporta una diferencia con respecto a nuestros competidores (porque si no, ¿qué hacemos metidos en este juego?). Es atrevido asumir eso, pero es que es el requisito indispensable para empezar a jugar.



Partiendo de esa base, debemos ser conscientes de que tenemos que salir ahí fuera y extender todo lo que podamos el nombre de nuestra empresa. Eso es Marketing. Si nos quedamos esperando a que vengan por sí solos, moriremos de una lenta agonía.

Y para ese juego del Marketing, he aquí las dos cosas que, si tiene funcionando bien, le van a permitir tener mejores resultados que el 90% de competidores.

Sí, sé lo que está pensando, hay masters enteros dedicados al tema Marketing, yo mismo he creado contenido en mi web como para llenar varios libros, y de hecho trabajo con ciertos clientes enseñándoles cosas como "campañas Karma" y persuasión aplicada, ¿y resulta que sólo se trata de dos cosas?

No es que sean "sólo" dos cosas, pero sí son las dos que más resultado le van a dar, con mucha diferencia.

1.- La libreta de contactos.

Siempre lo digo, si mi empresa arde y sólo puedo salvar una cosa, va a ser la agenda. Con ella puedo reconstruir algo nuevo en la mitad de tiempo.

Cuando empecé a ser emprendedor se me metió en la cabeza conseguir clientes por mí mismo desde cero, sin recurrir a contactos de mi época de consultoría y probando mi habilidad para buscar, atraer y convencer a desconocidos de que me comprarán.

No sé qué enajenación mental me poseyó, pero incluso veía esa decisión como algo digno de mérito, cuando en realidad puntúa entre las cosas más tontas que he hecho en mi vida.

Fue todo un aprendizaje sí, pero eso no reduce la estupidez del hecho.

Hacer contactos cada día, aumentar nuestra agenda, extender el círculo social y conocer gente a la que ayudar y que nos ayude es lo más rentable en marketing.

Punto, ya sabe uno de los secretos del éxito y no ha necesitado aprender palabras extrañas como segmentación o matrices de producto.



Cuidado. Esto no tiene nada que ver con entrar en el juego de los favoritismos ni nada por el estilo, dejemos eso de lado (aunque es obvio que existe, esto es el mundo real), pero piense en esto, si tiene que hacer una reforma en su casa ¿confiaría en un amigo que sabe que es serio y trabaja bien o preferiría arriesgarse con alguien desconocido? ¿Aceptaría la recomendación sincera de un conocido en quién confía o prefiere la lotería del desconocido?

La respuesta es obvia, el mundo funciona así y no tiene nada que ver con injusticia ni "enchufes".

De eso se trata, las relaciones sociales mueven el engranaje de conseguir clientes, por eso los beneficios suelen ser proporcionales al grosor de la libreta de contactos.

Si no está trabajando en construir la mejor agenda de contactos posible, comience por favor, ya cometí yo el error imperdonable para que usted no tenga que hacerlo.

Amplíe todo lo que pueda su agenda, su círculo social, la gente que conoce, cuídela y establezca relaciones personales genuinas ANTES de necesitar a alguien o sus favores.

En serio, el mayor predictor del éxito de su empresa y su Marketing va a ser el tamaño de su círculo de contactos.

2.- Demostrar

Desde el primer producto que se vendió y hasta el último día que una empresa exista, el mejor método de convertir a un interesado en cliente es la demostración en primera persona. Esa es la clave.

Tres horas del mejor discurso de ventas por el mejor persuasor del mundo no pueden batir a unos instantes de demostración en la que el cliente pueda percibir que los resultados que promete un producto o servicio son reales.

¿Quiere convertirse en el vendedor más convincente del mundo? No hace falta gastarse una millonada en tener una lengua de oro, el secreto es la demostración.



Si no tenemos en nuestra empresa una demostración convincente que les haga caer la mandíbula al suelo... lo cierto es que no tenemos nada.

Ya podemos gastar millones en promoción, que si conseguimos traer gente a nuestra puerta pero no conseguimos que saque la cartera y nos pague por lo que vendemos, es porque no hemos podido demostrar en la práctica que damos mejor resultado que otros (de hecho casi siempre es porque ni siquiera podemos mostrar resultado alguno).

Personalmente explico a algunos de mis clientes cuál es la demostración que realmente convence, cómo incluso simplemente tocar algo hace que el cliente lo valore más... pero simplemente si usted es capaz de mostrarme (rápido, por favor) que lo que dice es cierto, firmaré ese contrato.

No es lo único, es obvio, pero si nos esforzamos por acrecentar cada día nuestra lista de contactos y tener preparada una demostración cada vez mejor que haga que se les caigan las gafas al suelo cuando la vean, le vamos a llevar ventaja a ese experto en Marketing que lleva meses haciendo un plan "perfecto" y se ha enredado con segmentaciones y matrices de producto.

Es importante aclarar una cosa, una demostración no es tener una presentación en powerpoint maravillosa y colorida, una demostración es que puedan sentir en su piel que en verdad damos resultado.

Las cosas no son fáciles, pero he aquí los dos ingredientes del antídoto

Cualquiera que intente venderle que el del emprendedor es un estilo de vida fácil está mintiendo, quien le diga que se puede hacer rico en un mes o que puede forrarse trabajando en su empresa un par de horas al día le está intentando vender algo que no funciona.

Si miramos a nuestro alrededor la única conclusión posible es que no es fácil vender.



La mayoría de empresas cierra antes de los 3 años y nueve de cada diez veces el motivo es: "insuficientes ventas". En muchas de esas empresas que cierran suele haber verdaderos expertos en marketing y gestión, incluso gente que ha triunfado previamente y, aunque sabía lo que esperar, ha tropezado ahora.

Ser emprendedor, especialmente al principio, no es fácil, no se deje llevar por imágenes románticas, todos y cada uno de los emprendedores a los que pregunte le van a decir que los primeros tiempos (muchas veces años) son muy complicados.

Es el precio, pero al final compensa porque nos permitirá crear algo en el mundo real que la mayoría de gente sólo se plantea en sus sueños (y se arrepiente en el fondo de no haber intentado).

¿Y cuál es la receta para cruzar esos mares turbulentos?

- 1) Acción masiva.
- 2) Armadura de acero contra los contratiempos.

1.- La Acción Masiva

Y Masiva quiere decir Masiva.

Esperando sentados o visualizando cada día un mundo rosa no van a venir ni los clientes ni los ingresos.

Tengo un amigo emprendedor que ahora se va al corazón de Rusia entre tres y seis meses (pleno invierno y noches de quince horas). Da tumbos por Europa, conoce a todo el mundo, siempre está reunido, siempre está llamando a puertas, siempre está empujando, una y otra y otra vez. Cada día.

Y no le va nada mal para los objetivos que se ha propuesto, porque es el perfecto ejemplo de esta verdad universal:



"Cuanto más te lo trabajas, más 'suerte' tienes".

Sin embargo he visto a otros (muchos, porque he estado en contacto con incontables emprendedores) que se lamentan, no se mueven, esperan que les pasen cosas, que llegue el golpe de suerte, el hecho que lo cambie todo... Eventualmente intentan hacer alguna cosa, moverse, pero a la primera pared que se encuentran (algo normal) bajan los brazos y vuelven a sentarse. Es más, se sientan diciendo "¿Ves? Lo he intentado y no funciona".

Yo he estado ahí también, más de lo que quisiera algunas veces.

El mundo ahí fuera quiere permanecer como está y nosotros como emprendedores queremos cambiarlo, la cuestión es, a menos que cada día seamos un ejemplo de ACCIÓN MASIVA, nuestro alrededor no va a variar ni un ápice, de hecho luchará con la poderosa fuerza de la inercia para quedarse como está. Los chasquidos de dedos, el imaginar mundos perfectos o el empujar un poquito no vale, es como si estuviéramos intentando mover una enorme roca que tapa la carretera.

La conclusión es esta, si queremos que algo pase vamos a tener que hacerlo suceder nosotros.

2.- La armadura contra el fracaso

El segundo ingrediente es ponerse la armadura contra el fracaso.

En el mundo real cada fracaso duele como una patada entre las piernas, no voy a endulzar eso, pero parémonos un segundo a pensar.

Yo no he tirado con arco en mi vida, pero la primera vez que lo intente estoy seguro de que no sólo el tiro va a ir bien, sino que voy a emular a Robin Hood y acertar en la diana cortando en dos como mantequilla la flecha que ya haya clavada ahí. Eso es lo que espero conseguir mi primera vez

Si yo le digo eso, usted pensará que estoy completamente loco, y tendrá toda la razón.



Sin embargo, cuando crean una empresa, muchos tienen esa mentalidad imposible de que van a dar en la diana a la primera y encima estilo "Hollywood".

Cuando creemos que las cosas van a ser así, cualquier pequeño fracaso nos va a descarrilar, porque nos vamos a llevar el golpe y además va a ser inesperado, que como duelen el doble.

Es posible que haya oído la teoría de las 10.000 horas, que básicamente es la conclusión de que lo que tienen en común gente como los Beatles, Bill Gates y otros que son el paradigma de lo que consideramos "éxito", es que han puesto 10.000 horas o más en lo suyo, ese ingrediente es necesario para cosechar éxito.

¿Cuántas flechas hay que lanzar y fallar en 10.000 horas hasta que realmente pueda dar en la diana?

El problema es, aunque fallar es algo necesario para que al final podamos acertar en la diana, solemos estar en un entorno que tolera muy poco el fracaso. (Especialmente la española es una sociedad con una nula tolerancia a dicho fracaso).

Frases como "¿ves? Te lo dije", "mejor aspirar a ser funcionario", "búscate un trabajo fijo", etc. no demuestran sabiduría, demuestran que quien lo dice se moja los pantalones con la idea de tener un posible fracaso.

El primer paso para forjar esa armadura necesaria es que debemos tener un cambio de mentalidad con respecto al fracaso.

Si yo le digo que a la décima flecha que dispare usted va a dar en la diana, seguro que se lanza rápidamente a fallar las nueve primeras veces, de hecho incluso irá alegremente al encuentro de esos fallos, porque sabe que cada uno de esos tropiezos, es un aprendizaje que le está acercando a su objetivo.

Pues básicamente así es como funcionan las cosas de verdad, desde tirar con arco, hasta ser buenos en lo que sea, incluyendo ser emprendedores, es necesario pasar por esos fallos para llegar al objetivo, no hay atajos, no hay otra manera, es necesario recorrer un camino de



fallos para llegar a un acierto.

Cuando uno cambia su mentalidad y empieza a ver las cosas de esa manera (que es la más real) empieza a tomarse los fallos de otra forma, no le voy a decir que no le vayan a doler (ya me gustaría), pero sí que no le van a hundir.

Un magnífico sustituto de la armadura es estar completamente sordo. Es terrible para cruzar la calle, pero muy útil cuando eres emprendedor, porque una de las primera premisas es dejar de escuchar mucho a la gente de nuestro alrededor: especialmente a los embajadores del "No", a los pregoneros de la queja y a los mensajeros del miedo.

Estoy seguro de que ya sabe quienes son...

Personalmente tengo una cancioncilla tonta que empieza a sonar en mi cabeza, me impide oír lo que dicen y me pone una sonrisa en el rostro (no le voy a decir la cancioncilla, no puedo revelar todos mis trucos).

Luego asiento, bajo la cabeza y sigo trabajando, porque tengo muchas cosas que hacer en vez de demasiadas cosas de las que hablar.

De hecho no puedo negarlo, yo siempre he sido uno de esos que ha corrido a hacer justo lo contrario de lo que le dicen que debe hacer. La verdad es que ser así ayuda a superar la presión externa (¿no es magnífico cuando demuestras a esa clase de gente que se equivoca?) pero también es cierto que no es muy recomendable, haces muchas tonterías si eres tan cabezota como yo.

Tomar distancia con el día a día

Esta es de esas cosas que son un seguro de vida para nuestra cordura, la cual se va a ver puesta a prueba con esto de ser emprendedor.

Y es algo que también me costó bastante tiempo aprender.



Se trata de no estar demasiado implicado con lo que ocurre en el día a día, sino observar con una perspectiva de tiempo. Tomar una distancia sana con lo que haces y con tu actividad.

Es normal que un cliente se vaya, también es habitual pasar días sin vender una escoba, que nadie conteste a los mensajes o que esa campaña de promoción sólo haya recibido como respuesta el sonido de los grillos en la distancia...

Cuando empezaba me sentía el rey del mundo si el aviso de un par de pedidos sonaba y como un fracaso si en tres días nadie asomaba su nariz virtual por mi web.

Y esa no es manera de vivir.

Crecer demasiado apegado a lo que sucede, y sobre todo medir nuestra valía personal a través de eso es la receta de la frustración.

Como en todos los temas importantes, es una utopía aspirar a que nuestro ánimo sea independiente de los hechos externos que nos ocurren, poner como objetivo ser tan perfectos es solamente alimentar esa frustración que intentamos derrotar, pero sí es necesario que no nos domine demasiado.

Con el tiempo aprendes a no micro-preocuparte por el día a día, sino a ver las cifras con una mira más amplia. Cuando con la perspectiva de un mes ves que la cosa ha bajado, es necesario ver qué pasa y reaccionar, pero estar pendientes de cada día e "hiper-reaccionar" ante cualquier pequeño suceso va a drenar nuestras energías muy pronto.

A esto ayuda tener otra vida aparte de nuestro negocio.

De hecho uno de mis objetivos con mi iniciativa (que me encanta) es que cuando se asentara me dejara tiempo, dinero y libertad para seguir otras pasiones y proyectos personales.

Cuando te pones en marcha la empresa es como un bebé y va a necesitar hasta el último de nuestros segundos, pero en cuanto podamos hay que desconectar los fines de semana, dedicarnos a otras cosas, no perder nuestra vida social, nuestros hobbies y cultivar otras pasiones.



Todos tenemos semanas de esas que mejor que no nos hubiéramos levantado, pero no podemos dejar que nos dominen, demos un paso atrás, veamos cuál es realmente la situación y que no nos arrastren los acontecimientos. Un par de días sin ventas o un correo furibundo de un cliente nos pueden amargar la existencia, lo sé por experiencia, pero con el tiempo y perspectiva el 90% de esas cosas tan malas que nos imaginamos no acaban sucediendo, así que mejor poder dar siempre un paso atrás y no apegarnos demasiado a lo que sucede a corto plazo.

¿Mejor emprender solo que mal acompañado?

Cuando el primer borrador de este material llegó hasta un grupo de usuarios de Recursos Para Pymes, enseguida llegaron mensajes sobre un tema importante: los socios y el emprender solo o acompañado, por eso he querido dedicar unas líneas con mi experiencia personal.

Yo decidí caminar solo, pero he visto multitud de emprendedores que eligieron ambos caminos.

¿Cuál de las dos opciones es mejor?

Puede poner los ojos en blanco con mi respuesta, porque es una de esas donde se dice que no hay respuesta buena y todo depende, sí, sé que es frustrante y una salida fácil, pero es la única real.

Caminar solo puede tener un aura romántica y de libertad, pero no está exenta de pagar un precio. Tienes menos recursos, tantos financieros, como de red social, además de que a la hora de tomar decisiones y emprender tareas cuesta más, ya que no tienes perspectiva externa (algo muy importante) y no tienes a alguien que te incentive a actuar.

Muchas veces estar solo y no responder ante nadie hace que dejemos las cosas para mañana o nos pongamos excusas para evitar situaciones incómodas, como salir a vender cuando no nos apetece.

Si alguna vez se ha apuntado a un gimnasio o ha emprendido otra actividad que requiera



cierto hábito habrá comprobado que si se compromete a hacerla con otra persona, va a ir más veces a ese gimnasio que cuando está solo, una veces tira del carro uno y otras veces tira del carro otro, pero si se ha comprometido con alguien más para hacer algo, fallará menos.

En general emprender solo es un camino más arduo, **personalmente recomendaría que no lo hiciera** (efectivamente, no tengo ningún complejo en recomendar lo contrario de lo que yo hago), y más si no es una persona inclinada a hacer cosas por uno mismo y a soportar la presión de estar solo (que es bastante, ya que por naturaleza somos seres grupales y de hecho tememos más a la soledad que a la muerte¹) **sin embargo hay un gigantesco PERO en esto de juntarnos con alguien.**

Ese pero es que **lo haga sólo con socios que conozca bien y con los que esté seguro de que es compatible** a la hora de trabajar, tomar decisiones y **que compartan una visión común** tanto de dónde quiere llevar la empresa, como de los principios básicos que van a guiar a la misma.

No quiero parecer melodramático, pero asociarnos es más serio que casarse, porque de hecho es muy posible que pase más tiempo con esa persona que con la que se casó, va a haber tiempos muy duros y va a haber discusiones. Muchas y amargas.

De hecho, y como es así, yo personalmente tengo la regla de oro de no mezclar negocios y amigos, no porque sea más sabio que nadie, sino porque soy más cobarde y prefiero no perder a alguien cercano (el dinero es mucho más común y sencillo de ganar que un buen amigo). Además con un amigo es mucho más difícil mantener el ideal de que "*son sólo negocios*" y que cuando cerremos la puerta para ir a casa todo se queda en la empresa. No va a ser así.

Igualmente como el socio tenga una visión distinta de la empresa y sus principios rectores, preparémonos para pelear con molinos de viento, como si vender y gestionar no fuera ya bastante difícil.

El socio va a poner dinero y trabajo, con lo que va a querer que las cosas se hagan a su

1 No es broma, está demostrado en muchos estudios que el principal miedo de las personas es la soledad.



manera, automáticamente pierdes libertad de acción, añades presión porque van a querer ver resultados y algunos pueden ser un verdadero grano en el culo.

En toda organización sucede que **cuando hay tiempos de crisis es la vertiente radical la que se impone.**

Desgraciadamente eso significa que se hace lo que dice quien grita más, y no quien tiene los argumentos más sensatos.

Si usted tiene la capacidad de enfrentamiento, no le importa dar puñetazos en la mesa o es un excelente negociador, es posible convivir con socios que no tengan exactamente la misma visión mientras seamos nosotros los "alfas" de la manada.

Pero como no sea así, he conocido emprendedores, alguno de ellos muy cercano, que tienen la vida más que amargada porque buscando la libertad propia, por culpa de con quien se han asociado se han encerrado en una cárcel que ellos mismos construyeron, lo cual aumenta su sensación de frustración y fracaso.

En serio, es mejor empezar acompañado, pero solamente cuando el socio es el realmente adecuado, o bien cuando sabemos que vamos a tener la mano dominante en la mayoría de situaciones tensas (sé que no queda bien decirlo, pero estamos hablando desde un punto de vista pragmático), si no, es mejor empezar solo y quizá más adelante asociarnos.

Volviendo al símil del matrimonio, nadie (casi) en su sano juicio se comprometería con la primera o primero que conociera de un par de días, sin embargo sí he visto que ocurre en el caso de asociarse, lo cual es curioso porque, de veras, que es una situación más exigente que el matrimonio.

Vender no es malo, en serio

Este es un problema de mentalidad que yo tenía al principio y que resulta que es bastante común en algunos emprendedores. La creencia de que vender es algo con connotaciones negativas y que de hecho ser vendedor es una de las formas de vida más bajas que nos podemos encontrar.



Lo cierto es que si somos emprendedores estamos en el negocio de vender lo que hacemos, así que vamos a tener que vender y si tenemos algún reparo con esto nos vamos a estar saboteando y poniendo excusas constantemente con el tema, lo iremos dejando, no empujaremos lo suficiente y al final nos va a acabar afectando a los resultados.

Si hay algún rastro de esa mentalidad en nosotros, hay que barrerla fuera.

Esto se hace poniendo en perspectiva las cosas.

Por ejemplo, cuando baja a comprar el pan no espera que se lo den gratis, lo paga sin ningún problema ¿no?

Pues igual nosotros. Si creemos que estamos dando algo de valor lo normal es querer recompensa.

Al final del día tenemos que vivir y pagar las facturas, si nos ganamos la vida honradamente, nuestros clientes y su bienestar nos preocupan y nos esforzamos por hacerlo bien, merecemos que nos paguen por ello.

De hecho si tenemos algún rastro de la mentalidad de "vender es malo", es muy posible que sea porque albergamos un complejo de que no somos suficientemente buenos o no damos un servicio lo bastante adecuado.

La mayoría de veces basta darse una vuelta por unos cuantos negocios para darse cuenta de que nos tratan como un número, la mayoría de gente que nos atiende no quiere estar allí y que, realmente, les importamos un pimiento, especialmente en cuanto les hemos dado el dinero.

El secreto es que, aunque no lo creamos, muy probablemente estamos dando un servicio mucho más decente que la mayoría.

De hecho si está leyendo esto es porque le preocupa que su iniciativa vaya bien, le preocupa tener más clientes, mejorar en lo que hace... eso ya le diferencia (se lo aseguro) de la gran mayoría de gente que trabaja en una empresa (y he visto muchas).



Sí, es cierto que asumimos que todos los vendedores son como esos que nos hacen sonar el teléfono a la hora de la siesta o nos agobian para encasquetarnos algo que no necesitamos (y con claras muestras de que sólo les importa nuestra tarjeta de crédito, no nosotros) pero muchos emprendedores sólo somos alguien que intenta ganarse la vida honradamente y que le preocupa resolver problemas y dar un buen servicio para poder vivir y por las noches poder dormir a pierna suelta.

Reestructure esa creencia si es que sospecha que la tiene, repase otra vez lo que ha leído, mire a su alrededor ¿espera acaso que la compañía de la luz se la regale este mes? Porque hasta que no sea así, vamos a tener que vender...

Y no, no es malo.

Todos tenemos miedo

Ser emprendedor es empezar un viaje teniendo de compañera a la incertidumbre.

¿Y cuál es uno de los miedos más arraigados en las personas? El miedo a lo desconocido.

Si somos funcionarios sabemos que tenemos nuestra nómina a fin de mes, si somos emprendedores no sabemos ni dónde vamos a estar dentro de tres días.

Literalmente nos estamos lanzando de cabeza a una de las cosas que, por naturaleza, más tememos.

Así que sí, todos tenemos miedos. A que esto no funcione, a que no pueda mantener a mi familia, a que me quede en la calle algún día.

Pero no sólo eso, sino que ser emprendedor implica también girarse y dar la cara al resto de miedos más profundos: el fracaso y la crítica.

Así que si tiene miedo, es normal, y si alguien le dice que no lo tiene, es porque miente o porque no está bien de la cabeza. Como dice el proverbio: cuando mantienes la cabeza fría



cuando todo el mundo entra en pánico... es porque no te estás enterando de lo que sucede.

Así que sí, da miedo, pero no crea que lo digo por asustar y que dé media vuelta, la conclusión principal de este libro es que MERECE LA PENA. Y MUCHO.

Y como todo lo que valoramos de verdad y merece la pena en esta vida, cuesta de conseguir.

Llega un momento en todos tenemos que elegir entre la pastilla roja o la azul. Entre los sueños y la seguridad. No son compatibles.

Así que si queremos crear algo propio, si queremos hacer realidad lo que tenemos en la cabeza, le vamos a tener que dar la mano al miedo, y caminar con él.

Porque en serio que todo lo dicho aquí no tiene la intención de disuadir, simplemente tiene la intención de decir lo que no se suele oír, cómo son las cosas en realidad, y comentar qué es lo que mejor me ha funcionado para el camino, desde la sordera hasta los contactos pasando por el desapego sano de lo que suceda día a día.

No es fácil, porque nada que es divertido es fácil, y si aún con todo esto está tan loco como para intentarlo (e incluso le han dado más ganas todavía), bienvenido, está en buena compañía y no, no hay cinturón de seguridad, así que no perdamos tiempo en buscarlo.

Para terminar, simplemente citar una de las frases que mayor impacto me han causado, es lo que tienen las verdades como puños.

"El mejor momento para hacerlo era el año pasado, el segundo mejor momento es AHORA" (Seth Godin)

¿Quiere más?

De veras que me alegraría si este material le ha sido útil, por eso si quiere permanecer en contacto y recibir más información práctica, vaya a la [página donde descargó este material](#) y **apúntese al boletín de estrategia si no lo ha hecho**. No hay compromiso, ni coste, ni nada



parecido, además de que su correo se respetará, se lo aseguro (recibiendo diariamente casi mil mensajes de Spam le aseguro que no hay nada que aborrezca más).

<http://www.rekursosparapymes.com/confesiones/>

Además en el blog de Recursos Para Pymes hay contenido como para ocupar varios libros sobre el tema del Marketing, ser emprendedor, etc. Me es difícil seleccionar sólo algunos artículos, pero he aquí algunos de los que, personalmente, le recomendaría que no se perdiera.

10 errores cometidos por emprendedores que empiezan

<http://www.rekursosparapymes.com/10-errores-cometidos-por-emprendedores-cuando-estan-empezando/>

Cómo ganar dinero siendo emprendedor (partes 1 y 2)

<http://www.rekursosparapymes.com/como-ganar-dinero-siendo-emprendedor/>

<http://www.rekursosparapymes.com/como-ganar-dinero-siendo-emprendedor-parte-2/>

Las 13 cosas que Paul Graham le diría a un emprendedor

<http://www.rekursosparapymes.com/las-13-cosas-que-paul-graham-le-diria-a-un-emprendedor/>

El emprendedor y el riesgo

<http://www.rekursosparapymes.com/el-emprendedor-y-el-riesgo/>

Y por supuesto sería un mal emprendedor si no le dijera que En Recursos Para Pymes hay **productos de información y software** que, de veras, creo que la van a ayudar a conseguir más resultados a la hora de vender, con lo que le invito a que **eche un vistazo**.

Si le ha sido útil o si cree que alguien podría beneficiarse de este material, por favor, puede compartir enlazar o enviar este material, lo único es que, por favor, no lo altere ni venda por un precio.