

Negocios en la Era Digital

Experiencias reveladas de
los líderes de la industria

Diagramación
Giancarlo Rodríguez

Corrección de Estilo
Mariela Vargas Ostos

Copyright 2014 Barco Enterprises LLC

Impreso por CreateSpace

Prohibida la reproducción total o parcial de este libro. Prohibida la exhibición de este libro en cualquier plataforma digital sin autorización de los autores.

Índice

Introducción	7
<hr/>	
“Cómo Descubrir la Riqueza Oculta en Su Negocio” <i>Por Álvaro Mendoza</i>	11
<hr/>	
Érase una vez Por Luis Eduardo Barón	37
<hr/>	
“Los 10 Mandamientos para Atraer Más Clientes” Por Mario Corona	59
<hr/>	
Mis Manos estaban Sudando de Nuevo <i>Por Javier Hernández</i>	81
<hr/>	
UN AUTOR Antes y Después de la Era Digital Por Diana Rochin	105
<hr/>	
Cómo Capitalizar las Redes de Mercadeo en la Era Digital Por Roberto Pérez Pérez	129
<hr/>	
¿Por qué Apostarle a la Era Digital? Por Carlos Montenegro López	155
<hr/>	
“Tener un Negocio Sin Dejar Tu Empleo Ahora es Posible Gracias a Internet” Por Óscar Vega	169
<hr/>	
¿Cómo la Cadena de Valor Influye en la Rentabilidad de una Organización? Por Víctor Plaza	179
<hr/>	
El impacto de Internet en nuestras vidas Una historia real Por Daniel Marcos	201
<hr/>	
Cómo utilizo Internet en mi negocio inmobiliario Por Rodrigo Chicharro	223

Introducción

Nada ha sido lo mismo desde el surgimiento de Internet y lo que llamamos la Era Digital, los avances, los cambios, la innovación que se ha generado en estos 25 años supera a todo lo realizado en millones de años de historia de la humanidad, pero estamos seguros que en los próximos 10 años habremos superado los avances logrados en el último cuarto de siglo.

Seguramente estarás leyendo este libro en un dispositivo digital, algo que no existía hace unos años, como no existían los teléfonos inteligentes, las cámaras digitales, las impresoras 3D, los televisores plasma y tantos otros “aparatos” que han llegado para cambiar la vida de quienes los usamos.

Pero lo importante de esta nueva era, ha sido la aplicación de estas tecnologías a los negocios, desde los tradicionales a los especializados. Ya el fotógrafo del parque quedó atrás, ahora la fotografía ha tomado otra dimensión, del rollo de película a unos y ceros, los autores no dependen de una editorial o los músicos de una casa disquera, ahora todos somos medios de comunicación, imprimimos libros bajo demanda o los publicamos en plataformas como Amazon Kindle, nuestras canciones se pueden vender en iTunes y nuestros videos tienen más audiencia en YouTube que en la televisión comercial, todo gracias a esa revolución digital que ha cambiado nuestra forma de pensar y de hacer negocios.

El mundo cambió y un grupo de visionarios ha querido plasmar sus historias en este libro para contarte amigo lector, cómo puedes sacar provecho de estos cambios en tu negocio. Desde apuestas, inversiones o negocios de multinivel a consultores y autores, pasando por negocios tradicionales o de *marketing*, todos han dejado sus experiencias plasmadas

en este relato que nació en la conferencia más importante de negocios por Internet de habla hispana, “Los Maestros de Internet”, fue ahí donde decidimos lanzar este libro e invitar a algunos emprendedores a que compartieran las experiencias que los han convertido en expertos en sus respectivos nichos de mercado.

Cada uno de ellos está aquí porque ha logrado alcanzar ser el líder de su industria y quiere que tú también lo seas.

Disfruta este libro que está lleno de anécdotas, información útil, pero sobre todo de la experiencia real de personas reales, de carne y hueso, que han visto en el mundo de Internet una manera de hacer negocios y diferenciarse de los demás.

La Era Digital llegó para quedarse, de ti depende sacar provecho de la misma y en estas páginas seguramente encontrarás la motivación para tomar acción y vivirla.

Álvaro y Luis Eduardo

Si quieres conocer más puedes visitar:
www.losmaestrosdeinternet.com/eradigital

“Cómo Descubrir la Riqueza Oculta en Su Negocio”

Por Álvaro Mendoza

Muchos me conocen como “El Padrino” del *marketing* y los negocios por Internet y se debe a que llevo –activamente– en este mundo de los negocios digitales desde el año 1998 y prácticamente he apadrinado a muchos de los expertos hispanos que seguramente usted conoce.

Empecé cuando el hacer negocios por Internet era una labor realmente titánica. No había modelos a seguir. No había casos de éxito. No contábamos con todas las herramientas con las que contamos hoy en día. No existían las redes sociales, ni YouTube, ni Google, ni Facebook, ni la tecnología actual. Y, aún así logré que mi emprendimiento se convirtiera en todo un éxito y el punto de referencia para muchos emprendedores digitales.

Muchos me preguntan cuáles son los secretos de mi éxito y si bien escribí un libro al respecto en donde hablo de la constancia, de la perseverancia, de pasar a la acción y demás, lo que verdaderamente es el causante de mi éxito es el hecho de haber descubierto el *marketing de respuesta directa*. Ya más adelante le contaré qué es eso y por qué ha de importarle.

Es por eso que en este capítulo de este libro quiero hablarle sobre el *marketing*, en concreto el *marketing* de respuesta directa, pues este tipo de *marketing* es el que aplico en mis negocios y es el que me ha permitido descubrir y cultivar

los principales activos que tengo en mi negocio: mis clientes actuales y mis clientes potenciales.

Cuando recibo la consulta de un cliente cuyo negocio está sufriendo, él o ella –invariablemente– me dirán que ofrecen grandes productos y un maravilloso servicio, pero el problema radica en que no consiguen bastantes personas que visiten su negocio o sitio web.

Ahora bien, piense en ello.

¿Cuáles son los diferentes caminos por medio de los cuales usted puede hacer crecer su negocio?

La respuesta parecería bastante complicada, pero en realidad es muy simple. Efectivamente, después de estudiar los negocios –dentro y fuera de Internet– he descubierto que hay 3 caminos, y sólo 3 caminos para que usted pueda hacer crecer cualquier empresa.

Si quiere, puede luchar contra este concepto (y probablemente vaya a la quiebra); o usted puede adoptarlo a su propio sistema de *marketing*.

Le aseguro que, solamente conociendo los 3 modos de hacer crecer su negocio y poniéndolos en práctica, le será posible disfrutar de seguridad y paz mental, sin necesidad de preocuparse por la economía “inestable” de hoy.

Por lo tanto, aquí tiene la fórmula de negocios en tres pasos:

Primer paso: Vaya a buscar más clientes nuevos.

Segundo paso: Aumente el valor de lo que compran sus clientes.

Tercer paso: Haga que los clientes que ya han comprado vuelvan a comprarle una y otra vez... una y otra vez.

En resumen, consiga más clientes, que le compren más y que le compren más seguido.

Como puede ver, esta es una fórmula bastante simple. Sin embargo, si piensa en cada oportunidad en la que tomó una decisión de *marketing*, encontrará que todo lo que usted hace actualmente fallará en la práctica, si le falta uno o dos de estos pasos.

Aquí está lo más importante que se debe saber:

La gran mayoría de los emprendedores gastan la mayor parte de su publicidad y dinero destinado al *marketing* en el primer paso, que trata de atraer más clientes nuevos.

Ahora bien; no voy a decirle que tiene que dejar de conseguir más clientes nuevos. Cada negocio necesita un suministro permanente, para sustituir a los que se van perdiendo. Porque incluso si usted hace todo perfectamente, igual perderá algunos clientes y tendrá que sustituirlos.

Pero –y esto es un problema grandísimo–, es mucho, pero mucho más costoso atraer a un nuevo cliente, que conseguir que vuelva un cliente anterior.

En efecto, después de numerosos estudios de *marketing*, se ha llegado a la conclusión de que, por regla general, es 6 a 10 veces más costoso atraer a un nuevo cliente a su negocio, que conseguir que vuelva un cliente anterior.

Es tan importante esto, que quiero ponerlo en verdaderos

dólares y centavos para asegurarme que usted comprenda muy bien este concepto. Digamos que usted contrata un anuncio en su periódico local o hace una campaña en Google Adwords o en Facebook y esto le cuesta 250 dólares.

Ahora pensemos que usted es muy afortunado y cinco nuevos clientes entran en su sitio web como consecuencia de ese anuncio. Esto le costó exactamente 50 dólares (250 dólares divididos por 5) por cada uno de sus nuevos clientes.

Si toma esos mismos 250 dólares y usa todo eso para enviar un correo a clientes anteriores, usted conseguirá 6-10 veces esa respuesta. O, dicho en otras palabras, 30 a 50 de sus clientes anteriores volverán a su negocio y le comprarán.

Ahora, déjeme hacerle otra pregunta:
¿A quiénes preferiría usted?

¿A cinco clientes nuevos en su negocio o 30-50 clientes de los anteriores que vuelven a su negocio, que ya lo conocen y confían en usted?

Desde luego, usted preferiría tener los 30 a 50 clientes anteriores.

Efectivamente, en varios estudios, se ha determinado que un cliente anterior gastará, por regla general, 2 veces más que un cliente nuevo que compra por primera vez.

Como usted claramente puede observar, el primer cliente más fácil para que entre en su tienda o sitio web, es el cliente anterior.

Pero esto no sucede automáticamente.

Como sabemos, los clientes frecuentemente no hacen lo que nosotros queremos que ellos hagan: Ser clientes “leales” y que vuelvan más a menudo.

¿Por qué piensa usted que los clientes no vuelven?

Una importante empresa de investigación encuestó a más de 2,000 personas y les preguntó por qué habían dejado de hacer compras donde lo hacían antes. Aquí están los resultados:

- El 9 por ciento dijo que se había marchado porque encontraron un competidor que les gustó más
- El 9 por ciento dijo que dejaron de comprar porque habían cambiado de residencia.
- El 14 por ciento había dejado de comprar porque presentaron quejas que no fueron resueltas.
- El mayor porcentaje, de **68 por ciento** dijo que ellos no dejaron de ir debido a ninguna razón especial, sino porque, simplemente, ¡se habían olvidado de usted!

Imagínese... El 68 por ciento no había vuelto, simplemente, porque se olvidaron de usted.

¡Ellos se olvidaron de volver y usted no los recuerda!

Por eso, uno de los más grandes errores de *marketing* que cometen los emprendedores, es no tener un “sistema de hierro”, verdaderamente adecuado, que les permita recoger toda la información de los usuarios y “mantenerse en contacto” con sus clientes anteriores para recordarles que deben volver a su negocio.

El segundo cliente más fácil de atraer a su negocio

¿Ha necesitado alguna vez hacer un arreglo en su automóvil y quiso encontrar el mejor taller de mecánica?

¿Se ha fijado si en su periódico local había un anuncio de algún taller que reparara autos?

¡Probablemente no!

¿Buscó en las páginas amarillas para encontrar un taller de reparaciones de autos en su área? Bueno, eso podría ser, pero pocos lo hacen bien.

¿Qué hace la mayoría de la gente?

Le pregunta a un amigo, un familiar o a un compañero de trabajo, el nombre del taller de autos en donde ellos reparan el suyo, y si están o no satisfechos con el trabajo y con el servicio que le dan al cliente.

¿Qué tiene que ver todo esto con la venta por Internet y su capacidad para obtener fácilmente más clientes nuevos?

¡Absolutamente todo!

Ahora lea bien, porque estos son los hechos.

Sólo cerca de un tercio de sus “nuevos” clientes visita su sitio web debido a su *marketing* y esfuerzos publicitarios.

¿Eso quiere decir que ellos deciden hacer las compras en su comercio como consecuencia de algún anuncio que hayan visto u oído en su periódico, radio, tv, o quizás, en una valla publicitaria? No.

Entonces, ¿de dónde vienen las otras dos terceras partes de sus nuevos clientes?

Pues bien, varios estudios realizados, han probado que, lo mismo que en el taller de reparación de autos –y la mayor parte de los otros negocios–, aproximadamente las dos terceras partes de todos los nuevos clientes llegan como consecuencia de una referencia (recomendación) de un amigo, de un compañero de trabajo, o de un pariente.

Y, ¿por qué esto es tan importante para su negocio?

Por cuatro grandes motivos:

Ante todo, el que llega recomendado por alguien, es el segundo cliente más fácil para venderle (el segundo después del todopoderoso cliente actual).

Piense en ello. Siempre que usted sea lo bastante afortunado como para conseguir una referencia para sus negocios, y si tiene lo que ellos quieren, ellos le comprarán a usted, más que complacidos. Al mismo tiempo, ellos estarán mucho mejor predispuestos a comprar otros productos, además del producto primario que entraron a comprar.

¿Por qué?

Porque ellos entran a su sitio web o empresa con una actitud “psicológica” de compra muy importante y que es, simplemente, **confianza**.

En primer lugar, ellos ya confían en usted, porque ellos se fían de la persona que los mandó, y usted puede capitalizar eso.

En segunda instancia, ellos son “nuevos” clientes. Y, como mencioné en la primera parte de este artículo, usted tiene que

seguir suministrando nuevos clientes a su tienda, para sustituir a los que pierde, sea esto por culpa suya, o no. ¡Hay muy pocos negocios que pueden sobrevivir sin nuevos clientes!

Y el tercer motivo es que, ya que ellos fueron enviados por una persona que los recomendó, cuesta menos adquirir esos nuevos clientes de esa forma, que con una publicidad cara y tradicional como la del periódico, la radio, o la televisión. Finalmente, como un bono de obsequio, ellos, con mayor probabilidad, le mandarán a sus amigos, compañeros de trabajo y parientes, así como alguien los mandó a ellos.

¡Es muy sencillo conseguir recomendaciones! Conseguir que sus clientes habituales le manden a su negocio a sus amigos, compañeros de trabajo y miembros de familia, es casi como un juego de niños.

Aquí tiene una fórmula muy simple: Todo lo que usted tiene que hacer es proporcionar a sus clientes de siempre los mejores productos, a un buen precio, brindando, al mismo tiempo, el mejor servicio.

De esa manera, cuando ellos se marchen, no podrán esperar para decirle a todos y cada uno, la maravillosa tienda que usted tiene. ¿Vio que le dije que era muy simple?

Pues no... ¡es incorrecto!

Yo no digo que usted no necesite tener excelentes productos a un valor real, o que no debe poner lo mejor de sus esfuerzos para atender a sus clientes.

Pero, sin embargo, esto es lo que pasa en la realidad: Cuando sus clientes dejan su tienda, ellos no comienzan a buscar a todos

sus conocidos para hablarles sobre la estupenda experiencia que han tenido en su negocio.

No es que ellos no hayan tenido una estupenda experiencia. No es que ellos no quieran comentarlo con cada uno.

Pero, sin embargo, esta es la fría realidad:
Ellos están ocupados. Yo estoy ocupado. Usted está ocupado. Todos estamos ocupados.

Y cuando sus clientes dejan su tienda, asumen sus vidas ocupadas y ellos prefieren cuidar de sus propias prioridades.

Tal vez ellos tienen que recoger a los niños en la escuela. Tal vez ellos tienen que volver para trabajar y terminar aquel gran proyecto. Tal vez ellos tienen que llegar a sus casas y preparar la cena. Tal vez - tal vez - tal vez.

Todo es “tal vez”. Pero seguramente lo que no está entre sus prioridades de “cosas que tienen que hacer”, es comenzar a decirle a cada uno lo maravillosa que es su empresa.

Y esto es lo que muy pocos comerciantes alguna vez comprenden sobre la estimulación que hay que brindarles a los referentes.

Ya que las referencias raras veces se dan –a no ser por casualidad–, usted tiene que hacer que ocurran. Y el mejor modo de que ocurran, es con un... Programa de premios o recompensas por recomendar a un cliente.

Para poder llevar a cabo esta poderosa y nueva estrategia para la adquisición de un cliente, usted tendrá que usar ciertas herramientas, como formularios de referencias y una serie de cartas para enviar a todos sus nuevos prospectos, con la idea de

captarlos para su negocio.

El tercer cliente más fácil de atraer a su negocio

¿Conoce usted los terceros clientes más fáciles para llevar a su sitio negocio?

Pues bien, antes de que usted los ignore como algo sin importancia, déjeme decirle que ellos pueden ser “un grupo muy provechoso”, como usted pronto verá.

A ver, ¿cuál es este grupo de clientes provechosos?

Si usted ha estado en el negocio por cualquier período de tiempo –digamos que, al menos, un año–, yo le garantizo que usted los tiene.

Ellos son lo que he etiquetado como... Cientes perdidos.

¡Eso es! Cientes perdidos.

Ellos son los clientes que le han hecho compras en algunas oportunidades, pero que no han vuelto dentro del período de tiempo en el cual ellos deberían necesitar sus productos o servicios otra vez.

Quiero ser muy claro en esto. Por clientes perdidos, no quiero decir que sean clientes a los cuales usted no ha vuelto a contactar una vez que ellos le compraron.

Esta gente a la que me refiero, es esa a la que usted –con mucho optimismo–, ha seguido ofreciendo sus productos y servicios, pero que, igualmente, no han respondido a sus esfuerzos.

Ahora, según el tipo de comercio en el que usted esté, el período

de tiempo en el cual usted los da como “perdidos” puede variar.

Antes que vayamos más lejos, quiero comentar algo que a menudo me cuentan cuando hablo sobre este tema.

Invariablemente, algún empresario se levanta y dice: “un cliente que no había visto durante más de cinco años, entró en mi tienda el otro día e hizo una gran compra”.

Esto va a pasar, pero... ¿adivine qué?

¡No pasa bastante a menudo! Y si usted sigue dejando que todas sus esperanzas descansen en esa posibilidad, eso le costará una enorme cantidad de ventas “perdidas”.

Entonces, ¿qué puede hacer usted con estos “clientes perdidos”?

Bien, usted podría seguirles enviando propuestas de *marketing* como ha hecho en el pasado y esperar que un día ellos vuelvan, o puede hacer algo verdaderamente astuto e inteligente y los trata como lo que ellos son... Clientes perdidos.

¿Qué es lo verdaderamente astuto e inteligente para hacer?

Ante todo, usted debería enviarles un correo especial que haya diseñado exclusivamente para ellos. Dentro de ese correo, usted tiene que asegurarse de hacerles saber que, como no los ha visto por bastante tiempo, les manda una oferta con una fecha límite de solamente dos (2) semanas para que puedan aprovechar esa oportunidad.

Pero usted no puede parar allí. De hecho, si usted hace eso, le costará mucho, como está a punto de ver.

Por lo tanto, después –justo antes de la fecha límite en la que

expira el plazo–, usted debería enviar un segundo correo a todos aquellos que no respondieron.

Esta vez debe recordarles que extraña la visita de ellos a su sitio web / consultorio / negocio, los invita otra vez a beneficiarse con su oferta, y les da dos semanas adicionales para responder, y no olvide recordarles que hace aproximadamente dos semanas usted les había mandado un correo.

Muy bien. Usted acaba de enviarles dos correos en dos semanas. ¿Qué es lo siguiente?

(Usted podrá no creer esto, pero confíe en mí durante unos minutos más hasta que yo le muestre toda la estrategia).

Usted ahora va a enviar un tercer y último correo –un día o dos antes de que el plazo del segundo envío expire–, a los que todavía no respondieron.

En esta oportunidad, usted va a recordarles que antes les envió dos correos, pero ya que su negocio y sus clientes son tan importantes para usted, va a brindarles una tercera y última oferta para que vuelvan a su negocio dentro de las próximas dos semanas.

Espere, que todavía no terminamos...

Entonces, cinco días antes de que el tercer plazo se venza, sugiero enérgicamente que vuelva a contactar a los clientes que no hayan respondido aún, para dejarles saber que usted realmente extraña la visita de ellos a su sitio web y que su oferta finalizará en muy pocos días.

¿Qué tipo de resultados debería usted esperar?

Desde luego los resultados varían, dependiendo de varios factores; y los más importantes son: el nivel de sus productos, el valor, y el servicio que usted haya ofrecido anteriormente a sus clientes.

Esta es una estrategia muy provechosa. Piense de dónde vendrán esos dólares, como algo digno de consideración. Ellos vendrán de la gente que no había respondido al *marketing* anterior, ni a ninguno de los otros esfuerzos publicitarios. Esos son los clientes que lo habían ignorado, y que, quizás, ¡hasta se habían olvidado de usted!

Pero, debido a esta promoción, que los seleccionó como los clientes que no habían estado en su negocio durante un período significativo de tiempo... ¡ellos respondieron!

A este tipo de estrategia le llamamos *marketing secuencial*, o *marketing de múltiples pasos*. En otras palabras, usted envía el mensaje a sus clientes perdidos en una secuencia de tres correos o más mensajes.

Piense por un segundo, ¡qué importante que es esto!

Si yo hubiera parado después de enviar el primer correo –como hacen la mayor parte de los emprendedores–, hubiera recibido solamente una respuesta baja a mi oferta.

Pero, como seguí con 3 correos más, fui capaz de triplicar mis resultados. Y, lo que es más importante aún: Los clientes perdidos que respondieron a los segundos y terceros correos podrían haber seguido perdidos para siempre.

El Crecimiento Exponencial de Su Negocio

Le comenté que solo existen 3 pasos por medio de los cuales usted puede hacer crecer su negocio:

Primer paso: Vaya a buscar más clientes

Segundo paso: Aumente el valor promedio de lo que compran

Tercer paso: Haga que los clientes que ya han comprado vuelvan a comprarle una y otra vez... Una y otra vez.

En resumen: Consiga más clientes, que le compren más y que le compren más seguido.

Como puede ver, esta es una fórmula bastante simple.

Sin embargo, la gran mayoría de los emprendedores gastan la mayor parte de su publicidad y dinero destinado al *marketing* en el primer paso, es decir, en buscar y atraer más clientes nuevos y descuidan -casi por completo- los otros dos pasos... que dicho sea de paso es donde se encuentra el “verdadero dinero”.

Ahora bien; no voy a decirle que tiene que dejar de conseguir más clientes nuevos. Cada negocio necesita un suministro permanente, para sustituir a los que se van perdiendo... Porque incluso si usted hace todo perfectamente, igual perderá algunos clientes y tendrá que sustituirlos.

Si bien este sistema de 3 pasos para hacer crecer su negocio de forma exponencial es muy poderoso, le garantizo que aún no ha comprendido -totalmente- a qué me refiero o al poder que dicho sistema de 3 pasos puede traer a sus negocios.

Así que quiero mostrarle algo poco tratado y muy ilustrativo de lo sencillo que es hacer que cualquier negocio crezca de forma rápida, exponencial, predecible y de forma lógica.

¿Alguna vez se ha puesto a pensar cuántas formas hay para lograr aumentar los beneficios de una empresa?

Seguramente me dirá que existen cientos o incluso miles de técnicas. Seguramente me podrá citar múltiples fuentes de información, libros, términos de moda y si recolectara todas las respuestas que me dieran, daría para escribir no solo un libro, sino varios.

¿Me equivoco? No creo.

Le tengo buenas noticias. Si bien pueden existir miles de técnicas, procedimientos, términos y teorías, solo existen tres formas de incrementar los beneficios de cualquier negocio.

¿Solo tres? Sí. Solo tres.

De allí se podrán derivar miles de técnicas y recursos, pero mientras tengamos en claro estas tres, el resto viene como algo natural.

Si usted logra captar la dimensión de las tres formas de incrementar los beneficios de un negocio y empieza a ver su negocio desde esta perspectiva, el resto será como un juego de niños.

Los emprendedores siempre tratan de romperse la cabeza y quedan enloquecidos con tanta teoría. Aplican una cosa, no son consistentes, van y aplican otra y lo hacen simplemente por que “hay que hacerlo”. Lo hacen incluso sin saber el por qué.

¿Le ha pasado? Seguro que sí.

Bueno, para incrementar los beneficios de cualquier negocio basta con:

1. Incrementar el número de clientes.
2. Incrementar el valor promedio de venta por cliente.
3. Incrementar el número de veces en que los clientes regresan para comprarle de nuevo.

Como ve son solo 3 variables.

Le garantizo que si usted empieza a ver su negocio desde la óptica de las anteriores 3 variables, cualquier esfuerzo, actividad o inversión que haga será una labor muy sencilla.

Veamos el poder de esta fórmula...

Haga el siguiente ejercicio:

Primero, calcule el número de clientes que usted tiene.

Segundo, determine el valor promedio de venta que cada cliente compra en cada transacción comercial.

Tercer y último, determine cuántas veces compra un cliente al año.

Para efectos ilustrativos, digamos que usted tiene 100 clientes. La transacción promedio es de \$100 dólares y además los clientes compran en promedio 2 veces al año, si hacemos un simple cálculo matemático verá que el número de clientes por el valor de la transacción promedio por el número de compras que le hacen al año equivale a los ingresos totales de su empresa...

Veamos:

Número de clientes: 100

Valor transacción promedio: \$ 100 dólares

Número de compras al año: 2 veces

Entonces 100 clientes x \$100 dólares que le compran en promedio x 2 veces que le compran al año, nos da un total de \$20,000 dólares al año.

Sencillo.

Mire ahora lo que ocurre cuando usted incrementa las 3 variables en tan solo un 10 por ciento.

Pasamos de 100 a 110 clientes.

Pasamos de una transacción promedio de \$100 dólares a \$110 dólares.

Pasamos de 2 compras al año a 2.2 veces al año.

Tomamos ahora una calculadora y multiplicamos 110 clientes x \$110 dólares x 2.2 veces que le compran nos da un total de \$26,620 dólares.

¿Resultado?

Un incremento del 10 por ciento en cada una de las 3 variables incrementan los beneficios en un 33.1 por ciento.

En el primer escenario teníamos unas ventas totales de 20,000 dólares al año. Si incrementamos un 10 por ciento cada una de las tres variables, el total de ventas anuales sube a \$26,620 dólares.

Hagamos otro ejercicio...

¿Qué sucederá si en vez de concentrarnos en aumentar en un 10 por ciento cada una de las tres variables, logramos aumentarlas en un 25 por ciento?

Veamos:

Pasamos de 100 clientes a 125.

Pasamos de \$100 dólares de transacción promedio a \$125 dólares.

Pasamos de un promedio de 2 compras al año a 2.5 compras al año.

Nuevamente hacemos el cálculo matemático, que por cierto no requiere ningún título de ingeniería: 125 clientes por \$125 dólares por 2.5 veces que le compran al año nos da un total de \$39,062 dólares de ventas anuales.

¿Resultado?

Un incremento del 25 por ciento en cada una de las 3 variables incrementan los beneficios en un 95 por ciento.

Si vemos con detenimiento el ejemplo inicial, los beneficios serían de \$20,000 dólares, con tan solo incrementar los esfuerzos para incrementar las 3 variables en un 25 por ciento, estamos casi duplicando los beneficios (\$39,062 dólares).

Como ve la fórmula es muy sencilla, sin embargo, los resultados son increíbles.

Concentrándose en esta sencilla fórmula los empresarios logran incrementar sus beneficios de forma exponencial.

Reflexione lo que aprendió hasta este momento.

Analice su negocio en referencia a las anteriores tres variables.

¿Qué mecanismos puede usar para incrementar el número de clientes?

¿Cómo puede lograr incrementar el valor promedio de las transacciones comerciales por cliente?

¿Cómo puede incrementar el número de veces que me compran al año?

Sin duda encontrará muchas formas.

Por mi parte, tenga la seguridad de que trataré este tema en muchas oportunidades, pues mi visión de los negocios gira en torno a las 3 variables mencionadas.

Esto no quiere decir que no haya otros aspectos a considerar, pero le garantizo que cuando yo empecé a ver mi negocio desde esta perspectiva, los ingresos económicos no se hicieron esperar. Mi crecimiento a partir de este momento es exponencial y no lineal, como muchos acostumbran ver los negocios.

Solo le doy unas pistas:

Para incrementar clientes, la clave está en la prospección, en la correcta segmentación del mercado, en el seguimiento adecuado y en la creación de sistemas de *marketing* y ventas que funcionen.

Para incrementar el valor promedio de las ventas, existen técnicas como: los *Upsells*, los *down-sells*, ventas cruzadas,

alianzas estratégicas, promociones, ofertas, *marketing de integración* y por supuesto muchas... muchas más.

Para incrementar el número de compras que efectúan los clientes, la clave está en el seguimiento, en la fidelización de los clientes y en el *marketing secuencial* de múltiples pasos, entre muchas otras...

No en vano, quienes me compran uno de mis productos, me compran el segundo, el tercero, el cuarto... Y tenga la seguridad de que me seguirán comprando. ¿O, me equivoco?

Lo importante en este punto es que usted analice su negocio, su forma de pensar y de ver las cosas desde esta nueva perspectiva

Cuando usted limita su negocio a hacer las cosas de la misma forma en que la hace su competencia, solamente podrá incrementar los beneficios económicos de forma modesta y con ligeros incrementos.

Lo que le propongo es que vea su negocio desde otra perspectiva: El crecimiento exponencial.

Deje de ser víctima de la publicidad

Si usted ha estado un tiempo en los negocios, esto ya le ha ocurrido, probablemente más de una vez. De hecho, posiblemente a menudo. Y si usted es un principiante en el mundo del *marketing* y las ventas, puede apostar lo que quiera a que, tarde o temprano, le pasará.

¿Qué es esto? Es cuando usted toma su libro de cheques del cajón de su escritorio, tiene sentado frente a usted a algún vendedor de medios de comunicación, y usted completa un cheque por una cantidad de dinero, para una especie de

promoción publicitaria, no tiene la más mínima idea de si usted tomó una buena decisión, una mala decisión, cuándo lo sabrá, si lo sabrá alguna vez, o si alguna vez lo sabrá.

Personalmente, detesto esa clase de incertidumbre. No me gusta jugar a hacer conjeturas con mi dinero, ¡y apuesto que a usted tampoco! Voy a decirle cómo eliminar esas incertidumbres y cómo hacer que cada dólar que usted invierta para la publicidad y el *Marketing* sea medible y garantizado.

¡El mejor lugar de publicidad para gastar ese dinero suyo –tan difícil de ganar–, es en el *Marketing de Respuesta Directa!*

Todas las promociones son únicamente de sólo dos tipos: “La Publicidad Institucional”, y “El Marketing de respuesta directa”. Es enormemente importante entender la diferencia, por eso se la voy a explicar en detalle.

La mayor parte de las publicidades en revistas, en los periódicos, la radio, la TV, y las carteleras o vallas publicitarias, son las de publicidad institucional. Se hace la publicidad institucional porque, en la generalidad de los casos, no hay ninguna forma de rastrear la respuesta con exactitud. A la mayoría de las agencias publicitarias les gusta este tipo de anuncios porque, sin el rastreo, ellos no pueden ser considerados como responsables si los resultados son CERO. Si una campaña de anuncios no produce los resultados que ellos quieren, dividen la culpa entre:

1. La economía.
2. El tiempo.
3. Usted no pagó para que coloquen el anuncio más a menudo.

4. USTED (su producto, su servicio, su imagen, etc.).

Usted no puede depositar “creatividad” en el banco y, lamentablemente, las agencias publicitarias están más interesadas en ser creativas y publicar lindos anuncios, que en vender.

¡Porque eso es lo que les hace ganar premios a las agencias de publicidad!

Pienso que esto es absolutamente ridículo. ¡En el campo publicitario se otorgan premios basados en la creatividad, y no en los resultados! Muchos anuncios que han sido galardonados con el primer premio, no produjeron ningún aumento sustancial de ventas.

En cambio, la publicidad de respuesta directa:

1. Contiene un título que capta a su prospecto y crea curiosidad.
2. Crea interés por sus productos o servicios.
3. Crea el deseo de compra en el prospecto.
4. Tiene una oferta específica.
5. Tiene una fecha límite de oferta.
6. Tiene resultados **medibles**.

La parte más interesante, como usted está a punto de ver, es que todos los tipos de publicidad que describo, así como todas las promociones puntuales y ejemplos que le muestro en mi Sistema de Marketing, están dentro de la categoría del *marketing de respuesta directa* y los encontrará en los seis puntos que describo a continuación.

Pero antes contestaré a esta pregunta que usted se estará haciendo: ¿Por qué esto es tan importante?

Por dos motivos:

1. La mayor parte de los negocios tienen un capital limitado para gastar en *Marketing* y anuncios, como usted, a no ser que tenga los presupuestos de las Coca-Cola o Microsoft del mundo. Ya que usted tiene un presupuesto limitado, ¿por qué lo va a desperdiciar en una publicidad que no esté seguro si funciona?

2. La única razón para que un negocio haga publicidad, es para conseguir más clientes y vender más productos. Un anuncio de respuesta directa se concentra solamente en ese objetivo.

Y ahora, vayamos a los SEIS PUNTOS que debe contener su mensaje:

1. Primero, contiene un titular que capta la atención del cliente específico que usted quiere captar.

2. Esto es porque usted puso un anuncio completo y convincente de su oferta.

3. Después, le demuestra que la adquisición de su oferta solucionará algún problema en la vida del cliente o le proporcionará alguna ventaja valiosa.

4. El anuncio explica los motivos específicos, hechos, y las estadísticas, así como referencias de otros clientes para avalar lo que usted ofrece.

5. Luego le demuestra por qué es posible para usted hacer una oferta tan atractiva.

6. Entonces le dice al cliente qué debe hacer para ganar las ventajas de la oferta.

Como puede observar, esto crea “la urgencia”, si se le dice al cliente que él debe actuar AHORA para ganar esas importantes ventajas, y por qué esa oferta es tan limitada, ya sea de tiempo, o por la cantidad disponible.

Finalmente, este anuncio debe contar con una forma efectiva para que usted pueda rastrear exactamente qué ventas o clientes fueron generados según ese anuncio en particular.

Ahora que he definido para usted la diferencia entre la publicidad de respuesta institucional y la de respuesta directa, aquí está la gran pregunta que tiene que hacerse, antes de que usted piense en los pasos a seguir.

¿La publicidad que usted hace actualmente, reúne los seis criterios que perfilé más arriba?

Si es así, entonces soluciónelo tan rápidamente como le lleve decir: “¡Rechazo totalmente ser otra vez una víctima publicitaria!”

Usted No es Su Cliente

¿Qué es lo que significa exactamente esto de que “Usted no es su cliente”?

Demasiado a menudo, los propietarios de negocios creen que ellos piensan del mismo modo que sus clientes:

Ellos asumen que ofrecen el tipo de productos o servicios que sus clientes quieren.

Ellos asumen que proporcionan la calidad de servicio que sus clientes desean.

Ellos asumen que se comunican con sus clientes –por medio de los anuncios de *Marketing*– de la misma forma en que ellos desearían que les informaran.

Déjeme hacerle una pregunta, pero le pido que me prometa que la contestará con toda franqueza. Me gustaría saber cuántas veces le han presentado u ofrecido un producto o una idea y usted ha respondido:

“Yo conozco a mis clientes y ellos nunca comprarían eso”.

O, “yo sé que mis clientes no pagarían tanto por ese producto”.

O, “yo conozco a mis clientes y ellos nunca responderían a ese tipo de publicidad, porque son demasiado sofisticados”.

¿Algo de esto le suena familiar?

¡Recuerde que usted prometió ser honesto en las respuestas!

El punto al que quiero llegar es que es muy peligroso continuar siempre un mismo camino, sin estar dispuesto a intentar nuevas ideas; pero, mucho más peligroso aún, cometer el gran error de creer que usted es su cliente.

Álvaro Mendoza es dueño de MercadeoGlobal.com desde donde ayuda a emprendedores y dueños de negocios a generar más prospectos, cerrar más ventas y hacer crecer sus negocios para que puedan disfrutar la vida que quieren vivir.

Érase una vez

Por Luis Eduardo Barón

Son las 12 de la noche del 24 de abril y 583 personas se habían matriculado al Máster Para Emprendedores, llamé a Álvaro a pedirle consejo si dejaba abiertas las matrículas unos minutos más de la hora de cierre. “Déjalo hasta que veas que ya no se vende más”, me dijo. Después de medianoche las ventas seguían entrando hasta llegar a 604 alumnos para el Máster y 74 para Dobra Tu Productividad. Este fue sin duda uno de los mejores lanzamientos del año, pero esta historia había empezado unos años antes.

En el verano de 2009 comencé a realizar uno de mis sueños, escribir un libro que pudiera sembrar el mensaje de creación de negocios. Yo soy un convencido de que mi historia de éxito y mi experiencia con mi propio negocio debían servir de inspiración a otras personas. Comencé a escribirlo y llegué al capítulo cuarto, pero algo me estaba haciendo falta, me hacía falta la conexión con el lector, “¿cómo podría yo saber qué pasaba con la persona que comprara el libro?”, esa era la pregunta que me daba vueltas en la cabeza.

Dicen que cuando el alumno está listo, el maestro aparece. Alguien me habló de Álvaro Mendoza, “es la persona que más sabe sobre Internet y vive en tu área”, me dijo un amigo, así que comencé a buscarlo en Google y ese día, casualmente el de su cumpleaños 44, vi sus videos desde las 9 de la mañana hasta las 10 de la noche. Al final del día tenía mi cuenta de Twitter para sorpresa de mis hijos y tenía una idea clara de lo que quería. Yo soy de esas personas que creen que no hay límites, que simplemente hay que pararse de la silla y hacer las cosas, tomar acción. El lunes llamé a Álvaro a su oficina y pocos días

después nos reunimos a almorzar, terminamos a las 7 u 8 de la noche, algo que se ha vuelto común en nuestros encuentros maratónicos. Al conocer mi caso, su respuesta fue rotunda, “debes llevar ese mensaje por Internet”, lo que pasó desde ese día hasta la fecha ha sido la misma constante, aprender, aprender y aplicar.

El mundo de Internet supo de Luis Eduardo Barón un 22 de marzo de 2011 con mi primer lanzamiento y desde ese día he desarrollado varios productos y programas que me han llevado a convertirme en poco tiempo, en uno de los referentes del mercadeo en línea y mi mensaje de tener un millón de millonarios en el mercado hispano se ha ido disseminando entre las personas que he logrado influenciar.

Soy un convencido de que Internet es la herramienta más poderosa que se ha inventado para ayudar a generar ingresos a emprendedores en todas partes del mundo con recursos que hasta ahora habían sido solo para las grandes compañías. Internet democratizó la información, pero solo un pequeño número de personas han logrado comprender realmente para qué sirve, cómo pueden usarlo para generar riqueza, para llevar sus negocios a través de la “Era Digital”.

Mi mundo de papel

Para aquellos que no me conocen les cuento brevemente mi historia, nací en Colombia, estudié arquitectura, trabajé en medios de comunicación desde los 13 años y un día mi esposa, con la visión que caracteriza a las mujeres, me propuso irnos a vivir a Estados Unidos. Colombia vivía una etapa difícil, con inseguridad y descomposición social a la que se agregó una profunda crisis económica. Era un momento en el que muchas personas dejaron el país en busca de mejores oportunidades y nosotros con tres niños pequeños pensábamos que debíamos

darles a nuestros hijos esa oportunidad en un ambiente más seguro.

Dejamos el país con el deseo de regresar en un año, pero al llegar nos dimos cuenta que en el país donde todo está hecho, las cosas estaban por hacer. Vimos cómo había posibilidades de negocios en una economía muy estable y boyante como la que se vivía a finales de los años 90 en pleno *boom* de Internet.

Algunos meses más tarde decidimos quedarnos un tiempo más, arreglamos los asuntos migratorios y comenzamos una revista modesta un año después. En un sitio con una población hispana pequeña y con dos competidores con años de existencia, el panorama no era el más claro y peor aún sin tener el idioma, las conexiones y el historial de crédito que en Estados Unidos es fundamental para cualquier transacción comercial.

Ir a la biblioteca casi todos los días se había convertido en mi rutina diaria, los libros de Brian Tracy sobre ventas, las revistas de todo tipo, en especial las de emprendimiento, eran mi lectura favorita combinada con audios de inglés y superación personal. Mi auto se convirtió literalmente en una biblioteca rodante. Por mi trabajo tenía que recorrer varias millas al día visitando clientes y mi acompañante era Og Mandino, o Zig Ziglar y mi inseparable Brian a quien le debo mucho de lo que soy.

Mi máxima era hacer las cosas mejor de lo que ya existían y mi filosofía que es la misma que me ha acompañado en toda mi vida empresarial, “si a mis clientes les va bien, a mí me va mejor”.

No fue fácil, mi esposa -socia en esta aventura- vendía y repartía la revista, y mis hijos de 9, 8 y 3 años ayudaban a entregarla el primer domingo del mes en las iglesias. Yo me había convertido en el C.E.O de una empresa, lo que no sabía era que C.E.O en

mi caso significaba, *Chief Everything Officer*, es decir, lo que llamamos nosotros “Toderó”, el que vendía, escribía, repartía, llevaba la contabilidad, tomaba las fotos y tenía la capacidad de ver el futuro del negocio.

Fueron tiempos muy hermosos, nos unimos mucho como familia, recuerdo que mi hija pequeña todos los meses preguntaba, “papá, ¿esta es la última revista?”. En poco tiempo la publicación se convirtió en la número uno del área y mi afán siempre por mejorar me llevó a asistir a ferias y hacer parte de la Asociación de Publicaciones Hispánicas. Allí aprendí más y cuando llegué a su junta directiva con la idea de absorber la experiencia de colegas que llevaban años en el negocio, me di cuenta de que mi aporte era igual o más valioso y lo que mis compañeros se llevaron de mí fueron consejos útiles de cómo mejorar sus negocios.

En poco tiempo habíamos abierto otra revista y ya teníamos una franquicia, y en 2002 comenzamos el primer periódico hispano en el área, ya tenía empleados y empezamos a crecer al ritmo que nuestras ventas alcanzaban el millón de dólares, algo impensable el primer mes cuando a base de mucho trabajo logramos 3,000 dólares en ventas.

Los medios locales se empezaron a interesar en mi historia, nos ganamos 4 años consecutivos el premio a la Mejor Revista Hispana del país y numerosos galardones empresariales hasta que un día la Ford Motor Company organizó un concurso para elegir al Visionario hispano de los Estados Unidos. Allí estuve yo, entre los 5, con mi foto en las principales revistas de negocios del país. Quizás fue ese concurso el que me dio la idea de empezar a llevar mi mensaje más allá de mi área. Pensaba que podía inspirar a otros emprendedores a hacer lo mismo, a comenzar sus propios negocios y cumplir sus sueños.

Cuando yo llegué a Estados Unidos descubrí que la grandeza

económica de este país está basada en los pequeños negocios, son estos los que generan un impacto en el empleo, las compras minoristas y el bienestar de la clase media americana. Negocios de 1 a 20 empleados que mueven la economía, generan puestos de trabajo y se convierten en el motor que lleva bienestar al país más poderoso del planeta. Me puse a pensar, si este ha sido el secreto de Estados Unidos para su desarrollo, ¿por qué no puede ser impulsor de economías en los países hispanoamericanos y aquí mismo dentro de la comunidad latina?

La cámara de comercio y algunas asociaciones comenzaron a ser la plataforma perfecta de llevar mi mensaje y un amigo me dijo, “tú debes escribir un libro y contar cómo lo hiciste”, y fue ahí que nació mi historia en la era digital.

Mi pasión por los aparatos electrónicos viene desde que introduje un clip en un interruptor para “conectar” un juguete imaginario a los 4 años, con el quemón y el corto circuito causado, mis ambiciones de “ingeniero electrónico” murieron y cedieron ante las de construir casas, pero mi pasión por desbaratar la plancha para ver cómo funcionaba, el radio y otros electrodomésticos que desbarataba y a los que siempre les sobraban uno que otro tornillo al volverlos a cerrar, siempre estuvo dentro de mí. Recuerdo mi primer computador, un Sinclair ZX-81, usaba el televisor como pantalla y la grabadora de audio de cassette para “rodar” los programas, era en blanco y negro como la televisión en mi país. Lo cambié unos meses más tarde por el Sinclair ZX Spectrum, a todo color.

Hacía experimento en el centro comercial tratando de usar el *software* que transmitían por onda corta desde Radio Nederland, en Holanda, para los computadores TRS 80 de Radio Shack. Lo pedía prestado para tratar que funcionara, pero nunca pude. Era la era pre Internet y mi afición por escuchar las estaciones de

Onda Corta me llevaban a buscar el mundo como si Bogotá fuese pequeña para un muchacho de 15 años. No sabía que el proyecto ARPANET estaba en ese mismo instante trabajando en el invento que revolucionaría la manera como recibimos la información.

Cuando terminé mis estudios de arquitectura me dediqué a trabajar en televisión y mi pasión por tener la información mundial a mi alcance me llevó a instalar una antena parabólica de 10 metros en el techo de la oficina donde podía captar las señales de varios satélites, otra de mis pasiones, poco después propuse a un fabricante de computadores en Estados Unidos la creación de un sistema interactivo basado en la tecnología de computadores Amiga de Comodore. Sus ingenieros lo desarrollaron y lo bautizamos “SI” por Sistema Interactivo; a los pocos meses Comodore se fue a bancarrota y el proyecto murió con ellos, por eso el día que me hablaron de los correos electrónicos y algo llamado Internet, se me abrieron los ojos como si hubiese encontrado la “mina de oro” que siempre había estado buscando.

Fui la tercera cuenta de correos que se abrió en mi país, supongo que después de la del presidente de turno y la del ministro de Comunicaciones, pero la Internet de esa época previa al World Wide Web, con archivos que tenían nombres de personajes de caricatura como Verónica, Gopher y otros, era lo más tedioso que nos pudiéramos imaginar. El mundo tiene que agradecer a Tim Berners-Lee por haber desarrollado el www, la forma como navegamos por la red hoy en día.

Al llegar a Estados Unidos en la época en que Internet todavía era por teléfono, me hizo ser parte de la ola y montarme en ella para ir avanzando en su desarrollo.

Yo tengo un negocio amenazado por la tecnología, por la red. Los periódicos después de la “Gran Recesión” no son los

mismos y las revistas están reinventándose en la época en que la gente lee más en sus tabletas que en papel. Fuimos la primera revista comunitaria en Estados Unidos en tener aplicación para iPad como lo habíamos sido años antes en ser los primeros en tener versiones digitales, sin embargo, la tecnología avanza más rápido que la mentalidad de *marketing* de los anunciantes y todavía los medios de información no pueden solventar sus costos solo con sus plataformas de Internet.

Para un periódico pasar a ser digital y mantener su plantilla periodística es casi imposible conservar la misma calidad de contenido del impreso. Los esfuerzos en Internet de las grandes publicaciones se pueden desarrollar básicamente porque cuentan con el presupuesto de la publicidad impresa más que la digital, pero eso será por poco tiempo y ya estos grandes conglomerados se han dado cuenta de que estaban canibalizando sus propios periódicos con las versiones gratuitas en Internet y se están reconvirtiendo a medios de pago, lo que permitirá que las versiones impresa y digital convivan, una con más análisis y la otra con inmediatez.

En el caso de las revistas las tabletas y lectores de libros están abriendo un mundo de posibilidades, aumentando las plataformas de distribución y disminuyendo los altos costos de impresión. La era digital para las revistas es inmensa, se abre el mercado, una revista local ahora puede ser vendida en cualquier parte, a cualquier hora, se acabaron esos días en los que conseguir el ejemplar de una revista francesa en Ciudad de México era casi una actividad clandestina reservada para un grupo élite, casi un negocio de contrabando. Hoy estoy suscrito a revistas en México, Colombia, España y Estados Unidos y las leo el mismo día que se publican, solo con hacer un clic.

Las casas editoriales se han dado cuenta de que pueden lograr aumentar y expandir su circulación bajando sus costos y

aumentando el alcance de clientes. Además estos ahorros les permiten invertir en desarrollos interactivos, videos y gráficos, para hacer más agradable la experiencia del lector.

Hoy en día, así como el “monopolio” de escribir un libro, lo perdieron las editoriales y cualquiera puede ahora ser autor y publicar su libro, también cualquiera puede empezar su revista y convertirse en medio de comunicación líder en su nicho de mercado. Con Álvaro lo hemos experimentado cuando lanzamos la primera revista de Marketing Por Internet, MPI (RevistaMPI.com), que ha tenido gran aceptación y que con el paso del tiempo se va desarrollando hasta que la convirtamos en un negocio tremendamente rentable combinando la tecnología con las estrategias de *marketing* que conocemos.

Nos hemos dado cuenta de que las audiencias se han segmentado, que los gustos son diferentes entre persona y persona, y que los nichos se “refinan” hasta alcanzar micro nichos, mucho más segmentados, por eso ya estamos viendo la aparición de revistas especializadas en esas audiencias altamente segmentadas donde los medios tradicionales no llegan, no les interesa por la falta de un mercado masivo. Ese espacio está quedando virgen para emprendedores que buscan llenar una necesidad insatisfecha. Las revistas de intereses específicos, temas, gustos, *hobbies*, deportes, habilidades, profesiones, etc. están apareciendo y gracias a plataformas como iPad y Android, el mercado es prometedor, son millones de nuevos dispositivos los que se venden todos los días y los costos de publicación electrónica son considerablemente más bajos que hacerlo en papel, así que ese es el reto.

Para mi empresa el reto empezó, lo aprendido en mi incursión por el mundo de los negocios por Internet es solo una preparación para poder aplicar tecnología como esta y otras

más en mi negocio.

Mi pregunta es, te has puesto a pensar ¿cómo será el mundo en 5 años?, ¿cómo leerá la gente, cómo verá televisión, cómo accederá a Internet, cómo será la comunicación? Mira cómo será ese comportamiento de tus clientes frente a tu producto, pregúntate si la forma en que lo distribuyes va a cambiar, si la forma como lo presentas va a cambiar. Mira si la forma en la que te comunicas con tus clientes, con tus prospectos, con tu audiencia, va a cambiar, y pregúntate, ¿cómo voy a cambiar yo para enfrentar la era digital?

La mente digital

El día que gané mi primer dólar vendiendo información digital, fue como un antes y un después, ese día cuando veía las estadísticas de Clickbank, la plataforma de pago, que estaba usando y entraban ventas de diferentes países, se sentía una emoción muy fuerte, era algo más que el deseo de ganar dinero, era la adrenalina propia del momento de ver que mi mensaje estaba llegando y que yo estaba en lo correcto con la idea que tenía de ayudar a emprendedores a mejorar sus negocios.

Saber que podía desarrollar un negocio desde mi casa, que era un negocio de futuro que me permitía manejar mi tiempo y mi espacio, que podía realizarlo desde cualquier país a mi propio ritmo, era como haber encontrado la “piedra filosofal”.

Cuando los hijos se van del nido y uno desarrolla un negocio que puede manejar desde cualquier parte, le da a uno la libertad de pensar en viajar, conocer otras culturas y manejar el tiempo a su antojo. Y quizás es una de las cosas que más me gusta de tener mi propio negocio, la libertad. Ahora descubriendo el mundo de Internet, encontré que esa libertad no tiene límites, ni de espacio, ni de tiempo.

Para una persona que se ha desenvuelto todo el tiempo en negocios físicos de venta de servicios, la idea de convertir su conocimiento en *unos y ceros* y cobrar por ello no era fácil entenderla del todo. Pensar que alguien me pudiera comprar mi conocimiento, era por decir no menos que increíble.

Después de aquel almuerzo con Álvaro me dediqué a aprender todo lo que pude, al siguiente almuerzo, nuevamente maratónico, ya podía comprender un poco más lo que él hablaba, parecía un lenguaje diferente, *auto respondedores, páginas de captura, plugins, wordpress, CTR, EPC*, y mi favorito, *webinars*.

Asistí al primer webinar, recuerdo que fue uno maratónico de dos días, literalmente no me paré de la silla, mi esposa me subía la comida y después de ese evento mi cabeza no podía controlarse, no sabía si había salido más sabio o más confundido que antes. Lo cierto es que me iba volviendo adicto a la información que escuchaba. Era como vitaminas las que tenía cada vez que escuchaba a uno de esos “gurús” del mercadeo digital. Al anotarme a una lista, mis correos subían y cada vez aparecía uno nuevo tanto en el mercado americano como hispano hasta que mi bandeja de entrada marcaba números impensables de correos. Por disciplina nunca borro un correo, así que abrí fólderés para clasificarlos y leer los que más me interesaban y empecé a seguir a algunos de los “maestros” hasta ir deteniéndome en uno o dos, siempre de la mano del que se había convertido más que en mi “gurú de cabecera”, en mi “hermano mayor”, Álvaro Mendoza.

Cambiar la mentalidad no es fácil, comprender que hay “vida” más allá de lo que podemos tocar, no es fácil. Pensar digital requiere tener una mente abierta, saber que cada correo que

llega a nuestra bandeja puede tener una información valiosa que puede cambiar nuestra vida. Agradezco a todas las personas que me han escrito, que me han invitado a sus webinars, que me han dado material gratuito. A algunos de ellos les he comprado cursos a otros no, algún día llegará el momento, pero gracias a ellos soy hoy lo que soy. He aprendido en estos años más de lo que aprendí en mis años de colegio y universidad juntos, más de lo que me enseñaron 13 años de trabajo en una empresa importante.

Esos correos que llegan a tu bandeja de entrada en su mayoría no son basura, son *pepitas de oro*. Analiza muy bien a quién quieres seguir y si lo encuentras lee todo lo que te mande, consume todo el material y aplica lo que aprendes y tu vida será diferente.

Siempre en mi vida planeo mi futuro, quizás en demasía. Era un fanático de la planeación hasta que llegué a Estados Unidos y decidí quedarme, ese día no sabía qué hacer, por cuánto tiempo estaría, dependía de los permisos migratorios y otras cosas y esa vida planeada al detalle empezó a quedar al garete, planeándose por días o semanas, hasta que obtuvimos la residencia y pudimos decidir establecernos en este país.

Mi obsesión por planear todo me puso como meta sacar mi primer curso en un tiempo prudencial, pero el “síndrome de la estatua”², la primera frase que acuñé en esta era digital, me detuvo. El exceso de información paraliza tanto como la falta de la misma y si no te pones una meta, te pasa que empiezas a dilatar y la famosa frase, *hasta que* comienza a justificar tu inacción. Siempre es igual y seguramente tú te identificas conmigo, siempre dilatas “lanzarte al agua” esperando por el “salvavidas” mágico que te de la seguridad de que no vas a fallar, pero la verdad es la excusa que tienes para enfrentarte

con el éxito porque curiosamente muchas personas le temen más al éxito que al fracaso.

Cambiar mi mentalidad a una mentalidad digital, me llevó a tomar una de las mejores decisiones de mi vida, invertir en mi educación, en especial asistiendo a eventos presenciales. Por años soñaba con ir a un seminario, pero los altos costos me detenían, cuando empecé a pensar digital, ese obstáculo desapareció. Al primer evento que fui, fue a uno de Brian Tracy, \$2,500 dólares más gastos de hotel y viaje. Una sola frase pagó el evento. Fueron tres días de información que empecé a aplicar en mi negocio. Y lo mismo ha pasado en los 30 o más eventos a los que he asistido en los últimos dos años. Se convirtió en una rutina ir una vez al mes a un evento grande, a ver a mis mentores, hablar con ellos, aprender de los mejores y conocer a otras personas que comparten mis intereses.

Hoy no me preocupa el costo porque sé de antemano que si aplico lo que aprendo, la inversión que hago, porque eso es lo que es, una inversión, se paga con creces. Es igual que cuando compras un curso, si lo ves, lo repites y lo aplicas, te va a cambiar tu vida, pero si lo guardas en un anaquel, se llenará de telarañas y culparás al experto que te lo vendió por tu falta de compromiso contigo mismo. Mucha gente se ha convertido en coleccionista de cursos en su afán de volver sus sueños realidad. Compran el curso para una u otra cosa en ese camino y se les va la vida y nunca empiezan. O peor, el “objeto brillante” que aparece, se compra con la ilusión de ganar dinero rápido y no funciona.

En Internet hay personas que se han dedicado a vender “ilusiones” y la gente debe diferenciar entre el “mercado de las pulgas” como lo llama Álvaro y la capacitación fundamental, esa que no pasa de moda, que es el principio de los negocios,

que no son los objetos de moda, ni los “cachivaches” que no sirven para mayor cosa.

A estas alturas te estarás preguntando ¿en qué consiste la mentalidad digital entonces?

Yo vengo de un mundo físico, un mundo competitivo, un mundo de escasez. Para ponerte un ejemplo: si yo quiero agregar una página a mi revista se aumenta el costo, si quiero regalar un libro a alguien, tiene un costo, pero en el mundo digital de *unos y ceros*, no hay escasez, no hay costo adicional de agregar una página a una revista digital, de distribuir un *e-book*, etc. Puedes distribuir tu producto digital a millones de personas sin un costo adicional, sin esfuerzo adicional, así que la mentalidad digital es de abundancia.

En el mundo digital si quieres tener mucho dinero debes dar 100 veces más de lo que ofreces, no hay costos adicionales, así que puedes dar contenido masivo a bajos costos y así esperar ingresos masivos por el conocimiento que impartes.

Esa lección la aprendí antes de empezar mi producto y ha sido una constante, sobrepasar la expectativa de mi cliente.

Pero la mentalidad digital no sólo es la abundancia, también es la de lo posible. En la era digital, las cosas son más fáciles que antes, la palabra imposible es imposible encontrarla. Ya los costos que impedían que pudiéramos comenzar nuestras empresas han caído vertiginosamente, el acceso a Internet es más rápido, más económico y la penetración aumenta cada día convirtiendo este mundo en un mercado de expansión atractivo con la aparición diaria de nuevos prospectos. Hacer una investigación de mercado antes tardaba meses y los costos eran altos. Hoy en día es preguntarle al “oráculo de Google”

y la respuesta es inmediata. Antes creábamos productos para salir a buscar clientes, hoy les preguntamos a los clientes qué quieren y salimos a crear productos y eso fue lo que yo hice para crear mi primer curso.

Les enviamos a los seguidores de Álvaro una encuesta, ¿cuál es tu pregunta más apremiante de cómo empezar un negocio (dentro o fuera de Internet)? Para responderla, yo estaría en un webinar junto a él al día siguiente. Más de 1,200 personas formularon su pregunta en menos de 24 horas. En el seminario digital respondí en directo unas 20, pero quedé con una investigación de mercado que me permitió conocer las necesidades del público objetivo.

Esta muestra de 1,200 personas era suficiente para darme una idea de lo que quería la gente. Pero mejor aún, me lo dijeron en sus propias palabras, con sus propias angustias y deseos. Lo demás fue tabular las respuestas, aprender un poco de cada una de ellas, saber si eran hombres o mujeres y ver cuáles eran las que más se repetían. Con base en ellas modifiqué mi curso, agregué cosas que la gente quería saber y esta información me sirvió para redactar la carta de ventas del producto y para los videos iniciales que sirvieron para que la gente me conociera. Era mi “presentación en sociedad” la gente se identificó conmigo porque les estaba hablando en el lenguaje que quería, respondiendo a sus angustias, a sus necesidades, a sus sueños. Una investigación de mercado de un solo *e-mail* y en 24 horas, algo que las agencias especializadas del “mundo físico” no hubieran comprendido jamás. Esa es la diferencia y si quieres entrar en la era digital, tienes que tener una mente digital, una mente abierta en la que no hay barreras, en la que la única barrera que podemos tener es nuestro propio miedo.

La mentalidad digital me enseñó además que los productos se pueden crear a la velocidad del sonido, algo que en el mundo

“normal” no se puede concebir, pero más aún a que te paguen por crear los productos, a que la gente te de dinero sin que tú tengas algo desarrollado. Es como pre vender tus ideas.

Así funciona la era digital, un webinar al que invitas a tus seguidores se puede convertir en un producto o el módulo cero del mismo, a la velocidad del sonido, al ritmo que hablas puedes grabar esa enseñanza y crear un audio curso o grabar un video y darle mayor valor percibido a tus conocimientos. Así de fácil, en la era digital “empaquetar” el conocimiento tiene un precio invaluable y en la medida en que nos posicionemos, el precio de este conocimiento es más alto.

Cuando fui a empezar, algunas personas consideraban que mi producto estaba destinado para otro tipo de público, algunos se aventuraron a decir que los usuarios de Internet no le daban importancia a estos temas fundamentales de cómo manejar un negocio, pero Las Claves Secretas de un negocio millonario, mi primer curso, se convirtió en un éxito y me introdujo al mundo de los negocios en línea por la puerta grande. Los conceptos de negocios son básicos deben ser conocidos por cualquiera que emprenda un negocio, bien sea físico o digital, es igual, como lo es igual el *marketing* y algunos conceptos que son las bases del éxito en los negocios.

Cuando empecé el curso tenía grabados 2 de los 9 módulos y los webinars fueron realizados en directo, así que básicamente el curso lo pagó la gente antes de hacerse. Los comentarios fueron excelentes y de allí nacieron nuevos cursos y programas. Dos años después usando de base el mismo curso lancé el Máster Para Emprendedores, con más experiencia, más conocido en el ambiente de Internet, con más credibilidad y el resultado fue impresionante. Por eso creo tanto en este mundo de los negocios en línea, porque mi conocimiento puede ser similar

al tuyo, porque por lo que tú sabes alguna persona pagaría por saberlo.

Hay miles de videos en YouTube sobre creación de negocios, hay millones de documentos en la red al alcance de la gente, ¿por qué tendrían que pagarme a mí para tener la información que necesitan? Porque yo la empaco de la manera que mis clientes quieren tenerla, les hablo de la manera que ellos la entienden, porque la gente cree en el sistema que he creado para ellos. Tú puedes hacer lo mismo, puedes distribuir tu mensaje al planeta, resolver un problema y que te paguen por ello, solo tienes que aprender, aprender y aplicar, la implementación rápida del conocimiento es lo que hace la diferencia entre el éxito y la parálisis, entre la zona de confort o desafiar el sistema, entre la prosperidad y seguir viviendo las angustias del día a día.

Consigue un mentor o dos, capacítate, asiste a eventos y lánzate a iluminar al mundo con tu conocimiento.

La “bola de cristal”

La segunda década del siglo ofrece retos interesantes, el 80 por ciento de los negocios y productos que tenemos hoy en día, no estarán o serán diferentes en la próxima década. Nuevos jugadores entrarán en escena y quienes estamos hoy nos vemos obligados a ir a la vanguardia. Peter Drucker, el padre de la consultoría de negocios, decía que las únicas dos cosas que producen resultados en tu negocio son, innovación y *marketing*, las demás son solo costos.

La pregunta es ¿cómo vas a enfrentar la década? Si los negocios serán diferentes en 5 o 7 años, tus posibilidades de innovar son mayores, si reinventas tu negocio, si estás en constante desarrollo de productos, ideas y proyectos, seguramente esto te hará alcanzar el liderazgo de tu industria y mantenerlo. La innovación es el “salvavidas” que siempre habías estado

esperando, cambiar la forma de hacer las cosas con criterios como, más rápido, más fácil, más bonito, más económico y mejor son los que han imperado en las últimas décadas y seguirán siendo los cimientos de la innovación. Pregúntate cómo puedes hacer las cosas de acuerdo a esos criterios y empieza tu negocio, si no lo has hecho, o mejora el tuyo para que sea uno de los jugadores de tu industria en el futuro de la era digital.

Con redes sociales apareciendo a cada rato, con cambios constantes en los algoritmos de los buscadores, con nuevas formas de pago de la publicidad en línea, el contenido es y seguirá siendo el rey en esta y las décadas futuras. Cada línea que tú escribes, cada minuto de video, van haciendo parte de una librería infinita que se extiende segundo a segundo y el contenido valioso y relevante es el consentido de los buscadores. El mejor momento para publicar un video o un artículo es hoy y entre más y más frecuente lo hagas mejores resultados vas a tener. Las plataformas pueden cambiar, las redes sociales de hoy puede que sean diferentes a las de mañana, pero el medio es lo de menos, lo importante es el contenido.

Cuando salió el cine muchas personas pensaron que acabaría con la radio, pero no fue así, cuando salió la televisión se pensó que el cine tenía sus días contados, al aparecer el cable, se creyó que la gente no volvería a una sala de cine, con Internet se cree que se acabaron los periódicos y la televisión está en riesgo, pero no, en la era digital todo converge, en los negocios es igual, no importa el medio, lo importante es lo que programemos en él. Hoy la industria del entretenimiento es más fuerte, se producen más películas, la televisión está en la “edad dorada” y muy pronto los medios impresos verán cómo se reconvertirán como de hecho está pasando.

Hoy en día un ciudadano del común puede tener su propio canal de televisión en YouTube y tener más audiencia que el programa estrella de un país. Vemos cómo una niña publica un

video cantando en un juego de béisbol y se convierte en estrella del modelaje, cómo un joven cantante en Canadá que publicaba sus videos en la red, es hoy una de las estrellas más famosas de la farándula, ¿por qué? Porque el contenido tomó más valor que antes, porque ahora todos somos medios de comunicación y por eso debemos sacar provecho de esas nuevas plataformas que se nos presentan con sistemas como Google Hangouts, YouTube Live, que nos permiten crear contenido de forma inmediata, interactuar con personas alrededor del mundo y crear programas especializados sobre temas que nunca serán comerciales para la televisión convencional.

Se acabó la dictadura de los conglomerados de medios, hoy TODOS tenemos el control.

Pensamientos virtuales

No quiero terminar este capítulo sin dejarte algo que te sirva para tu futuro empresarial, mis consejos para que irrumpas con fuerza en los negocios de la era digital.

Nunca antes había sido tan fácil crear tu propio negocio, nunca había sido tan económico hacerlo y nunca antes habías contado con las herramientas y mentores con los que hoy cuentas. Ya hay gente que ha recorrido el camino y está dispuesta a ayudarte, gente que ya caminó por el sendero del éxito y que como diría Jim Rohn solo toca seguir sus huellas. Si encuentras un mentor, síguelo, emula lo que hace, conócelo, entrevístalo, compra sus cursos, ve a sus eventos, hazte ver y pídele ayuda. Seguro que si te vuelves una cara familiar te va ayudar el día que lo necesites.

Mira qué desea la gente y dáselo. Esa es la clave del éxito, como dijo Andrew Carnegie, “a mí me gustan las fresas con crema, pero cuando voy a pescar uso lombrices de carnada porque a

los peces les fascinan las lombrices, no las fresas con crema”.

Dale a la gente lo que desea, no lo que a ti te gusta y verás cómo te van a adorar.

Conviértete en el experto en tu nicho de mercado, en el referente, en la persona que más sabe del tema que manejas, construye tus plataformas, posíciónate, que los medios te busquen, que tus clientes te compren sin que tengas que venderles.

Conviértete en una marca, una que la gente identifique, confíe en ella y te compre.

Crea tu propio rebaño de seguidores, dicen que para liderar un desfile solo debes ponerte al frente del mismo, así que si quieres liderar tu industria, ponte al frente de la misma, se tú el referente, el que la gente mire lo que vas a hacer, el que pone los estándares, el que innova y los demás copian, el que traza el camino y los demás siguen.

Nunca pienses que cobrar por el mensaje que divulgues es un pecado, todo lo contrario, tu conocimiento tiene un valor que alguien está dispuesto a pagar. ¿Cuánto pagarías a alguien para que mejore tu *swing* en el golf? Para que te de una dieta que te tenga en forma, para que te enseñe a leer más rápido, a hablar ante las cámaras, a contratar personal o despedirlo, a triplicar tus ventas o doblar tu productividad. ¿Cuánto pagarías porque te enseñen algo que quieres aprender y no tienes todo el tiempo para hacerlo? ¿Cuánto vale acortar la curva de aprendizaje? ¿Cuánto valen los años de experiencia de alguien que ya hizo lo que tú quieres lograr?

Si hay alguien que paga tu conocimiento y ese dinero te ayuda a ayudar a más personas, a ser un mejor mentor, a convertirte

en un experto que toque más vidas ¿por qué has de hacerlo gratis?

La era digital cambió los paradigmas, debes tener la mentalidad para enfrentarla, la era de la información está terminando, la moneda del futuro es el conocimiento y los negocios de esta nueva era estarán basados en ello. Veremos más personas de diferentes profesiones, doctores, ingenieros, expertos en mercadeo, negocios, redes sociales, deportes, inversiones, salud, meditación, cocina, mecánica, educación, arquitectura, artes, música, autores, conferencistas, magos, expertos en redes de mercadeo, llevando su mensaje a través de cursos, tutorías, mentorías, *shows*, eventos, audios, videos y demás.

Las estrategias del mercadeo por Internet son iguales, funcionan igual, son los mismos principios y lo único que debemos hacer es aplicarlas al pie de la letra.

Son muchos los casos de éxito y la nueva generación de “Maestros de Internet” ya viene en camino y con alegría tenemos que decir que cada día más mujeres llegan a los negocios en línea, muchas de ellas han decidido trabajar desde sus casas para poder cuidar a sus hijos y desarrollarse profesionalmente usando la tecnología que nos brinda la red, otras porque encontraron que la información que poseen es valiosa y hay gente interesada en adquirirla. Esa nueva generación interdisciplinaria será la que consolide el camino que trazaron los pioneros en esta industria y que otros hemos ayudado a construirla.

El mundo cambió, los negocios cambiaron, tú no puedes quedarte haciendo lo mismo que hacías antes, llegó la era del cambio, la “Era Digital”.

Yo soy Luis Eduardo Barón y “recuerda que el éxito, es mejor buscarlo, que sentarse a esperarlo”.

Si quieres seguir leyéndome puedes visitar mi blog, www.ComoEmpezarUnNegocio.com , ver mi *show* de televisión en YouTube o buscarme en Facebook.

Mis cursos de desarrollo empresarial, productividad y manejo de tiempo, crecimiento personal y ventas te pueden ayudar en este proceso para alcanzar el éxito como le han ayudado a miles de personas en más de 36 países, en mi página de Internet puedes ver centenares de testimonios y casos de éxito y espero que el tuyo sea el próximo.

Luis Eduardo Barón es dueño de TV Net Media Group, una empresa de publicaciones en Estados Unidos y es director del Instituto de Negocios.com, una escuela de formación en línea para emprendedores hispanos.

“Los 10 Mandamientos para Atraer Más Clientes”

Por Mario Corona

Cómo Transformar tus Campañas de Publicidad en Imanes de Atracción Masiva de Clientes que Generen Más Dinero en Menor Tiempo.

Acerca de los 10 Mandamientos para Atraer Más Clientes

No importa el tiempo que tengas con tu negocio, el nicho de mercado en el que te enfocas o el tamaño de tu negocio, estos 10 Mandamientos te ayudarán a Generar un Flujo Constante de Clientes y Generar Más Dinero en Menor Tiempo.

Estos 10 Mandamientos sólo si los pones en acción sin esperar a que las estrellas se alineen, el sol brille más o todo esté perfecto. Estoy seguro de ello porque, gracias a estos 10 mandamientos he transformado mi vida y la de mis clientes privados, quienes me pagan hasta \$ 6,000 dólares por programa. Estoy seguro porque sé que tú tienes todo lo que necesitas para triunfar, ¡sólo necesitas dar el primer paso!

El Primer Mandamiento: ¡Conoce a tu Cliente Ideal!

El 65 por ciento de los pequeños negocios no sobrevive los dos primeros años de operación, y casi el 80 por ciento no sobrevive los 3 primeros años. Si eres un emprendedor o empresario seguramente te preguntas ¿por qué estas cifras son tan alarmantes? La principal causa de por qué estos negocios no sobreviven es por no cumplir con este primer mandamiento.

Este Primer Mandamiento tiene como objetivo ayudarte a definir el primer y más importante elemento de tu estrategia:

Conocer a tu Cliente Ideal.

Si bien es cierto que tus productos o servicios pueden ayudar a todo tipo de personas, es imposible que tengas todos los recursos financieros, humanos o materiales para venderle a todo el mundo. “Cuando quieres ser todo para todos, terminas siendo nada para nadie”.

Por eso Conocer a la perfección a tu Cliente Ideal no es una opción, es una prioridad. En este Primer Mandamiento debes cumplir con los siguientes requisitos: Definir el perfil de tu cliente ideal. Conocer el principal reto que enfrenta tu cliente ideal y Crear la solución que tu cliente ideal necesita. Vamos a empezar por el primero de estos puntos:

1.- El perfil de mi cliente ideal: Reflexiona en torno a preguntas como: ¿Quiénes necesitan mis conocimientos, productos o servicios? ¿Con qué tipo de personas tengo más experiencia trabajando? ¿Con quiénes me siento mejor? ¿Quiénes necesitan con más urgencia lo que yo tengo? ¿Quiénes están comprando soluciones similares a las que yo tengo? y sobre todo: ¿Qué tipo de situaciones específicas puedo resolver? (Problemas, necesidades, deseos).

No te limites a pensar en uno o dos perfiles de personas o en una o dos situaciones que enfrentan; el error más común cometido por empresarios y gente de *marketing* es centrarse en la descripción demográfica o psicográfica de sus clientes. La clave es unir dos importantes elementos que te darán como resultado a tu cliente ideal: El perfil de tu cliente + La situación específica que tus productos o servicios resuelven.

2.- El principal reto que enfrenta mi cliente ideal: La única forma de conocer el principal reto que enfrenta tu cliente es

¡preguntádoselo! Así es, lo has leído bien: Preguntádoselo directamente a través de los siguientes canales: Tu página web, tus redes sociales, tu punto de venta, tu *e-mail*, las llamadas que recibes en tu negocio y tu red de contactos.

Pregúntaselo a todas aquellas personas que cumplan con el perfil de tu cliente ideal, pide a tus contactos, amigos, colegas y familiares que te refieran con personas que cumplan con ese perfil. Trata de hablar con 100 personas por lo menos, sé que no es fácil, pero lo bueno jamás se logra sin esfuerzo y enfoque.

3.- La solución que mi cliente ideal necesita: No existe diferencia alguna si estás por crear un producto o servicio o si ya tienes productos o servicios creados. En ambos casos el objetivo a conseguir es el mismo; y el enfoque que debes aplicar para lograrlo también.

Analiza a profundidad si tus productos o servicios solucionan el principal problema de tu cliente ideal. Debes hacer dos análisis distintos, pero complementarios:

a). Técnico: El objetivo es asegurarte si, de acuerdo a los estándares que demanda solucionar el principal reto de tu cliente ideal, eres capaz de lograrlo a través de tus productos o tus servicios. Este análisis es objetivo en él no tienen cabida ni las percepciones u opiniones emitidas sin “datos duros”.

b). De percepción: El objetivo es asegurarte si, de acuerdo a lo que tu cliente ideal opina, tus productos o servicios solucionan el principal reto que enfrenta. Este análisis no puede desarrollarse sin que las personas que cumplen con el perfil de tu cliente ideal usen tus productos o servicios y emitan su propia opinión. No busques atajos, enfoca tus energías en esta importante etapa y te garantizo que tendrás mucho mejores resultados.

El Segundo Mandamiento: ¡Reclama Tú lugar en el Mercado!

Este Mandamiento tiene como objetivo crear una categoría en la que tú seas el líder indiscutible y el experto a quien acudir, sin importar el tiempo que tengas con tu negocio, su tamaño o el nicho de mercado en el que compitas a través de tus conocimientos, productos o servicios.

Si cumples cabalmente con este segundo mandamiento vas a conectar directamente con personas que en ti van a encontrar la solución a sus problemas. Los requisitos para cumplir con este Segundo Mandamiento son dos: Definir tu misión y Elegir tu lucha.

Una vez que hayas definido este Segundo Mandamiento podrás utilizarlo estratégicamente en todos tus puntos de contacto con el mundo exterior.

1.- Definir tu Misión: Permíteme decirte que no se trata de crear una elaborado y cuidado enunciado que cuelgue de las paredes de tu oficina. Debes definir tu misión considerando tu verdadero propósito, tu aspiración más alta.

Desde una perspectiva general tu misión como Emprendedor o Empresario debe ser *“Inspirar e instruir a tus clientes acerca de cómo mejorar su negocio o su vida, para vivir a plenitud”*.

En mi Caso personal mi misión es la siguiente: *“Yo Mario Corona ayudo a los Emprendedores y Empresarios Hispanos a Conocer e Implementar las Mejores Estrategias para Atraer Más y Mejores Clientes para Transformar su Negocio y su Vida”*.

Al definir tu misión estás creando una categoría en la que tú eres el líder, porque además de especificar claramente en qué tipo de clientes te enfocas, eres sumamente concreto al describir la situación particular que les ayudas a resolver y la trascendencia

de esa situación en su negocio o su vida.

2.- Elegir tu lucha: Para muchos, la mejor forma de posicionarte en torno a un tema y un nicho es comunicar claramente contra qué luchas como Emprendedor o Empresario. El hacerlo te permite también generar un nivel de trascendencia mayor para tu conocimiento, productos y servicios y diferenciarte claramente de tus competidores.

Hablar de los desafíos que deseas vencer a través de tu conocimiento, productos y servicios te permite generar un vínculo más fuerte con tus clientes, y demuestra el honesto interés que tienes en ayudarles a resolver sus problemas, creando un perfil más humano para tu empresa, tus productos y servicios.

Convierte tu conocimiento, productos y servicios en el medio que te permitirá cumplir con una verdadera misión de vida, ayudando a tus clientes a ser más felices. Reflexiona profundamente y define cuál es tu lucha:

¿Contra la inseguridad? ¿Contra la falta de acceso a la tecnología? ¿Contra la falta de espíritu emprendedor? ¿Contra la falta de tiempo para convivir con la familia? ¿Contra los problemas que genera no hablar otro idioma?

Para ejemplificar lo anterior te comparto lo que he definido como mi lucha: *“Yo lucho contra la falta de modelos, herramientas, conocimientos y actitud necesarios para que los Emprendedores y Pequeños Negocios Hispanos puedan crear el estilo de vida de libertad y abundancia que merecen”*.

El Tercer Mandamiento: ¡Conviértete en una Marca Memorable!

El objetivo de este Mandamiento es generar un fuerte vínculo emocional y afectivo con tus clientes. El principal error cometido por los Publicistas y Especialistas en *Marketing* es intentar promocionar a los Emprendedores y Empresarios como si fueran Coca-cola, McDonald's, Nike o Starbucks.

Es un error grave porque ningún Emprendedor o Empresario tiene un presupuesto de *marketing* ilimitado para tener una exposición masiva en medios de comunicación durante todos los días del año. (Muchos ni siquiera tienen un presupuesto formal).

Por eso debes utilizar estrategias de promoción que sean congruentes con tu realidad. Para convertirte en una marca poderosa y memorable debes cumplir con dos importantes requisitos: Tener una historia y Definir tus valores.

1.- Tú Historia: Tú historia es uno de los dos elementos que te permitirá diferenciarte de tus competidores y reclamar un lugar único en el mercado.

Para definir tu historia debes responder a las siguientes preguntas
¿Cuál es tu misión? ¿Por qué elegiste lo que haces? ¿Cómo fueron tus inicios? ¿Cuáles fueron los principales retos que enfrentaste? ¿Qué sensaciones y sentimientos experimentaste? ¿Cuál fue el momento, la experiencia o la decisión que cambió todo? ¿Cómo cambió todo desde entonces?

No cometas el error de pensar que esta parte de tu posicionamiento estratégico se concentra en dar lástima a través de la dramatización. Tu historia es el elemento más poderoso de tu posicionamiento y el único que te permitirá

establecer un vínculo emocional con tus clientes en un nivel personal.

2.- Tus Valores: Muchos especialistas en *marketing* llegan a pensar erróneamente que una marca se construye solo con elementos visuales o de comunicación persuasiva. No es mi intención criticar a nadie, solo deseo ser lo suficientemente claro acerca de qué elementos son los que realmente te permitirán crear una marca memorable y cercana, que genere un fuerte vínculo con tus clientes.

Los valores con los que, como persona y profesional te identificas, además de ser el marco de referencia a través del cual guías tus acciones, son la plataforma que te permitirá construir tu propia marca.

Tus valores te permiten transmitir la esencia de tu negocio en todos los puntos de contacto que tengas con tus clientes; diferenciarte de otros Emprendedores o negocios en la industria; ser un marco de referencia para tomar decisiones e implementar acciones en el corto y largo plazo.

No devalúes la importancia de tus valores como persona y como profesional. Los valores que elijas para crear tu marca, te permitirán imprimir tu ADN en cada contacto que tus productos o servicios tengan con el mundo exterior. Como ejemplo te comparto los valores que yo he elegido: *Pasión* por mi trabajo, *Compromiso* con mis clientes y mis sueños, *Innovación* en todos mis proyectos, *Servicio* por encima de todo y *Excelencia* en todo lo que hago.

Sin exagerar puedo afirmar que me esfuerzo al máximo para que cada video, cada conferencia, cada sesión de entrenamiento y cada contacto que tengo con el mundo exterior, refleje esos 5

valores. Si al revisar algún video que acabo de grabar, me doy cuenta de que estos 5 valores no se encuentran impregnados cada palabra, cada gesto, cada segundo, no dudo en volver a grabarlo desde el inicio.

Elije un máximo de 5 valores que ¡reflejen tu esencia y le digan al mundo quién eres! Usa estratégicamente estos 5 valores para guiar tus acciones, para decirle al mundo quién eres y para que tus clientes conozcan con claridad y contundencia la diferencia que tu conocimiento, tus productos o servicios marcarán en sus vidas.

El Cuarto Mandamiento: ¡Habla sólo de Beneficios y Resultados!

El objetivo de este Mandamiento es hablar en el lenguaje de tu cliente. Así es, léste bien. Debemos de hablar en el lenguaje de nuestros clientes para poder sobrepasar todo el ruido publicitario que existe a nuestro alrededor.

Diariamente estamos expuestos a más de 3,000 mensajes publicitarios por persona. Ante esta situación nuestra mente, por salud, tiende a olvidar lo que no es relevante para nosotros, lo que no nos interesa. Por eso debes hablarles a tus clientes de lo que realmente les interesa escuchar.

La única forma de hablar el lenguaje de tus clientes es hablarles de los Beneficios y Resultados que tu conocimiento, productos o servicios generan. Es importante distinguir la diferencia entre las características de tus productos o servicios y sus beneficios y resultados.

Por ejemplo una característica distintiva de un servicio puede ser la rapidez y el beneficio a obtener un ahorro significativo de tiempo. Define al menos 15 beneficios concretos que tus

clientes van a obtener al comprar tus productos o servicios. Pero...¡¡Quince son muchos!! Si esa es tu primera reacción y no puedes hacerlo, estás en el negocio equivocado.

Reflexiona más a fondo, enfócate y deja que las palabras ¡fluyan por sí solas! Si no logras enfocarte ni identificar ni la mitad de estos beneficios no te desesperes. Relájate, respira profundamente y pregúntate: ¿En qué forma mis productos o servicios me permiten transformar el negocio o la vida de mis clientes?

En la descripción detallada del impacto positivo que generan tus productos y tus servicios en tus clientes podrás identificar los beneficios y resultados concretos que necesitas.

El Quinto Mandamiento: ¡Forma tu Propio Clan!

El objetivo de este Mandamiento es formar una activa y entusiasta comunidad de clientes dispuestos a escuchar tus mensajes y a promoverlos activamente entre su círculo cercano de influencia. En este nuevo contexto en el que nos desenvolvemos compramos por manadas.

¡Así es! Aunque suene un poco raro esas manadas influyen en nuestras decisiones de compra a través de las recomendaciones que nos hacen. Para Atraer a Más y Mejores Clientes debes asegurarte de que tu alcance sea mayor, es decir, que tu mensaje pueda llegar a un mayor número de personas que cumplen con el perfil de tu cliente ideal.

Vas a lograr este objetivo cuando puedas formar tu propia comunidad; es decir, tu propio “clan”. Este grupo de personas estará integrado por todos aquellos que encajan perfectamente con el perfil de tu cliente ideal y que han manifestado su interés por recibir más información de tus productos, programas o servicios.

Para formar tu propio clan debes de cumplir con dos requisitos indispensables: Generar valor para tus clientes potenciales y Ayudarlos a resolver sus problemas. La mejor forma de cumplir con ambos requisitos es enfocarte en educar a tu audiencia acerca de cómo, a través de tu conocimiento, productos o servicios pueden mejorar su negocio o su vida.

Esto no significa informarles acerca de las características, precio, diferencias o cualquier tipo de información con fines promocionales. Me refiero a crear una estrategia de contenido que te permita lograr los siguientes fines: Compartir información valiosa y fácil de poner en acción; Posicionarte en torno al tema que dominas en tu nicho de mercado; Ganar el consenso de tu audiencia para recibir información tuya; Generar una base de prospectos (¡Tu propio Clan!) dispuestos a escucharte y compartir tu información con su círculo cercano de influencia.

Tu estrategia de contenido será el eje rector de tus conversaciones dentro y fuera de Internet. Será la guía a partir de la cual generes contenido para tus redes sociales, blog, entrevistas, conferencias y todos los puntos de contacto.

Para crear tu estrategia de contenido debes responder a las siguientes preguntas: ¿Cuál es el principal problema que enfrenta tu cliente ideal? ¿Cuáles son las principales dudas de tu cliente ideal en torno a tu nicho de mercado? ¿Cuáles son los paradigmas más comunes en tu nicho de mercado? ¿Cuáles son las principales tendencias en tu nicho de mercado? ¿Cuáles son los errores más comunes cometidos por tus potenciales clientes a la hora de intentar resolver el principal reto que enfrentan? y sobre todo ¿Qué es lo que tú recomiendas para que logren superar el reto que enfrentan?

Una vez que hayas respondido estas preguntas vas a tener un verdadero arsenal de contenido que te permitirá generar tu propio “clan”; es decir tu propia comunidad activa, entusiasta y lista para que paulatinamente los vayas convirtiendo en tus clientes.

Recuerda la fórmula para cumplir con este quinto mandamiento: Conocimiento de tu cliente + Estrategia de contenido + Enfocarse en educar a tu cliente potencial = ¡Tu propio Clan!

El Sexto Mandamiento: ¡Genera Alianzas Poderosas!

El objetivo de este Mandamiento es Generar las Alianzas que te permitan llegar a un mayor número de clientes potenciales en el menor tiempo posible, con la menor inversión y el menor esfuerzo.

Una alianza estratégica te permite llevar tu mensaje a más personas, Aumentar rápidamente tu lista de contactos al montarte en el prestigio de tu colega, Ofrecer perspectivas complementaras a sus respectivas audiencias y Sentar las bases para futuras alianzas con mayor involucramiento.

Generar Alianzas Estratégicas permite ahorrarte una gran cantidad de dinero y esfuerzo, a la vez que mejora tu posicionamiento e incrementa tu credibilidad y tu alcance. Una sola Alianza Estratégica puede ser la diferencia entre una estrategia exitosa y una que fracase.

Las Alianzas Estratégicas Exitosas se basan en la confianza, el respeto y sobre todo en cumplir con lo que a cada parte le corresponde. Lo que he aprendido en el tiempo que tengo generando alianzas con otros colegas, expertos, emprendedores y empresarios de pequeños negocios me ha enseñado que para recibir, primero debes de dar algo a cambio.

Esto significa que no es correcto que te acerques a otro colega o empresario para pedirle que te apoye con alguna promoción, con la promesa de que tú lo apoyarás en alguna forma en un futuro cercano. Interésate en las personas, conócelas a fondo, entiende su situación y la de su negocio, para que en verdad puedas identificar la mejor forma de que ambas partes saquen el mejor provecho posible.

A continuación te comparto una secuencia breve, pero que funciona para generar Alianzas Estratégicas Exitosas: Investiga en Internet a otros Emprendedores y Empresarios con una perspectiva o audiencia a la que tu complementes; Acude a seminarios, talleres y conferencias en donde puedas conocer a este tipo de personas; Regístrate en sus boletines y conoce más acerca de ellos y de sus clientes y su estrategia; Conoce a fondo la naturaleza de su negocio y trata de entender la situación que actualmente vive; De entre toda la lista elige considerando los que mayores beneficios te generen y aquellos con los que más te identifiques; Contáctalos y ofréceles apoyo de promoción mutua. No te desesperes, no será fácil comunicarte con todos en la primera oportunidad.

El Séptimo Mandamiento: ¡Convierte a Extraños en Clientes!

El objetivo de este Séptimo Mandamiento es prepararte para que conviertas a los prospectos calificados en clientes y posteriormente en activos promotores de tu negocio. Para lograr este fin debes tener una *Página web*, un *Incentivo* y una *Secuencia estratégica de valor*. A continuación te explico los detalles de cada ingrediente:

1.- Página de Internet: Tu página web es la columna vertebral de tu presencia en Internet. Debe recibir suficientes visitas, para que realmente sea un instrumento que genere un flujo constante de prospectos altamente calificados.

Tu página web debe ayudar rápidamente al visitante a resolver su principal problema; a la vez que despierta su deseo por aprender más acerca de tus productos, tus servicios y la forma en la que pueden mejorar su negocio o su vida. Una vez logrado esto, provocarás que por su propia voluntad e interés, registre su nombre y su *e-mail* para descargar el incentivo especial que has creado.

2.- Incentivo: Este es el principal incentivo para que el visitante a tu página web registre su nombre y su *e-mail*. Existen diversos formatos con distintas ventajas y particularidades, sin embargo, todos deben despertar en el visitante el deseo de aprender más; resolver su principal reto o problema; responder por anticipado sus objeciones, miedos o creencias limitantes y posicionarte como el experto a consultar.

Más importante que el formato, es que tu incentivo o carnada especial resuelva en forma sencilla y contundente las dudas del visitante respecto de cómo tus productos o servicios le permiten transformar su negocio o su vida.

3.- Secuencia estratégica de valor: Su objetivo es llevar de la mano al prospecto, paso a paso hasta que se convenza por sí mismo que tú, y solamente tú eres la mejor solución para sus retos, problemas o deseos.

Los primeros pasos para crear una *Secuencia estratégica de valor* son crear una lista en tu auto respondedor; personaliza tu lista con tu foto, datos personales *e-mail* y dirección URL de tu página web; crea una secuencia de *e-mails* de seguimiento (más adelante lo explicaremos) y crear una forma de contacto para captura del nombre y el *e-mail* del visitante a tu página web.

Estoy seguro de que en este momento te estás preguntando ¿Qué debe incluir cada elemento de la secuencia? Pues a continuación te lo revelo: *E-mail Uno*: Confirma tu registro (Es enviado en la mayoría de las veces en forma automática); *E-mail Dos*: Bienvenido (Le agradeces por su registro y le compartes el acceso al incentivo); *E-mail Tres*: ¿Ya estás disfrutando de tu reporte especial? (Confirmas si ya lo ha descargado); *E-mail Cuatro*: Nombre 3 Ideas para ponerte en acción (Resumes la esencia de tu incentivo); *E-mail Cinco*: Mira quién ya está generando resultados (Compartes testimonios); *E-mail Seis*: ¿Realmente estás comprometido? (Ofreces una sesión de diagnóstico Gratis); *E-mail Siete*: ¡Estoy sorprendido! (Sólo lo envías si no has recibido su aplicación).

El Octavo Mandamiento: ¡Prepara el Lanzamiento de Tú Estrategia!

El objetivo de este Octavo Mandamiento es que conozcas la preparación necesaria y la secuencia para el lanzamiento de tu estrategia de atracción de clientes. Si en verdad deseas convertirte en un imán de atracción masiva de clientes que genere más dinero en menor tiempo, necesitas estar preparado adecuadamente.

Para lograr este fin debes cumplir con dos importantes etapas: Tener todos los ingredientes necesarios y Prepararte para el lanzamiento de tu estrategia.

Un imán de atracción masiva de clientes necesita de los siguientes ingredientes para que genere más dinero en menor tiempo:

1.- Una página web, Un incentivo especial, Una secuencia estratégica de valor, Alianzas estratégicas, Redes sociales, Anuncios en Facebook y Google, Seminarios, Cursos y Talleres, Entrevistas en prensa, radio, televisión y por otros expertos

Te he explicado a detalle los cuatro primeros ingredientes en

los anteriores Mandamientos, por lo que me voy a concentrar en decirte que el objetivo primordial de las redes sociales, anuncios en Facebook y Google, seminarios, cursos y talleres y entrevistas es de aumentar tu visibilidad y exposición ante potenciales clientes.

Una sola de estas herramientas no te garantiza nada, debes combinar al menos dos de ellas con disciplina, para que a lo largo del tiempo generes un impacto cada vez mayor y que puedas incorporar poco a poco más de estos ingredientes a tu estrategia. Habiendo dicho esto, es necesario concentrarnos en el lanzamiento de tu estrategia de atracción de clientes. En esta segunda etapa debes cumplir con los siguientes pasos:

1.- Inicia en forma simultánea: Si lo haces vas a generar un mejor impacto y a tener un alcance mucho mayor; recuerda que la clave está en la combinación de estos ingredientes, ya que cada uno te permitirá llegar a todos aquellos lugares en los que tu cliente ideal se encuentra.

2.- Verifica que todo este funcionando: Un profesional no deja nada a la deriva y tu estrategia de atracción de clientes no es la excepción. De nada sirve que tengas una excelente estrategia si no la ejecutas adecuadamente; no confíes en que todo saldrá a la perfección, necesitas estar al pendiente de cada paso, de que todo suceda en la forma como previste que sucediera.

3.- Contacta a todos los involucrados: Si dentro de tu estrategia generaste alguna alianza con otros colegas o profesionales, es de vital importancia que estés al pendiente de que todos entiendan a la perfección el rol que van a desarrollar dentro de la estrategia, y que tengan al alcance de su mano todas las herramientas que necesitan para participar activamente en su desarrollo.

El Noveno Mandamiento: ¡Mueve a Tú Cliente hacia la Acción!

El objetivo de este Noveno Mandamiento es identificar a los prospectos que ya están listos para convertirse en clientes e inspirarlos a dar el paso que les hace falta para lograrlo.

Una estrategia de atracción de clientes integra varias acciones que funcionan en forma simultánea. Aún así, puede resumirse en dos etapas principales: Atraer y Convertir. En la primera etapa se enfocan todos los recursos para atraer a los prospectos altamente calificados que ya se encuentran en un proceso activo de búsqueda para una solución específica.

Este primer objetivo se logra a través de distintas herramientas que te permiten aumentar tu visibilidad, educar a tu audiencia, diferenciarte de tus competidores y liderar una categoría del mercado. La segunda etapa tiene por objeto captar todo este flujo constante de prospectos altamente calificados e interesados en comprar para convertirlos en clientes que a través de su compra migren de su estatus previo hacia esta nueva etapa en la relación.

Hasta este punto he compartido contigo en los primeros nueve Mandamientos cómo debes de prepararte para que logres generar ese impacto en tus clientes y atraerlos hacia ti. En este noveno debes enfocarte en convertir a esos prospectos altamente calificados en clientes.

Como Emprendedor o Empresario sabes que lo que no se mida, no se puede mejorar, y tu estrategia de atracción de clientes no es la excepción. Por eso debes analizar periódicamente cada acción que hayas implementado en tu estrategia de atracción de clientes para identificar qué clientes, de tu lista de contactos, están listos para tomar acción; Qué clientes te han manifestado

su interés en algún producto o servicio concreto; Qué clientes de tu lista de contactos necesitan un llamado a la acción personalizado, puntual, inspirador y Qué clientes de tu lista de contactos demandan una propuesta con beneficios que los hagan moverse de sus lugares e inmediatamente comprar tus productos o servicios.

Tu tiempo es muy valioso y no te puedes dar el lujo de desperdiciarlo y malgastar tu dinero con aquellos clientes que no se encuentran preparados para dar el siguiente paso; con esos clientes que necesitan seguir aprendiendo más de ti, recibiendo valor y convenciéndose por sí mismos de que tú eres la única solución para sus problemas.

Después de este análisis podrás hacer estos llamados a la acción específicos y puntuales a través de los medios de contacto que utilizas en tu estrategia o tal vez sea necesario hacerlo por algún otro medio más. Lo importante es que habrás identificado a las personas que están listas para dar el siguiente paso.

El Décimo Mandamiento: ¡No Vendas, Construye Relaciones!

Este Décimo y último Mandamiento se centra en la construcción de relaciones.

Para construir una relación se requiere primero que exista confianza entre ambas partes.

Para ganar la confianza de tu cliente necesitas generar valor para ellos; y para generar valor, tu estrategia debe centrarse en ofrecer a tus clientes soluciones relevantes para su vida. La mejor forma de lograrlo es ayudándolo a resolver sus problemas y alcanzar sus metas.

Independientemente del perfil de tu cliente, su edad,

experiencia, ingresos, y demás rasgos, todos aspiramos a ser felices, todos queremos tener más tiempo, ganar más dinero, perder peso, encontrar el amor, ser reconocidos como personas y profesionales. Tus productos y servicios deben ser el puente para que tu cliente logre cada uno de estos objetivos; deben convertirse en el vehículo que lo acerca cada vez más a la felicidad que tanto desea.

Por eso un requisito indispensable para el éxito es demostrar tu honesto interés por ayudar a sus clientes a resolver sus problemas y alcanzar sus objetivos. Cuando lo haces tus clientes lo notan, y en reciprocidad prestan atención a lo que tengas que decir, y este es en verdad un gran logro, porque es mucho más sencillo venderle algo a alguien que está dispuesto a escucharte que a quien no lo está.

Debo ser honesto contigo y decirte de una vez por todas que si esperas ganarte la confianza de tus clientes con una sola buena acción, estás totalmente equivocado. Esto sería lo equivalente a querer ganar tu acceso al cielo, solo por hacer una buena obra en toda tu vida.

Debes ser paciente y disciplinado para entregar a tu cliente valor durante tu Boletín Semanal, con el contenido que compartes en las redes sociales, los artículos que publicas en tu página web, ¡debes hacerlo en cada contacto que tengas con tu cliente!

El verdadero valor de tu cliente no se encuentra en una sola compra, en una sola operación; el verdadero valor de tu cliente se encuentra a lo largo del tiempo. Su verdadero valor reside en todas las compras que haga durante el tiempo en el que confía en tus productos o servicios.

A continuación voy a compartir contigo algunos consejos que

te permitirán construir una relación sólida, productiva y de largo plazo con tus clientes.

1.- **Educa a tus clientes:** Hazlo a través de todos los medios que tengas a tu alcance; no te limites ni te desesperes, es un esfuerzo a largo plazo.

2.- **Escúchalos:** Pregúntales con frecuencia cómo puedes servirlos mejor, qué mejoras necesitas hacer en tus productos o servicios para que generen más valor para ellos.

3.- **Agradece su confianza:** No olvides que diariamente tu cliente está expuesto a más de 3,000 mensajes publicitarios. No des por un hecho que siempre contarás con su confianza y su preferencia.

4.- **Sorpréndelos:** Busca nuevas y mejores formas de servirlos, no tienes que hacer grandes inversiones para lograrlo, muchas veces necesitas sólo pequeños detalles para sorprenderlos y fortalecer su fidelidad.

5.- **Optimiza la relación:** Analiza sus comportamientos de compra y ofrece a tus clientes productos o servicios complementarios, de mayor valor, de mayor exclusividad, que generen una mejor experiencia.

No olvides que todas las personas compramos productos o contratamos servicios con las personas o las marcas en las cuales confiamos. En un entorno cada vez más saturado de información, con una mayor invasión a la privacidad y con esfuerzos más agresivos de las marcas es de vital importancia no olvidarlo.

Si quieres convertir a tus clientes en amigos debes primero atraer a las personas que cumplen con el perfil de tu cliente

ideal y lograr que ellas, por su propia y libre voluntad decidan conocer más acerca de tus productos y servicios.

El enfoque que en esta etapa utilizas para tu cliente se desprende de dos elementos sumamente importantes para este fin: **Exclusividad** y **Experiencia positiva**. Estos dos elementos dispararán el deseo de tus clientes por comprar tus productos y servicios y harán que el precio deje de ser un elemento fundamental para decidir.

Cuando tu futuro cliente ha decidido darte la oportunidad para mantenerlo informado de tus productos y servicios, asumes el gran compromiso de generar conversaciones relevantes con él, que giren en torno al cómo tus productos y servicios le resuelven sus principales problemas.

Es cuando llevas tu secuencia de contactos a que tenga un alcance mayor al del inicio de la misma, para centrarse en suministrar sistemáticamente valor a tu futuro cliente. Esto implica educarlo en forma permanente acerca de cómo tus productos y servicios le permiten vencer sus limitaciones y alcanzar sus objetivos.

Para lograr este fin tienes diversos elementos a tu alcance como son un *Newsletter* exclusivo para quienes se registran en tu página web; *Webinars*, seminarios o talleres informativos; pruebas de producto exclusivas; Promociones exclusivas que incentiven el volumen y la frecuencia de compra; Beneficios especiales para compra de otros productos o servicios complementarios de los tuyos; Mejor conocimiento de los hábitos de consumo de tu cliente y Gestionar adecuadamente su confianza y satisfacción con tus productos y servicios.

Más que centrar la importancia en alguna de estas estrategias, lo

más importante es que comprendas que el enfoque es el generar confianza en tu cliente. La confianza es un importante requisito que debe de obtener previamente a la compra, para que esta se de como consecuencia de una relación de reciprocidad, en la que una parte se centra en educar y entregar valor, y la otra en agradecer a través de su inversión o su compra los beneficios y resultados obtenidos.

La confianza es un valor primordial para que tu cliente esté siempre dispuesto a saber de ti, siempre dispuesto a escucharte. Es un requisito indispensable para que puedas llevarlo de la mano y sacarlo de esa etapa en la que se considera un prospecto altamente calificado y convertirlo en un cliente que refleje su confianza a través de su compra sistemática y frecuente.

Hasta aquí he compartido contigo los **10 Mandamientos** que harán posible que dejes de perder tu tiempo y dinero en campañas publicitarias que no te llevan a ningún lado, y en lugar de ello te conviertas en un verdadero imán de atracción masiva de clientes que genera mucho más dinero en menor tiempo.

Pon en acción estos Mandamientos con compromiso y entusiasmo, sé flexible, no esperes que todo sea perfecto, ni que los resultados lleguen de la noche a la mañana.

Trabaja con energía y enfoque en dominar cada Mandamiento, no te enamores de alguno en especial, recuerda que su mayor fortaleza se centra en la combinación de todos.

Tienes todo lo que necesitas para triunfar, ¡Piensa en Grande, Emprende y Trasciende Hoy!

Mario Corona. Experto Hispano en Convertir Campañas Publicitarias en Imanes de Atracción Masiva de Clientes.

Mis Manos estaban Sudando de Nuevo

Por Javier Hernández

Mirando el agua absolutamente cristalina debajo de mí, me preparaba para saltar al agua y comenzar a nadar. El guía fue muy claro al decirme “Hagas lo que hagas no vayas a pisar los corales”, era la primera vez que iba a hacer *Snorkel* en la mitad de la nada, a mí alrededor no se veía ningún otro bote, ninguna playa, ni tampoco ninguna otra persona. Solamente miles de peces de colores y cientos de corales llenos de vida.

Finalmente salté del bote y comencé a avanzar despacio entre los peces, primero con cautela y luego con más tranquilidad porque claramente eran más rápidos que yo. Avanzando entre los corales sin tocarlos, más bien pasando por encima de ellos, vi una mancha rápida a mi derecha, luego el guía me diría que era un pequeño tiburón de unos 60 centímetros de largo totalmente inofensivo.

Al regresar al bote privado en el que llegué me sentí lleno de felicidad, imagínate el sol sobre la piel, el espectáculo del mar enfrente y la tranquilidad de estar en el lugar indicado.

Pero ¿cómo resulté yo en medio del océano haciendo *Snorkel* un día laboral en plena mitad de semana mientras el resto de las personas estaban ocupadas en sus cubículos?

Leyendas Urbanas

Cuando estaba en la Universidad mis padres me enseñaron que si yo estudiaba duro iba a obtener las mejores calificaciones, que al tener las mejores calificaciones podría obtener mi grado

de universidad, que con mi grado de universidad obtendría después un buen trabajo seguro y que finalmente, al tener un buen trabajo, podría cuidarlo y vivir tranquilo el resto de mi vida.

Así que yo me enfoqué en hacer esto, estudié bastante, me esforcé en realizar buenas tareas, buenos exámenes y así ir avanzando de manera sólida por mis estudios.

Más o menos unos 6 meses antes de terminar la universidad caí en cuenta que el trabajo no vendría a mi así, que incluso antes de terminarla, tendría que comenzar a buscar empleo y ver cuáles eran los trabajos que estaban disponibles. Ahí tuve mi primera desilusión con el sistema de educación superior.

Encontré que todos los trabajos que me ofrecían eran para escribir programas de computador, para crear *software*. Algo que tenía muy claro era que de todo lo que había aprendido esa era la parte que menos me gustaba... pero ¡eran las únicas ofertas disponibles en el mercado! así que decidí presentarme, al final pensé que de pronto yendo a las entrevistas podría ser algo mucho más interesante de lo que sonaba, era mi primer trabajo así que ¡quería cambiar el mundo! ¡Aplicar todo lo que me habían enseñado y realizarme como profesional!

La realidad no fue así, los trabajos que me ofrecían eran solamente para escribir programas de computador. Allí entendí que el Sistema Educativo me había preparado para unas labores que el mercado no estaba demandando, para un tipo de empleo que no existía y que si quería recibir un ingreso de un trabajo, el único camino era emplearme en lo que estaba disponible.

En el último minuto una profesora mía me recomendó para

una nueva empresa y me llamaron a entrevista para trabajar en Sun Microsystems. Estaban buscando una persona con buen nivel de inglés, para educarse intensivamente en Estados Unidos en temas de tecnología de sus productos y ventas para luego regresar al país y aplicar lo aprendido. Me presenté, tuve 4 entrevistas cada vez más exigentes y al final me dieron el trabajo.

Los siguientes meses los pasé yendo y viniendo, tuve más de 10 capacitaciones por todo Estados Unidos incluyendo San Diego, Dallas, Boston, San Francisco y Washington. Las capacitaciones eran intensivas de 4 o 5 días y luego de cada una tenía que presentar un examen para definir si estaba listo y comenzar a aplicar lo visto.

Al regresar me asignaron el territorio de Centroamérica, después me enteré que como era soltero y nuevo yo era el único que estaba dispuesto al nivel de viajes que vendrían. Cada mes tendría que visitar entre 2 a 3 países entrenando a las personas de cada oficina en lo que yo había aprendido, apoyándolos y sirviendo de soporte en el área de ventas.

Una semana normal de mi trabajo incluía viajar el domingo en la tarde a Costa Rica, tener varias reuniones desde el lunes temprano hasta el miércoles en la tarde, volar luego a Guatemala tener más reuniones de jueves a viernes para poder regresar a mi casa el sábado en la mañana.

Un beneficio adicional es que como parte de mis beneficios como empleado me daban unas cuantas acciones mensuales, era la primera vez que alguien en mi familia tenía contacto con acciones y la verdad se sentía bien que cada mes pudiera contar con este beneficio: Recibía las acciones el día de mi paga y al día siguiente las vendía, para mí era como dinero extra que me daban.

Los primeros meses fueron muy divertidos, viajando, conociendo muchas personas, comiendo nuevos platos en cada país y aprendiendo de su cultura. Pero luego de 2 años de estar así ya no era tan divertido, viajar tanto se había tornado en algo cada vez más repetitivo, era repetir lo mismo una y otra vez. Las mismas reuniones, con las mismas personas, respondiendo las mismas preguntas, era casi como repetir un mismo día una y otra vez.

Hasta que llegó noviembre de 2001, habían pasado apenas un par de meses después del 11 de septiembre y la empresa estaba perdiendo mucho dinero. La orden desde la casa matriz fue despedir 14.000 empleados en todo el mundo, cuando comenzaron a despedir empleados en mi oficina, yo estaba tranquilo. Me habían entrenado intensivamente, yo había tomado cursos que nadie más en mi oficina local había tomado, tenía certificaciones que nadie más en mi oficina local tenía.

Todavía recuerdo cuando comenzaban a llamar a las personas que iban a despedir ese día, una a una a la oficina de Recursos Humanos y cómo después salían tristes, desconcertadas y en muchos casos llenas de rabia.

Cuando a mí me llamaron estaba seguro que era para otra cosa, así que fui con calma, me contaron que la empresa estaba mal y que ya no podían tenerme más. En corto me despidieron.

Al salir no lo podía creer, estaba entre aturdido y sorprendido, era tal la sorpresa que regresé a mi puesto y seguí trabajando como si nada hubiera pasado. Mi jefe (más bien exjefe) al rato se me acercó y me dijo que podía irme, que no era necesario que yo estuviera más allí y yo le respondí que la verdad ¡quería terminar un par de cosas que estaba haciendo y que ya tenía casi listas!

Allí fue cuando entendí que el trabajo sí es seguro: Seguro que a uno lo despiden, ¡seguro!

Cómo NO Aprender a Invertir

Ser despedido antes de 2 años en mi primer trabajo fue un impacto muy grande y me dije a mí mismo: Realmente esto no es seguro para nada. Tengo que encontrar una manera de conseguir ingresos adicionales que no dependa de otros.

Como no tenía ni idea de qué otra forma habría de conseguir dinero, me puse a explorar varias opciones: Iniciar mi propia empresa, buscar una franquicia, asociarme con amigos para hacer negocios, invertir en acciones, etc.

Puse dinero en un par de negocios con amigos y claramente ¡todos estábamos iguales! Queríamos ganar dinero pero ninguno tenía el conocimiento de cómo hacerlo así que el dinero finalmente se ponía en negocios sin mucho sentido o peor en un caso un “amigo” tomó el dinero prestado y hoy es el momento en que no lo ha devuelto.

Después me puse a pensar que: “Si sin saber nada de invertir con las acciones que me daban como parte de mi sueldo antes hice buen dinero, seguro voy a poder hacer más si lo hago yo mismo”. Me llamó mucho la atención por el concepto de poder hacer que el dinero creara más dinero. Es decir, uno puede estar de vacaciones, durmiendo, viajando o haciendo lo que sea y mi dinero es ¡como mi empleado! Trabajando para mí buscando hacer aún más dinero.

Lo único malo es que no tenía la menor idea de cómo hacerlo así que se me ocurrió una brillante idea: Tomé mis ahorros, abrí una cuenta en un *broker* o comisionista de bolsa en New York y me puse a comprar y vender acciones.

El resultado no fue malo, ¡fue malísimo! Yo no tenía ni idea de invertir, no tenía ni idea de cuándo comprar, cuándo vender y menos de controlar mis propias emociones. Pero había algo dentro de mí que me decía que esto podría tener futuro, yo tengo una creencia de que si alguien ya lo pudo hacer yo también podría hacerlo, y seguí intentando.

Allí tuve una segunda idea genial: “debe ser que estoy poniendo muy poco dinero, seguro debo invertir más para ahí si ganar más”. Así que metí todo el resto de mis ahorros en la cuenta y seguí “jugando” con mi dinero, esta es la mejor palabra para describir lo que hacía, y al final obviamente los resultados fueron igual de malos.

Antes del tercer intento tuve por fin una visión clara, “Yo no tengo ni idea de hacer esto, así que voy a educarme para hacerlo bien con alguien que sí sepa”, menos mal tuve esta idea porque sino este libro terminaría muy diferente.

Salto a la Independencia

No tenía dinero (ya me había gastado todos mis ahorros en malas inversiones) pero sí tenía unas ganas enormes de triunfar, así que le pedí dinero prestado a mi abuelo, que no entendía muy bien para que lo usaría, y después me fui a estudiar directamente con inversionistas en Estados Unidos. Personas que ya invertían de manera exitosa en la Bolsa de New York y de quienes yo podría aprender y triunfar.

Viajé a New York, Chicago y Las Vegas, allí me eduqué directamente con varios *traders* o inversionistas famosos como Robert Kiyosaki, John Carter, Mark Douglas y Tom Sosnoff de los cuales aprendí no solamente como hacer mis inversiones sino aún mejor, me convencí de que yo también podría hacerlo.

Al regresar tenía mucho conocimiento, muchas ganas de invertir pero cero dinero en mi banco y una deuda por pagar con mi abuelo. Así que decidí tomar un trabajo para poder capitalizarme, ahorrar dinero y volver a iniciar a invertir.

Después de un largo proceso de contratación tuve la fortuna de ser contratado por Microsoft, allí mi labor de Especialista de Tecnología era lograr que las personas en las empresas entendieran de manera clara cómo la tecnología podía ayudarles a mejorar su negocio, vender más, darle un mejor servicio a sus empleados y a sus clientes.

Durante ese tiempo muchas veces me quedaba almorzando en la oficina para revisar cómo estaba la Bolsa de New York, revisar acciones específicas, seguir avanzando en mis conocimientos e invertir mi dinero, ya comenzaba a tener buenas ganancias en la Bolsa y eso me emocionaba.

En mi trabajo aprendí mucho sobre temas de *marketing*, ventas y también aprendí precisamente cómo había gente que ganaba mucho dinero, eran ricos en el papel pero a la vez eran pobres en su calidad de vida porque tenían que trabajar 8, 10 o hasta 12 horas al día, inclusive sábados. Así que a la vez que veía cosas que me gustaban del mundo corporativo, también había cosas que definitivamente no me gustaban.

Como dijo Steve Jobs en su famoso discurso en Stanford “Conectando los puntos” en ese momento no tenía claro para qué me serviría después esa experiencia de tomar conceptos complejos (nueva tecnología de Microsoft) y explicarla en términos claros y sencillos a otras personas (directivos y empleados de organizaciones).

Fue una experiencia buenísima, el cargo al cual había logrado llegar era ejecutivo del área de *marketing* para la línea de

Office para Colombia, Venezuela, Perú y Ecuador, es decir, una responsabilidad sobre toda el área andina en la línea de producto más rentable para la empresa.

Al cabo de varios años de estar trabajando en Microsoft, de haber pasado por 4 diferentes posiciones cada vez con más responsabilidades, cada vez con un mejor sueldo, pero también cada vez con menos tiempo para mí y mi familia, comencé a pensar que mi futuro probablemente no estaría allí como empleado.

¡No fue una decisión fácil! La idea de volverme independiente y de vivir de las ganancias de mis inversiones comenzó luego de educarme en inversiones, pero tomó más fuerza cerca del año 2006 cuando las responsabilidades y las exigencias del trabajo eran más fuertes. Después durante 2 años enteros estuve dándole vueltas en la cabeza, pensando en los pros y los contras, pensando en cuáles podrían ser los escenarios ideales y los más pesimistas.

En este proceso de maduración de la idea hablé con varios de mis amigos y el consejo era el mismo: “¡Usted está loco. Cómo se le ocurre que va a renunciar a Microsoft! Hay cientos de personas que darían todo por tener un trabajo como el suyo, además ¿a qué es a lo que se quiere dedicar? ¡A invertir en la Bolsa de New York! Eso es muy arriesgado, yo le recomiendo que mejor se quede seguro donde está”.

Honestamente en ese momento yo me sentía muy extraño, me sentía muy confundido. Sentía como que algo no andaba bien dentro de mí: Cómo podía ser que tenía un buen trabajo, un buen grupo de compañeros de oficina, un buen jefe y aún así ¡no me sentía conforme!

Tuvieron que pasar 2 años para darme cuenta que yo ya no quería seguir allí, mi sueño era ser mi propio jefe invirtiendo mi dinero en la bolsa, ponerme mi propio sueldo, viajar por el mundo y ser completa y profundamente feliz. Así que a mediados de 2008 despedí a mi jefe, pasé mi carta de renuncia y decidí retirarme de la empresa.

¡Sentí una alegría enorme por todos los proyectos que podría hacer!... pero a la vez un sentimiento de haber dejado atrás una parte importante de mi vida.

Como parte del proceso de salida de un ejecutivo de Microsoft hay un paso llamado “Entrevista de Salida”, este consiste en que la gerente de Recursos Humanos y luego una psicóloga especializada en organizaciones hacen entrevistas a la persona que sale para entender el por qué lo hace y qué se podría mejorar.

En mi “Entrevista de Salida” conocí a Luz Helena, la psicóloga externa que me entrevistó, recuerdo mucho que ella me preguntó qué quería hacer de allí en adelante con mi vida, yo tenía muy clara la respuesta, le dije: “Quiero ganar lo mismo o más dinero de lo que ganaba en Microsoft pero trabajando la mitad del tiempo”. Cuando le dije esto ella sonrió y me dijo muy amablemente: “Me parece muy buena esa idea, es lo que queremos todos a futuro. Pero en este momento en realidad ¿qué quieres hacer hoy con tu vida?” y le respondí: “Quiero ganar lo mismo o más dinero de lo que ganaba en Microsoft pero trabajando la mitad del tiempo”.

Si uno no cree en uno mismo ¡nadie lo va a hacer! Si tú no tienes claro hacia dónde quieres ir, ¡va a ser muy difícil llegar! Yo estaba completamente decidido a llevar a cabo mi sueño, había tenido tiempo de madurar la idea, mis inversiones ya

estaban funcionando y estaba muy claro en mi mente qué era lo que quería lograr.

Invierta Para Ganar

Como mis inversiones en la Bolsa de New York estaban siendo rentables y las podía hacer desde cualquier ciudad, incluso desde cualquier país, pues solo necesitaba una conexión a Internet decidí en 2009 irme a vivir a Buenos Aires, Argentina.

¡La vida cultural era increíble! Mucho cine, mucho teatro, exposiciones, conciertos y todo acompañado de una comida deliciosa que seguro incluía buena carne y un buen vino Malbec.

Luego de que me radiqué en Buenos Aires, varios amigos míos me comenzaron a buscar y a llamar preguntándome: ¿Oye, qué estás haciendo allá en Argentina? ¿Por qué publicas en Facebook que estuviste en la Patagonia viendo los pingüinos y escalando en el hielo, luego que estuviste en la zona de Mendoza probando vinos y paseando por los viñedos y en Puerto Madryn viendo el espectáculo natural de la migración de las ballenas, qué es lo que estás haciendo?

Yo les dije, estoy invirtiendo mi dinero en la Bolsa de New York. Entonces fue cuando me dijeron, quiero que tú me enseñes.

Al principio yo les decía, pero qué les voy a enseñar si finalmente yo no soy profesor, no soy economista, no soy financiero, y me dijeron, precisamente por eso, porque tú no eres nada de esas cosas y te está funcionando.

Cuando renuncié a Microsoft me prometí a mí mismo no volver a tener nunca más un jefe. Así que la idea de invertir el dinero de otros, manejar el dinero de otros o administrar el

dinero de otros no era una opción, si hacía esto cada uno de ellos sería un jefe y de verdad no quería cambiar ¡un jefe por veinte jefes!

Fue de ahí donde surgió la idea de crear una comunidad que se llama Invierta Para Ganar. Una comunidad donde la gente que tiene las ganas pero que no ha tenido la oportunidad pueda educarse, conocer los principios básicos de inversión y de cómo iniciar a invertir de la forma correcta en la Bolsa.

Mi idea con esto es poder facilitar una mejor calidad de vida para personas en Iberoamérica que quieren aprender a invertir mejor. Y ahí esta la clave, ¡en aprender! Yo creo que el enemigo número uno de la abundancia económica y una vida equilibrada es la falta de educación.

Hoy en día mucha gente está en problemas económicos no porque quiera, ni porque sean malas personas sino porque no tiene la educación financiera suficiente para tomar buenas decisiones alrededor de su dinero y sus inversiones.

¿Por qué no toman buenas decisiones? Generalmente es porque no se han educado bien o cuando han tratado de educarse se han encontrado con muchos conceptos raros, que no entienden.

Al iniciar mi proyecto de educar a las personas decidí que mi proyecto sería abierto para todos, que iba a educar a las personas de una manera clara y práctica, con un lenguaje normal y buscando ejemplos sencillos de entender.

Incluso hoy en día algo de lo que más valoro es que mis alumnos me dicen que soy muy claro en mis explicaciones, y uso ejemplos sencillos, claros que pueden entender en corto

tiempo para poder transmitir conceptos que de otra manera se demorarían mucho tiempo en aprender.

Como sabes yo no estudié Finanzas en la Universidad, yo estudié Ingeniería de Sistemas y durante mucho tiempo ignoré el tema de mis propias finanzas y mi economía. De hecho me acuerdo que odiaba este tema porque no lo entendía, en esa época yo pensaba: De eso que se encarguen los expertos, mi foco debe estar en producir dinero en mi trabajo y si estoy produciendo más de lo que gasto, estoy haciendo las cosas bien.

Pero la vida se encargó de demostrarme que yo podía ser un buen profesional en lo que fuera y al mismo tiempo ser un buen administrador de mis propios recursos, un buen inversionista, y así tener verdadero poder sobre mi dinero.

Así que decidí seguir invirtiendo mi propio dinero y a la vez educar a personas sobre cómo invertir en la Bolsa de New York a través de Internet (pues yo vivía en Argentina y mis alumnos en Colombia). De hecho mi primera alumna formal en Invierta Para Ganar fue: ¡Luz Helena! Sí, la psicóloga externa que me hizo la “Entrevista de Salida”. Al cabo del tiempo le pregunté por qué se había decidido a buscarme y educarse conmigo y me dijo que me había visto tan seguro en mi deseo de ser exitoso con esto, veía las publicaciones de mis viajes en Facebook y por último ¡ella también tenía ganas de dejar su trabajo!

¿Por qué Invertir?

Cuando me retiré en el año 2008 yo tenía el sueño de vivir en varios países, viajar por el mundo y ser mi propio jefe. Así que ver como comenzaba a realizarse mi sueño al vivir en Buenos Aires fue muy transformador, mi plan era solo vivir un año allí pero al final estuve viviendo dos años.

Luego regresé a Colombia y estuve viviendo allí un año, después estuve viviendo 7 meses cerca de San Francisco, California, luego regresé para vivir en Colombia durante 12 meses más y desde mediados de 2013 estoy viviendo en Canadá.

Como te podrás haber dado cuenta ¡me apasiona viajar! Siento que cuando estoy viajando estoy abierto a una cantidad de experiencias, culturas, comidas, para mí viajar es fantástico, es parte clave de mi calidad de vida.

El hecho de vivir del *trading*, es decir, vivir de las ganancias de mis inversiones en la Bolsa de New York tiene el beneficio no solo de permitirme viajar sino acomodarme más rápido a donde voy llegando de viaje.

Por ejemplo, cuando llegué a Canadá mis amigos que llevan muchos años viviendo en este país me decían, a ti te va a dar muy duro el tema de la ciudad, de moverte, de la comida pero lo más difícil es encontrar trabajo porque aquí tú te vas a demorar seis meses si te va bien y si te va mal te vas a demorar un año en ser aceptado en un empleo.

Yo al primer día de haber llegado a Canadá ya tenía trabajo porque tengo mi trabajo de hacer mis inversiones, entonces no tuve que ir a buscar empleo, es más, si mañana decidiera irme a vivir a otro país o a otra ciudad, sé que voy a poder continuar trabajando desde allá en mis inversiones, generando dinero para tener una buena calidad de vida para mí y mi familia.

Trabajo Duro versus Trabajo Inteligente

¡No te confundas! Muchas veces nos dejamos engañar por un espejismo que para vivir bien hay que trabajar duro y no te voy a decir mentiras de que no hay que hacer las cosas bien, ser exigente con uno mismo. Pero más que Trabajar duro hay es

que Trabajar inteligentemente: hay que buscar que tú dinero trabaje para ti, que tú realmente puedas contar con tiempo para ti, tu familia y al mismo tiempo tengas el dinero suficiente para hacer realidad los proyectos que tengas.

Creo que vivimos en una época increíble, es decir, nuestros padres no tenían las mismas oportunidades que nosotros por muchas razones, como por ejemplo, facilidad de idiomas, facilidad de viajar e Internet. ¡Hoy las oportunidades que tenemos son increíbles! Tener un computador y una conexión a Internet te da acceso a básicamente cualquier tipo de conocimiento que tú quieras.

Vivimos en un mundo donde el dinero juega un papel importante y nadie puede escapar a esto, así que no importa cuál sea tu profesión o interés, en el transcurso de tu vida vas a producir, gastar e invertir dinero: Vas a tener que comprar víveres para tu casa, salir a un restaurante, abrir una cuenta de banco y dejar tu dinero allí, invertirlo o gastarlo todo.

Así que tiene mucho más sentido aprender cómo usar este recurso de una manera inteligente, aprender cómo hacer que el dinero trabaje para ti. Así, si tú en 1, 5 o 10 años de invertir ya recibes unos ingresos suficientes de tus inversiones puedes tomar la decisión de seguir trabajando porque quieres o sencillamente despedir a tu jefe y dedicarte a lo que más te guste: Viajar por el mundo, ayudar a otros, vivir en la casa que quieras o sencillamente vivir con total tranquilidad.

Cómo Invertir Mejor

Para ser un inversionista exitoso en la Bolsa de New York te recomiendo seguir 3 pasos importantes:

1. Aprender: Aquí la idea es que aprendas una o varias técnicas

de inversión probadas, que entiendas y que puedas usar para ganar dinero. La clave de este paso es que aprendas de manera clara y práctica: aprendiendo con palabras sencillas y conceptos que puedas usar de inmediato.

2. Practicar: En este paso la idea es que practiques sin riesgo lo aprendido para ganar experiencia y confianza, en particular yo te recomiendo practicar sin riesgo en una cuenta demo o simulador de bolsa donde podrás comprar y vender acciones virtuales sin arriesgar nada.

3. Invertir: Solamente después de que hayas aprendido y practicado, la idea es abrir una cuenta y comenzar a invertir tu dinero real.

Si te pones a pensar, ¡yo hice todo al contrario! Primero invertí directamente mi dinero y es el peor error que uno puede cometer. Yo no tenía ni idea de cómo hacerlo bien, seguro iba a perder mi dinero y no tenía el menor sentido.

Luego dije, tengo que practicar un poco más, así que le puse más dinero a mis inversiones y solamente al final se me ocurrió aprender de alguien que ya lo hiciera. Créeme, no tiene sentido que cometas estos mismos errores que yo ya cometí. Hoy te recomiendo mejor que sigas los 3 pasos básicos: Aprender, Practicar e Invertir.

La mayoría de la gente salta de una a invertir, ven la Bolsa de New York como una lotería, piensan que es como La Vegas y no hay nada más lejano de la realidad. Si las inversiones en la Bolsa de New York fuera como Las Vegas, los bancos no pondrían su dinero en la Bolsa, si esto fuera Las Vegas los ricos no pondrían su dinero en la Bolsa.

Ganar Dinero al Alza y a la Baja

¿Tú crees que los ricos saben cómo hacer dinero al alza y a la baja? Es decir, hacer dinero a medida que la Bolsa de New York sube y también a medida que cae? La respuesta correcta es: ¡Definitivamente!

Mira por ejemplo el caso de Carlos Slim, el billonario mexicano que en octubre de 2013 ya contaba con una fortuna de US\$73 billones de dólares (esto son billones, es decir, miles de millones de dólares) según la revista Forbes. ¿En qué año crees que llegó al título de ser el hombre más rico del mundo? Si contestaste que en 2008 estás en lo cierto, lo increíble aquí es que en 2008 tuvimos una de las crisis económicas más grandes de nuestro tiempo. Es decir, el hombre más rico del mundo incrementó su fortuna en medio de la crisis.

No muchas personas saben que se puede ganar dinero cuando la Bolsa va subiendo pero también cuando está cayendo, además esta técnica de ganar dinero a la baja no solo está al alcance de los millonarios, también de cualquier inversionista en la Bolsa de New York.

El tipo de operación que tú puedes usar para poder ganar dinero cuando el mercado de la Bolsa va subiendo es comprar barato para luego vender más caro, allí no hay mucha ciencia y todo el mundo lo sabe. Lo que no todo el mundo sabe es que la técnica que tú puedes usar para ganar dinero a la baja se llama “Venta en corto”, esta técnica se puede hacer en la Bolsa de New York pero no se puede hacer en las Bolsas de Latinoamérica, es decir, no se puede hacer en las Bolsas de Colombia, México, Perú, Argentina, etc.

En mi página de www.InviertaParaGanar.com podrás encontrar más información sobre la operación de “Venta en

corto” si quieres aprender más sobre cómo ganar dinero a la baja.

¿Por qué invertir Tú Dinero en la Bolsa de New York?

Yo escogí invertir mi dinero en la Bolsa de Valores de New York pues tiene varios beneficios importantes frente a las Bolsas de Latinoamérica. Algunos de los beneficios más importantes de la Bolsa de New York son:

Solidez: La Bolsa de New York es la Bolsa más importante del mundo en número de empresas inscritas y más grande del mundo en términos de dinero invertido, está activa desde 1817 y es la Bolsa donde los bancos, fondos de pensiones y aseguradoras de todo el mundo invierten su dinero.

Costos: Comprar acciones en la Bolsa de New York tiene un costo de US\$10 en cualquier *broker* sin importar el número de acciones que compres. Por otro lado, comprar acciones en las Bolsas locales de Latinoamérica tiene un costo de entre US\$15 a US\$30 según el cliente más un porcentaje adicional de comisión basado en el número de acciones y monto de inversión que uno hace.

Seguridad: Para invertir tu dinero se debe siempre usar un *broker* o casa comisionista de bolsa, un beneficio importante es que los *brokers* en Estados Unidos están registrados con la SEC (Securities Exchange Commission) y esta entidad asegura tu dinero hasta por US\$250,000 si el *broker* o casa comisionista de bolsa se quiebra. ¿Adivina por cuánto está asegurado tu dinero si el *broker* o casa comisionista de bolsa local en Latinoamérica donde lo tienes se quiebra? Si tu respuesta es cero estás en lo cierto, en noviembre de 2012 una de las casas de bolsa más grande de Colombia llamada Interbolsa fue intervenida por el Gobierno por malos manejos del dinero de los inversionistas y

9 meses después se anunció que “Interbolsa no tiene ni siquiera la mitad del dinero para pagar, más exactamente por cada 100 dólares invertidos hay cerca de 37 dólares”, según la revista económica Dinero en su edición de agosto 2013.

Transparencia: ¿Cuál es el sueldo anual de Warren Buffett? La respuesta es US\$423,000 dólares en 2012, ahora ¿qué tan fácil es saber el sueldo anual de cualquier Director General de una empresa en Latinoamérica? La verdad muy difícil. ¿Qué tan fácil es saber desde tu casa en vivo y gratis sobre una empresa, cuánto fueron sus ganancias trimestrales? ¿Cuánto dinero gastan al año? ¿Los directivos están comprando acciones de sus propias empresas o están más bien vendiendo? Este es el tipo de información que es clave que tú tengas a la hora de invertir, esta información está disponible para las empresas que cotizan en la Bolsa de New York pero lamentablemente es difícil o en algunos casos imposible conseguir para las empresas que cotizan en las Bolsas locales de Latinoamérica.

Liquidez: La bolsa más grande del mundo es la Bolsa de New York, en la Bolsa de valores de New York se comercian al año en promedio 21 Billones de Dólares en acciones y 9.000 empresas cotizan allí sus acciones. En contraposición, la bolsa más grande de Latinoamérica es la Bolsa de Sao Paulo (más grande incluso que MILA o Mercado integrado Latinoamericano) que ocupa el lugar número 7 entre las más grandes del mundo y donde 550 empresas cotizan allí sus acciones. Es decir, que para un nuevo inversionista hay más posibilidad de poder comprar y vender la acción que más se ajuste a su perfil de inversiones en el momento que quiera en la Bolsa de New York versus cualquier otra Bolsa del mundo.

Estos beneficios al final se traducen en que para un inversionista novato es mucho más fácil, más barato, más seguro y más

transparente invertir su dinero en la Bolsa de Valores de New York. No por nada es la Bolsa más grande e importante del mundo.

5 Preguntas Claves sobre Invertir en la Bolsa de New York

Durante estos 5 años de Invierta Para Ganar he tenido el privilegio de conocer miles de personas de toda Latinoamérica, personas trabajadoras, que quieren tener un futuro diferente, quieren escapar como dice Robert Kiyosaki (soy fanático de sus libros y su filosofía de inteligencia financiera) de la “Carrera de la Rata” para alcanzar su Libertad Financiera.

En este tiempo también he tenido el privilegio de entrenar más de 800 nuevos inversionistas de 18 países del mundo y me siento muy orgulloso de liderar una comunidad de más de 52.000 seguidores en Facebook que precisamente quieren aprender más de cómo invertir exitosamente.

Durante estos años hay cientos de preguntas que me han hecho pero hay algunas que son las más preguntadas, son como el Top 5 de preguntas. Quiero compartir contigo estas preguntas para que tú aprendas más sobre cómo invertir, incluso me gustaría preguntarte:

¿Cuál es tu “Plan B” de generación de ingresos?

Es decir, si mañana o en una semana ya no pudieras trabajar o te despidieran, ¿cuál es tu “Plan B” de generación de dinero para ti y tu familia?

Si lo tienes, te felicito, pues haces parte de la inmensa minoría de personas que pueden vivir más tranquilas financieramente, si no lo tienes, te invito a que lo definas rápidamente. Si no lo haces por ti, hazlo por tu familia pues generalmente son las familias las que se ven más impactadas con una calidad de vida inferior cuando llega un despido o una condición financiera negativa.

Ahora sí lo prometido, las 5 preguntas claves al momento de iniciar a invertir son:

1.- ¿Cuánta es la inversión mínima si quiero invertir en la Bolsa de New York?

El monto mínimo para abrir una cuenta real en un *broker* o comisionista de bolsa y comenzar a invertir en la Bolsa de New York es de solo US\$500 dólares. Es decir, que si en los últimos meses te has comprado un televisor de Plasma o LED ¡ya podrías estar invirtiendo en la Bolsa de New York!

2.- ¿Necesito tener una cuenta de banco en Estados Unidos para invertir en la Bolsa de New York?

No, no es necesario tener una cuenta de banco en Estados Unidos. Lo que sí es importante es tener una cuenta de Banco en tu país para poder enviar y recibir el dinero de tus ganancias. Lo bueno es que no necesitas ningún tipo de cuenta especial en tu país, con una cuenta normal de ahorros o cuenta cheques o corriente es suficiente.

3.- ¿Necesito tener Visa para Estados Unidos si quiero invertir en la Bolsa de New York? ¿Necesito viajar hasta Estados Unidos para invertir allí en la Bolsa?

No, desde tu país después de haber aprendido y haber practicado abres una cuenta en un *broker* real en Estados Unidos a través de Internet. Luego envías por correo certificado, DHL o FedEx unos papeles firmados que te van a pedir y más o menos una semana después ya tienes tu cuenta abierta y lista para invertir.

4.- ¿Cómo hago para enviar el dinero que voy a invertir a la Bolsa de New York y luego cómo hago para traer las ganancias de regreso a mi país?

Tanto para enviar el dinero como para traerlo se usa un Envío Interbancario (Wire Transfer, en inglés), básicamente lo que

haces es que después de abrir tu cuenta real en el *broker* en Estados Unidos ellos te dan un número de banco y un número de cuenta para depositar el dinero que vas a invertir. Con estos datos te acercas a tu banco local y dices que quieres enviar el dinero que tú definas a ese banco a esa cuenta en particular, esto tiene un costo de unos US\$20 a US\$25 dólares que cobra tu banco local y 2 a 3 días después el dinero ya está en tu cuenta del *broker* en Estados Unidos listo para que lo puedas invertir.

Cuando quieras retirar las ganancias funciona igual, supongamos que quieres retirar unas ganancias mensuales de US\$2,000 que tuviste. Lo que haces es enviar una orden vía fax al *broker* diciendo que retire las ganancias de tu cuenta de *broker* y las envíe a tu banco local con el número de tu cuenta local, nuevamente esto tiene un costo de unos US\$20 a US\$25 dólares y el dinero llega a tu cuenta unos 2 a 3 días después para que lo puedas usar en lo que tú quieras.

5.- ¿Esto es legal? Es decir, ¿me van a cobrar impuestos sobre este dinero de mis ganancias cuando las traiga?

Definitivamente es legal, cerca del 30 por ciento de las inversiones que se hacen en la Bolsa de New York se hacen desde fuera de los Estados Unidos por inversionistas de todo el mundo.

Por vivir tú fuera de los Estados Unidos e invertir en la Bolsa de New York no vas a tener que pagar ningún impuesto en Estados Unidos. Por otro lado, una vez que tú decidas traer tus ganancias a tu país si así lo quieres, obviamente vas a tener que pagar impuestos sobre estas ganancias adicionales que estás teniendo.

Aquí es donde yo veo dos tipos de mentalidades, la persona con mentalidad de pobreza dice: “Yo quiero apostarle a lo seguro,

no quiero pagar más impuestos así que prefiero ganarme el 100 por ciento de nada”.

Por otro lado, está la persona con mentalidad de riqueza que dice: “Sé que me van a cobrar impuestos pero estos impuestos extra solo me los cobran sobre dinero que antes no tenía, es decir, ¡solo me cobran dinero extra si gano dinero extra! Así que prefiero ganarme el 70 a 80 por ciento de algo”.

Hay una frase de Jim Rohn que me encanta: “El éxito deja huellas”. Eso quiere decir que si uno quiere lograr algo, vale la pena mirar quién logró ya eso que uno quiere lograr, revisar qué pasos siguió, es decir, qué huellas dejó y repetir esos mismos pasos para buscar tener el mismo resultado. La probabilidad más alta es repetir ese éxito en lugar de buscar reinventar la rueda cada vez que uno quiere lograr una nueva meta.

Te invito a que te pongas metas grandes siempre, las metas pequeñas honestamente no sirven para nada. Las metas grandes sirven para energizar tu vida, para tener un norte claro siempre y además son retadoras.

Espero que esta introducción a este increíble mundo de las inversiones en la Bolsa de New York te haya servido, que te sientas con más conocimiento y más claridad de cómo hacen su dinero las personas más ricas del mundo. Si tienes más preguntas o sientes que quieres aprender más, puedes entrar a: **www.InviertaParaGanar.com** , me va a dar mucho gusto darte la bienvenida.

UN AUTOR

Antes y Después de la Era Digital

Por Diana Rochin

Para un autor en la era digital, esta le ha traído muchos beneficios, y ahora tú también puedes ser un AUTOR.

Como dice el refrán hay tres cosas en la vida que tenemos que hacer para dejar huella.

1. Plantar un árbol.
2. Tener un hijo.
3. Escribir un libro.

Este refrán muchas personas lo conocen, yo lo he escuchado desde niña, y conozco a muchísimas personas que han sembrado un árbol, pero sin embargo, no creo que sea algo en lo que puedas decir que puedes dejar huella con esto porque un árbol también puede morir por varias razones.

También el tener un hijo, muchísimas personas tienen hijos pero eso no significa que puedes dejar huella porque si tu hijo no tiene descendencia ya no hay huella.

Pero la mayoría de las personas se van de este mundo sin escribir un libro y no es porque no tenían nada que decir o contar, ya que todos tenemos algo que nos apasiona en esta vida, y que nos gustaría compartir, hay tantas cosas de las que podemos escribir, educación, ficción, cocina, finanzas, ejercicios, ciencias, etc.

Yo no conozco a muchas personas que hayan escrito un libro, pero sí me sorprende que cuando personas saben que yo he escrito libros muchas me preguntan cómo lo hice, y piensan que es algo muy complicado, porque tal vez antes sí fue muy complicado, pero actualmente gracias a la Internet, es otra historia, las personas que deseen escribir su libro y dejar huella en este mundo y a la misma vez poder hacer un negocio lucrativo y divertido, lo pueden hacer después de leer este capítulo.

Pienso que esta es la época de oro para las personas que quieran escribir y publicar un libro, porque nunca antes en la historia ha sido más fácil hacerlo y darlo a conocer, porque gracias a la tecnología moderna y a todas las herramientas que hay, ahora sí es posible que las personas puedan lograr hacer las tres cosas que dice el refrán y puedan dejar huella.

La razón por la cual las personas no escriben un libro, es porque se imaginan que es algo muy difícil de hacer, y la realidad es que en esta época es muy sencillo escribir un libro, las cosas han cambiado drásticamente. Esta es la razón por la que quise escribir sobre este tema, porque quiero motivar a las personas a hacerlo, que sepan que sí se puede, porque sé que hay muchas personas que tienen el deseo y la idea de lo que les gustaría escribir. Su propia historia o una novela o cualquier otro tema, pero lo que las detiene es la idea de que es algo muy difícil, y no es así, hoy en día escribir un libro es muy sencillo, económico, en este capítulo te darás cuenta de cómo han cambiado las cosas.

¡Hola! Soy Diana Rochin y quiero contar mi experiencia como autora antes y después de la era digital. En el año 1999 fue cuando escribí mi primer libro: “Cómo hacer rendir tu dinero al máximo”, es un libro de auto ayuda para enseñar a

las personas a tomar el control de su dinero y saber cómo es que funciona la economía en Estados Unidos, sabía que hacer un libro con una compañía editorial era algo muy difícil de conseguir y además yo no lo hacía con fines de lucro y decidí hacerlo por mi cuenta, lo hice con tanta ilusión de compartir lo que yo había aprendido y cómo había logrado salir de todas mis deudas, y quería que mi historia fuera un impulso de motivación para otras personas.

Yo nunca había soñado con ser autora, ni sabía usar la computadora, así es que me lo pasé a escribir y escribir a mano y después de tener el borrador de mi libro contraté a alguien para que me lo transcribiera, después de tener todo terminado pensé que ya había terminado el trabajo duro. Pero no fue así, ya que tenía que buscar dónde imprimirlo a un buen costo y en esa época tenía que buscar en el directorio de teléfonos de la sección amarilla de mi ciudad, y como no había mucha oportunidad de comparar precios, solo escogí lo mejor que encontré, me llevó mucho tiempo buscando una imprenta y haciendo muchas llamadas, fue muy difícil, pero lo logré y al mandar hacer los libros no me convenía hacer menos de 1,000 porque el precio era muy elevado.

Pero antes de imprimir tenía que tener los documentos apropiados de la librería del Congreso, el número ISBN, el número de barra, gastos y más gastos. Pero todo valía la pena porque yo sentía que al tener este libro en mis manos podría descansar y empezar hacer mis pláticas y compartir mis experiencias.

Desafortunadamente no fue así, porque nadie me conocía en esta área de mi vida, y aunque tuve la oportunidad de que me entrevistaran en la radio, una que otra vez, claro que eso no era suficiente para poder promover mi libro.

La publicidad en el periódico, radio y televisión, todo eso cuesta mucho dinero, aún ir a los clubes y organizaciones era muy difícil, saber dónde había reuniones y a muchas de ellas tenía que pagar o necesitaba ser miembro para poder ir o conocer a algún miembro. Así es que lo único que podía hacer para darme a conocer era ir y visitar muchas organizaciones en tu nicho de mercado, y fue algo muy difícil para mí, porque antes si no tenías el dinero para promoverte o los contactos necesarios, era muy difícil lograrlo.

Los tiempos han cambiado tanto para los autores y ya hay tantas herramientas en la Internet que facilitan mucho el trabajo. Mi nuevo libro “Mi GPS Financiero” es algo muy diferente a lo que pasó anteriormente, gracias a Dios no me di por vencida porque sabía que las cosas estaban cambiando y ahora era más fácil, vi como muchos de los obstáculos que me impidieron darme a conocer, ya no lo serían gracias a Internet y a toda la tecnología, además me di cuenta que sola no lo podría lograr, porque es muy importante aprender de personas expertas y que han tenido éxito en lo que tú quieres lograr y así lo hice esta vez, empecé a aprender de los expertos Luis Eduardo Barón y Álvaro Mendoza. Y ahora que estoy siguiendo los pasos que debo tomar y usando las herramientas de Internet, en solo meses he logrado más que en años de lo que logré en mi primer libro.

Mi nuevo libro ya está en muchos países, ya tengo representantes en diferentes lugares del mundo. Me están invitando a plataformas importantes, personas que tienen *shows* de Internet me están entrevistando, ya estoy a punto de lanzar mi *show* de Internet, y más cosas que han sido muy emocionantes.

He estado estudiando el nuevo sistema y opciones que me

brinda la Internet. Pero mi vida como autor definitivamente es antes y después de Los Maestros de Internet. Quiero compartir contigo algunas cosas que hacen posible que las personas logren escribir un libro más fácilmente, y cómo un autor puede hacer que ese libro se convierta en varios productos y en un negocio residual, para que tú también lo puedas lograr.

Herramientas que puedes usar un Autor en la Era Digital

www.wattpad.com Con una página web como está ahora todas las personas tienen la oportunidad de empezar a escribir su libro en una forma muy fácil de hacer y no solo eso sino también con la oportunidad de que los lectores estén interactuando mientras el libro está siendo escrito capítulo por capítulo. Es una página muy buena y es gratuita, es como una página de Facebook para lectores y escritores, tiene muchos libros que puedes leer, pero lo mejor es que tiene una sesión donde tú puedes empezar a escribir tus propios libros, solo te registras y puedes ir a donde dice “crear” y tú le pones el nombre de tu historia o libro, también escribes una corta descripción de lo que se trata, y escoges la categoría de tu libro, y empiezas a escribir y cuando terminas cada vez que escribes algo nuevo lo guardas y las personas tendrán la oportunidad de empezar a leer tu historia.

Ofrece mucho para un escritor que apenas empieza ya que tiene la opción de escribir y empezar a publicar a la misma vez, y también te ofrece personas que podrán ir leyendo tus historias, da la oportunidad a autores y lectores alrededor del mundo que pueden estar en contacto, es como una página de Facebook pero enfocada en libros. Y podrás recibir comentarios de las personas que están leyendo tu historia, lo bueno es que lo puedes ir haciendo poco a poco y se puede convertir en un libro. Las personas que lo están leyendo pueden dar opiniones de cómo les gustaría que terminara o sugerencias de lo que les gustaría que pasara.

Los autores pueden ir viendo lo que les está gustando o no a sus lectores, te puede servir como guía hacia dónde te debes dirigir con tu libro para alcanzar más público. También los lectores te pueden sugerir que hagas la continuación del libro, es bueno porque es como si las personas que lo están leyendo te estuvieran ayudando y motivando a escribirlo, no estarás solo en tu camino de autor.

También las personas que lo leen te dan estrellas de puntuación y te pueden empezar a reconocer y llegar a estar entre los libros más leídos en esa página. También las personas que lo están leyendo pueden tener un *link* para publicar en su blog o lo pueden poner en su Facebook o Twitter.

Con herramientas como estas en Internet te ayudan a empezar como autor, por si eso fuera poco no cuesta nada, no tienes nada que perder pero mucho que ganar.

www.Amazon.com Es más que una página que puede ayudar a vender tus libros, tiene muchas herramientas gratuitas que muchos autores las están desaprovechando, y están dejando publicidad y dinero en la mesa, déjame decirte Amazon es la compañía que vende más libros en la Internet, y también te da la oportunidad de poner una página de autor y es gratuita. En esta página podrás poner tu biografía, varias fotos, también puedes agregar hasta 8 videos, es una página muy importante donde puedes incluir el “book trailer” –más adelante te hablo sobre qué es esto–, también podrás poner información sobre tu blog y tu cuenta de Twitter para que las personas sepan de lo que estás hablando. Podrás tener la oportunidad de dejar alguna pregunta para dar oportunidad de que personas empiecen a comunicarse contigo. Imagínate todo el tráfico que podrás recibir gratis y muchos autores no lo están usando, pero ahora ya lo sabes.

Tarjetas de presentación digitales. Estas tarjetas son muy útiles para cualquier negocio, y para un autor de libros es una herramienta muy útil, porque puedes agregar la foto de tu libro, siempre se ha dicho que las tarjetas de presentación son muy importantes para un negocio, pero ¿cuántas personas verdaderamente tienen el cuidado de guardarlas? No muchas, ahora la tarjeta digital tiene muchas ventajas, porque puedes agregar mucha información, como fotos, videos, puedes personalizarla, puedes editarla, si quieres hacer cambios, y a las personas que se las diste se les cambia automáticamente la información porque es digital, la puedes enviar por *e-mail* o por teléfono, pero por teléfono las personas tienen que tener esa aplicación para recibirla. Hay una compañía que hasta te da un código QR. Existen varias compañías que las hacen, el precio es muy bueno casi igual a las tarjetas tradicionales, hasta las puedes encontrar gratis, hay aplicaciones para iPhone, solo haz una búsqueda por Internet o puedes ver en YouTube cómo trabajan, sé que te va a gustar.

Códigos QR. Son los códigos digitales que traen un *link* o enlace con productos, páginas web, videos, etc. Este código es muy fácil de conseguir en Internet hasta gratis o en páginas como en fibber.com te lo pueden hacer con tu logo por solo \$5,00. Este código puede ser de gran ayuda para tu negocio, porque lo puedes agregar en la cubierta trasera de tu libro para que tus lectores puedan visitar tu página web o blog. Pero también es importante hacer publicidad y mandar hacer regalos con tu nombre, bueno ahora más que tú nombre tus regalitos de publicidad pueden traer mucho más que eso, solo con un clic, los puedes llevar a tu video de introducción de tu libro y a tu página. Puedes ponerlo en llaveros, tasas, camisetas, cachuchas, y lo que quieras, también, cuando das pláticas y pasas hojas de tus materiales les puedes incluir el código QR. Se estarán llevando tu información y contacto en cada hoja.

La Vida de un Autor antes y después de la Era de Internet

Antes los autores tenían que escribir en una libreta o máquina de escribir, borrar, corregir, volver a empezar, hasta poder escribir lo que querían realmente escribir, y la literatura está llena de autores admirables de los que hemos aprendido muchísimo, pero hoy en día hay muchas, muchas personas que desean escribir un libro y como que piensan que todavía es algo muy complicado, cuando las personas saben que yo he escrito libros hay muchas personas que me platican que a ellos les gustaría escribir uno pero ni lo intentan porque no se sienten capaces de lograrlo, piensan que todavía es algo muy complicado, pero quiero decirte que gracias a la tecnología moderna ahora tú también puedes escribir el libro que tanto has soñado, escribir de tu tema preferido, una novela, ficción, cocina, educación, etc.

Ahora gracias a los programas de Microsoft Word está muy fácil, puedes empezar a escribir y corregir fácilmente y lo puedes ir guardando y puedes ir agregando capítulos poco a poco. Si te lo propones y empiezas a escribir lo podrás lograr.

Lo primero que tienes que hacer es decidirte, saber de qué es lo que te gustaría escribir, cuál es tu pasión, en qué eres un experto, después de que ya sabes sobre qué es lo que quieres escribir, escoge el título, y escribe los puntos importantes de tu tema, que pudieran ser los diferentes capítulos, después puedes ir agregando contenido en cada capítulo y muy pronto podrás tener tu primer libro, y más si lo haces de un tema que dominas.

Gracias a la Internet ahora puedes navegar y buscar los datos, estadísticas o información que necesites para escribir tu libro. Esto es solo un resumen sencillo de lo que pudieras hacer para hacer tu libro una realidad. Pero hay muchos sistemas,

tú escoges el que mejor te parezca. Lo importante es empezar. ¿Cuánto tiempo puedes dedicar por semana para escribir tu libro? ¿Cuándo quieres empezar? Propóntelo, ponle fecha a tu sueño y podrás hacer tu libro una realidad.

Antes para hacer un libro si no conseguías que una editorial quisiera publicártelo era muy difícil hacerlo ya que los costos eran elevados para hacerlo por tu propia cuenta. Y solo de pensar en eso muchas personas ni lo intentaban o se quedaron solo con el bosquejo del libro y el sueño de un día tener un libro.

Ahora si tú quieres hacer un libro lo puedes hacer por tu cuenta, cada vez más personas están optando por esta opción, gracias a la tecnología digital es muy fácil hacerlo y con un costo muy bajo, que cualquiera lo puede hacer. También uno de los beneficios de ser un autor independiente, es que te quedas con el 100 por ciento de los derechos de autor y regalías. A comparación de una casa editorial que solamente paga a los autores entre un 10-15 por ciento. Si haces tu libro impreso al principio, lo puedes poner a la venta en Amazon Kindle y tenerlo a la venta en menos de 12 horas después de haberlo terminado, cuando lo vendes en Amazon Kindle tienes la opción de 70 o 35 por ciento de regalías dependiendo del precio y el país.

Antes los costos para imprimir un libro eran muy elevados, y una de las razones principales es que era muy difícil hacer comparación de precios, porque todo era por teléfono o fax, y aunque algunas compañías tuvieran página en Internet la mayoría no ponían los precios, y era muy difícil para las personas compararlos. Además, para que te dieran un precio que te conviniera tenías que ordenar mínimo 1,000 libros.

Porque cobraban un precio por montar el libro, en la actualidad todavía hay muchas imprentas que lo hacen y están cobrando por eso, pero tú ya no tienes que pagar tanto, porque ahora hay más opciones, solo tienes que saber y buscarlas.

Ahora si quieres tener tu libro impreso lo puedes hacer a un precio muy bajo y sin tener que imprimir tantos libros, gracias a Internet hay más competencia porque puedes comparar varias compañías en un corto tiempo. Ahora es muy fácil buscar imprentas y en muchas de ellas puedes ver exactamente cuánto te costaría tu libro, ya que tienen calculadoras y solo tienes que poner el número de páginas, el tamaño que quieres usar, cuántos libros quieres imprimir y listo. Tú puedes jugar con las calculadoras de esas páginas y ver cuánto te costaría y con cuántos libros quieres empezar. Y dónde te conviene más ordenarlos.

Para mí es duro creer pero todavía hay muchas personas que lo hacen como se hacía antes y no se ponen a buscar por Internet, yo hice mi investigación por Internet y busqué los mejores precios y luego fui a la imprenta donde me hicieron mi primer libro y pedí cotización sobre mi libro nuevo y el mejor precio que me daban por unidad en 1,000 libros era igual que lo que yo conseguí en una imprenta por la Internet por 100 libros. Aun contando los gastos de envío.

Solo tienes que saber exactamente lo que quieres, qué tipo de papel y todo para que cuando lo busques saber qué pedir, así es que tú puedes solicitar que te manden muestras gratis para ver la calidad de sus libros, también te recomiendo ir a imprentas locales y hacer muchas preguntas para saber qué es lo que quieres.

En mi página www.migpsfinanciero.com pondré las compañías que yo he encontrado que tienen los mejores

precios. Ahora hay varias compañías por Internet que te pueden imprimir 1 libro a la vez y a muy buen precio, no solo eso, si quieres que ellos se encarguen de la distribución, te dan un link que tú puedes poner en donde quieras vender tus libros y la orden llega a ellos e imprimen el libro y lo mandan y listo, tú recibes tu parte y ni siquiera tienes que tener inventario si no quieres. Todos ganan, porque ellos se quedan con lo que se cobra por manejo y envío, y tú les pagas por la impresión del libro y te quedas con el 100 por ciento de tus regalías. Es como si ellos trabajaran para ti, con la diferencia que quienes les pagan son tus clientes. Wow, qué te parecen esos cambios en la vida de un autor en la era digital.

Antes para dar a conocer tu libro, se hacía un *tour del libro*, y se iba a diferentes ciudades y se hacían eventos en librerías y organizaciones, bueno actualmente todavía se hace pero por lo general los que hacen esto son las editoriales grandes, llevan a sus autores que por lo general son personas que ya tienen un nombre reconocido, como políticos, artistas, deportistas famosos o personas que han llamado la atención de la prensa por diversas razones. Pero las editoriales se quedan con muchas regalías de esos libros por todos los gastos que ellos hacen.

Ahora en esta época todos los autores podemos hacer un *tour del libro*, y no solamente alrededor de ciudades de nuestro país sino a través del mundo entero, es fascinante lo que hoy en día podemos hacer casi sin dinero y desde nuestra casa sin necesidad de viajar.

Se puede hacer de diferentes maneras, puedes hacerlo con personas que tienen programas de radio por Internet y hay muchos que tienen audiencias muy grandes, puedes hacerlo compartiendo en blogs que tengan el tipo de personas que

crees les interese tu libro, pero yo pienso que una de las mejores herramientas de hoy en día es por medio de los *hangouts* es una herramienta de Google+ y es actualmente gratuita.

Yo conocí de esta herramienta gracias a Phil Alfaro. Pienso que es una herramienta supervaliosa para los autores y la pueden usar de diferentes maneras, pueden hacer seminarios, pueden ser entrevistados por personas que hacen *shows* de temas relacionados con tu libro, puedes hacer sesión de preguntas y respuestas. Puedes tener tu propio *show*. Y no hay límite para cuantas personas puedan registrarte para ver tu *show*, y también después de la cesiones se graban los *shows* y automáticamente se ponen en YouTube, es algo fantástico, bueno esta herramienta se puede usar para cualquier negocio por Internet pero para los autores yo lo veo como algo indispensable. No es muy difícil de usar, tú puedes aprender solo pero te recomiendo aprender del mejor Phil Alfaro es el rey de los *hangouts* y da muchos, muchos cursos gratis.

Antes, hacer un comercial de tu libro era algo muy costoso, pero los grandes autores lo podían hacer y todavía lo hacen, pero para los autores que estamos empezando esto es algo que por el costo no conviene.

Ahora los autores pueden hacer un pequeño comercial de su libro, le dicen “book trailer”, igual a lo que se hace para las películas un “movie trailer” que es un resumen de lo más importante. Los autores pueden hacer su “book trailer” poniendo el título del libro, el nombre del autor, frases importantes que están en el libro, en si un resumen interesante o impactante que pueda alcanzar otro tipo de personas, tal vez personas que no irían a Amazon a buscar un libro con tu tema, pero que sí verían en YouTube un video de corta duración y

si los pueda animar a comprarlo, y si lo haces bien con datos interesantes, personas pueden compartir tu video con sus amigos, y en sus blogs.

Esta es una herramienta muy buena que los autores debemos usar. Además el costo puede ser muy bajo básicamente es un video corto, le puedes agregar música de fondo, fotos que estén en tu libro, y si tu libro no tiene fotos, puedes agregar unas que puedan quedar bien con lo que trata tu libro.

Antes, era muy difícil tener una página web, porque para tú poder controlarla y hacer cambios era muy complicado hacerlo tú mismo por los códigos y programas que necesitabas usar, cuando escribí mi primer libro en 1999 mandé hacer una página web me costó mucho dinero, y también tenía que pagar mensualidades para poder hacer cambios, y para cada cambio que quería hacer necesitaba al técnico de la página, y eso además de ser costoso, algunas veces era complicado explicar exactamente lo que quería.

Ahora, las cosas han cambiado tanto que con saber poco de Internet tú puedes hacer tu propia página web, hay compañías que te dejan practicar hacer tu página sin la necesidad de pagar, ni siquiera te piden tarjeta de crédito. En www.gybo.org.com Google junto con algunos estados, te regala una página web gratis por un año, para los pequeños negocios. Y es tan fácil de crear que dicen que en 60 minutos ya puedes tener tu página en línea pero aunque te tardaras una semana o un mes, vale la pena, ahora si usamos la Internet para promover nuestro libro, nuestro negocio, en unos minutos te conviertes tú en un negocio de local a un negocio internacional, con un potencial increíble, ahora es el tiempo de triunfar, de darte a conocer.

No dejes pasar oportunidades, tienes que tomar acción y empezar a usar las herramientas que tenemos en la Internet, muchas personas que intentaron hacer cosas por Internet y no pudieron hace varios años ya no quieren intentarlo, porque creen que las cosas son muy complicadas como fueron antes, y ven a tanto joven con negocios multimillonarios y piensan que es porque ellos saben mucho de Internet, y bueno claro que para muchos jóvenes las cosas se les hace más fáciles, pero quiero que sepas que las cosas han cambiado, ya es muy fácil tener tu página web.

Así es que tan pronto sepas el nombre de tu libro, tú puedes comprar tu nombre de dominio, para ya tenerlo aunque no empieces a hacer tu página. Las cosas son tan sencillas que mi niño tomó una clase en 4to. de primaria, le enseñaron lo básico de cómo hacer una página web. Yo me propuse a aprender, para serte sincera, no pensé que podría pero dije lo voy a intentar ahora, y en un mes ya tenía mi página con fotos, videos, muchas páginas con subpáginas, con links y todo, me sentí muy bien de haber aprendido te lo recomiendo, porque si yo que no sé mucho de Internet pude hacerlo, sé que cualquiera puede aprender. Pero si no te interesa aprender y prefieres que alguien te la haga, ahora puedes encontrar un buen precio, por menos de \$100 puedes tener tu página.

Algunas de las que yo he visto que tienen buenos precios, donde técnicos te lo hacen y rápido son: **www.mercadolibre.com** , **www.fiverr.com** Recuerda en mi página voy a estar agregando más páginas que hagan buen trabajo y a bajo costo.

Antes no había comunicación del autor con sus lectores, y después de mucho tiempo surgió el *e-mail* y eso ya era algo muy bueno, ya empezaba a ser posible que los autores se comunicaran con sus lectores, por medio del *e-mail*,

estableciendo un tipo de contacto con ellos. Pero no era una comunicación muy directa, y además no muchas personas tenían *e-mail* o Internet en su casa.

Ahora el autor tiene tantas oportunidades de comunicarse con sus lectores por medio de las redes sociales como Facebook, Twitter, YouTube, por medio de un blog, es importante que un autor tenga su página de Facebook de autor, no cuesta nada tenerla, y es bueno poner un *banner* que se vea profesional ya que ayuda a tu imagen. Para alcanzar mayor número de visitas puedes pedir a tus familiares y amigos que se inscriban y dejen comentarios y que si pueden pasen la voz a sus amigos de Facebook, para que ayuden a crecer tus *fans* más rápido. También les puedes pedir que dejen sus comentarios sobre tu libro o una foto leyendo tu libro.

Es importante contestar los comentarios de las personas que te escriben para que ellas se animen más a participar. También es importante estar poniendo notas, *posters*, videos en tu página en relación a tu libro mínimo una vez por semana, para que tus lectores estén pendientes de lo que tengas que decir. También puedes dejar preguntas para dar oportunidad a que dejen comentarios y también conocer más a tus lectores.

Antes las personas no tenían la oportunidad de conocer al autor ni poderlo escuchar, al menos que pudiera tener la oportunidad de que le hicieran una entrevista en la televisión, y para lograrlo era muy difícil y todavía sigue siendo difícil estar en los medios de comunicación y más en la televisión.

Hoy en día tú puedes tener tu propio canal de YouTube y hasta le puedes poner un nombre, puede ser tu propio nombre o el

de tu libro, tu escoges el nombre ya que será tu propio canal de YouTube y es gratis, puedes poner videos con relación a tu libro para que más personas te puedan conocer alrededor del mundo. También puedes pedir a personas que dejen sus comentarios y te den un **me gusta**. Las personas tienen la opción de suscribirse a tu canal. Y podrán ir viendo los videos que estés poniendo.

Antes: Solo los autores de libros que tenían un presupuesto muy grande podían darse el lujo de tener comerciales de sus libros en la televisión. Y todavía los hacen pero sigue siendo muy costoso hacer esto.

Hoy en día puedes hacer un *trailer* de tu libro, así como se hacen cortos de una película en inglés le dicen “movie trailer”, bueno ahora también los autores están haciendo “book trailer” es como hacer un resumen de tu libro en un corto video, con unas frases importantes de tu libro y algunas imágenes, si tu libro no tiene imágenes, puedes agregar algunas que se puedan relacionar con tu libro. Es bueno hacerlo para atraer otro tipo de público que tal vez no se meta a Amazon a buscar comprar libros, pero sí puede ver este “book trailer” de tu libro en YouTube, también lo puedes agregar a tu página web y pedirles a tus amistades y seguidores si lo pudieran compartir en su página.

Recuerda hazlo corto no más de 2 minutos, le puedes agregar música de fondo, introducción de *flash*, tú lo puedes hacer o mandar hacer con muy poco dinero. También puedes mandar este video de introducción de tu libro por *e-mail* a personas que conozcas en juntas de negocios (*networking*), donde se reúnen las personas para dar a conocer su negocio y la mayoría

te dan su tarjeta, tu puedes poner un *link* de este “book trailer” en tus tarjetas o les puedes mandar un *e-mail* personalizado para ellos, y como los acabas de conocer te van a recordar y les puedes mencionar que les vas a mandar este video para que sepan más de tu libro, esta es una superherramienta, que los autores de la época digital podemos usar y también es hacer el trabajo una vez y listo, nos servirá mucho.

Antes si querías hacer una publicidad, las opciones eran los periódicos, revistas, radio, televisión y estabas hablando de costos altísimos, que muchos nuevos autores no tenían la oportunidad de darse a conocer, ya que el presupuesto no se lo permitían. De todas maneras algunos lo conseguían pero era una tarea difícil de lograr. O por medio de contactos.

Ahora la publicidad por Internet puede ser muy económica, y mucho más efectiva que la publicidad tradicional, porque te permite alcanzar el tipo de persona a la que quieres llegar con tu mensaje, te da oportunidad de escoger en qué parte del mundo lo quieres anunciar, a qué edad quieres llegar, a qué sexo, y puedes especificar más cosas. Gracias a los anuncios de Google adds y de Facebook, puedes crear campañas de publicidad a un costo muy bajo y tú puedes controlar cuánto dinero estás dispuesto a gastar.

Puedes pagar por clic o por impresiones de 1,000. Tú decides cuánto estás dispuesto a gastar, la Internet está llena de información de cómo podemos aprender a hacer estas cosas por nosotros mismos, muchas veces no queremos salir de nuestra zona de confort y ni siquiera lo intentamos, antes de ver ya estamos pensando que no podremos. Pero si tu presupuesto no es muy grande te recomiendo aprender a hacer las cosas tú o mínimo a asociarte con alguien que te pueda hacer ese

trabajo a cambio de comisión, para que no gastes dinero que no tienes, conozco a personas que han gastado mucho dinero en publicidad, porque creen que su libro se va a vender por millares y pronto podrán recuperar su gasto. Y sí es bueno empezar con nuestro negocio positivos y esperando que va a funcionar pero te recomiendo que hagas esto con precaución.

El dinero no debe ser un obstáculo y lo que te detenga a tener triunfo como autor, ya que en Internet ahora tenemos muchas formas de darnos a conocer y nos puede llevar a conocer nuevos horizontes. También puedes usar tus videos de YouTube como publicidad gratis, puedes poner *links* gratis en tus videos de YouTube que lleven a las personas a inscribirte en tu página, y esto te traerá más personas a registrarse para los eventos, que tú estés ofreciendo. Este es un tema muy extenso pero muy importante es aprender cómo anunciarte de una manera efectiva. Invierte tiempo en tu negocio aprendiendo, hay cursos muy económicos que valen la pena. O consigue alguien que te pueda ayudar.

La Internet ha Convertido a un Autor en Empresario ya que Ahora un Libro Genera muchas Formas de Ingresos

Escribir un libro algunas veces no es algo fácil, pero si lo haces bien, después de hacerlo, este te podrá producir **ingresos residuales**, o sea, te seguirá pagando una y otra vez cada vez que se venda, el trabajo que hiciste, el tiempo que invertiste en hacerlo, te puede traer muchos beneficios. Porque ahora aun cuando estés de vacaciones o durmiendo, tú seguirás ganando dinero mientras se siga vendiendo, es un negocio perfecto.

Es muy interesante cómo un autor puede convertir el libro en varios productos porque el mismo libro lo puedes hacer en formatos diferentes para atraer a diferente tipo de público.

Libro impreso: Es la manera tradicional, pero ya no es la más común debido a los costos más elevados para hacerlo, y además la Internet -la era digital- está haciendo que muchas personas busquen otras opciones. Pero todavía muchas personas de 40 años o más los prefieren. Pero yo veo que con un libro impreso todavía más personas te reconocen más, tal vez porque muchos no lo hacen. Si ya tienes un libro digital te recomiendo que lo hagas impreso, aunque sea unos cuantos. Te ayudará a alcanzar otro tipo de público. Y más ahora sabiendo que ya no es tan difícil hacerlo y no tienes que ordenar tantos a la vez.

Libro digital: El poder hacer libros digitales ha ayudado a muchas personas a hacerse **Autor**, ya que se puede hacer de una manera muy sencilla, y después de hacerlo lo puedes subir a Amazon Kindle y unas horas o minutos después ya está a la venta. Además tiene muchísimas ventajas tener tu libro en digital, porque lo pueden comprar fácilmente desde cualquier parte del mundo y el envío es gratuito, así que es impresionante toda la audiencia que puedes alcanzar. Y empezar a generar ingresos residuales. Otras ventajas que tienen los libros digitales es que puedes usar colores diferentes para tu arte o fotos, si quieres, sin que cueste más. Pero en el libro impreso eso es muy costoso, en un libro digital, puedes agregar videos, *links*, dentro de tu libro, fácilmente puedes promocionar otros de tus productos. Y si eres un autor que ya tienes libros pero solo impresos ahora es tiempo de convertirlos en digital. Ya hiciste el trabajo ahora llévalo alrededor del mundo con un clic.

Libro en audio: Esta forma de libro yo no la había considerado, porque no lo veía necesario, pero muchas personas me lo están pidiendo, me dicen que es más fácil, ya que los pueden escuchar en el carro, o cuando van a correr, y lo bueno es que como lo hacen mientras hacen otra cosa no les quita el tiempo y lo pueden escuchar varias veces. He estado pensando en

personas que son grandes oradores, motivadores, predicadores, profesores, etc. tienen una facilidad de comunicarse con su audiencia, sin embargo, no tienen libros, muchos es por el tiempo que no se han propuesto sentarse a escribir, pues bueno para ellos sería una muy buena opción empezar con un libro audio, sería facilísimo, y en muy corto tiempo lo pudieran tener listo, después de hacerlo se puede vender en Amazon, iTunes, Apple y más. Y después de tenerlo en audio lo pueden mandar a transcribir a un libro digital y para imprimir, y hay personas en Internet que se dedican a esto y lo hacen a precios muy buenos, además imagínate como podría esto transformar tus ingresos y más para personas que ya tienen audiencia. Y al revés para personas que ya tienen sus libros escritos ahora es el tiempo de hacerlos audio, para atraer diferentes tipos de mercado.

Libro en video: El primer video que te recomiendo hacer es tu “book trailer” Una introducción de tu libro en video como un comercial, tal vez este no es para vender pero sí para promocionar tu libro, y lo puedes poner gratis en muchas partes blogs, Facebook, YouTube, tarjetas de presentación en un link, lo puedes enviar por correo, etc.

La página web de tu libro también puede generar dinero extra, ya que puedes vender publicidad. Por anunciar productos relacionados con tu tema. Tú también puedes ofrecer un programa de afiliados o referidos y pagar comisión a los que venden tus productos.

Aprender a hablar en público es de suma importancia para un autor ya que puedes ofrecer conferencias y seminarios sobre tu tema. El tener un libro te da más credibilidad, te posiciona como experto en el tema. Puede llegar a ser un ingreso adicional muy substancioso, aun cuando empiezas y lo haces de forma

gratuita para darte a conocer como orador, de todas maneras puedes generar dinero, si te dan la oportunidad de vender tus productos al final. Supongamos que das una plática gratuita de 1 hora y pudiste vender 20 libros a \$15,00 cada uno, bueno ya te vas con \$300,00.

Puedes personalizar tus libros, ahora es muy fácil hacer cambios a un libro por ejemplo, si escribes cuentos infantiles no solamente puedes agregar el nombre del niño, sino también puedes agregar fotos, y juguetes preferidos y si el libro es digital también puedes agregar videos de tus clientes. Hacer cambios en un libro digital es muy sencillo, pero si lo quieren en libro impreso también lo puedes ofrecer así, el cliente está dispuesto a pagar y además como mencioné anteriormente en Internet hay varias compañías que te venden desde 1 libro si lo pides sin cobrarte el costo de inicial exagerado de cientos de dólares, que acostumbran cobrar muchas imprentas locales.

Si tu libro es de autoayuda, puedes ofrecer personalizarlo a compañías que les gustaría regalarlo a sus empleados o socios o a personas de un multinivel, tú puedes hacer ciertas modificaciones para acoplarlo más a su compañía, agregando fotos de sus productos y personas importantes de la compañía, y si lo que quieren es el libro digital recuerda ofrecer agregarles sus videos, frases, a ti no te costará mucho trabajo, y ellos lo podrán usar como una herramienta personalizada para su compañía.

El ofrecer esto es ganar, ya que si ya tienes el libro, por solo hacer unos cuantos cambios podrás ganar nuevos clientes y más dinero y tal vez tengas más posibilidades de que te inviten a hablar en algunas de sus conferencias. Además, si haces cosas innovadoras que las personas que hablan de tu tema no están ofreciendo, tú tienes más oportunidad de darte a conocer,

muchos no lo ofrecen ya que piensan que sería algo que cueste mucho dinero pero yo estoy aquí para decirte que eso no tiene que ser así. En mi página pondré compañías que yo he encontrado y pienso que convienen pero tú también busca y te sorprenderás de todo lo que podrás encontrar cuando te pones a navegar en Internet, definitivamente la Internet es como una cajita mágica. Y claro si solo quieren el libro digital más fácil para ti y menos gastos para todos.

Puedes ofrecer agregarle unas 2 o 3 páginas de introducción, o para que las compañías o sus líderes pongan algunos comentarios. Este puede ser un incentivo para que unas compañías quieran distribuir tu libro y te hagan una orden de libros personalizados para ellos. Claro que tienes que poner un número mínimo de libros que necesitarían pedir para que tú puedas hacerlo. (Si lo que quieres es darte a conocer no pongas un número grande). Recuerda si es digital lo único que estás haciendo es editar un poco tu libro, no hay costos si tú lo puedes hacer, si necesitas personas que te lo hagan, recuerda agregar tus gastos. Pero deben de ser mínimos si buscas ayuda en páginas como fibber.com que te hacen muchas cosas solo por \$5,00.

Amazon es la compañía de Internet que vende el mayor número de libros a nivel internacional. Es bueno que tú como autor además de poner tus libros en venta en Amazon, te hagas un afiliado con ellos ya que si pones una liga (link) en tu página y las personas salen de tu página y no solo compran tu libro sino que compran otras cosas tú también recibes una comisión por la compra de las personas aun si no tienen nada que ver con tu producto. Y si compran tus productos recibes doble comisión, la comisión de la venta de tu libro más la comisión de afiliado.

Puedes crear nuevos libros muy fácilmente. Cuando tú como autor haces sesiones en tu blog o *shows* de *hangout*, puedes tener sesiones de preguntas y respuestas o entrevistas a personas con diferentes puntos de vista, pon atención a lo que está sucediendo, ve tomando notas de los temas que te van gustando o se te hacen interesantes, o cuando notes que hay muchas personas interesadas en el tema. Porque esto te puede traer un nuevo libro que con la ayuda e historia de otros puedes tener material para hacerlo muy fácilmente.

Cómo Capitalizar las Redes de Mercadeo en la Era Digital

Por Roberto Pérez Pérez

Una gran oportunidad para mejorar nuestros estilos de vida y lograr libertad financiera está explotando frente a nosotros. Las Redes de Mercadeo o Multinivel han evolucionado rapidísimo gracias a la Internet y muy pocos han descubierto la “fórmula mágica” para posicionarse como un experto que los lleve a grandes logros. Ahora descubrirás los principales secretos y herramientas que consistentemente me han funcionado para ser exitoso en esta profesión. Así que, abróchate el cinturón porque iré al grano y comenzaré dándote algunas buenas razones por la cual todas las personas deberían comenzar un negocio con base en el hogar como lo son las redes de mercadeo.

El Motor Invisible (desconocido) para Muchos

El modelo de distribución de Red de Mercadeo está cambiando aceleradamente la manera en que las personas generan ingresos a través de adquirir valiosos productos y servicios. Es un motor donde millones de personas se benefician de esta gran oportunidad. Ha sido un verdadero fenómeno publicado y anunciado por los más grandes visionarios en el cual se mueven sobre \$25,000,000 billones de dólares anualmente, y millones de personas se están beneficiando alrededor del mundo y continúa en acenso.

Algunos de los beneficios principales cuando desarrollas red de mercadeo son: generas ingresos inmediatamente, no tienes

jefe, escoges tus horarios, inversión baja entre \$200 y menos de \$1,000 dólares, trabajas desde tu hogar, escoges con quién trabajas, tienes ventajas fiscales en los impuestos, puedes viajar, ingreso residual y muchos más.

Aún así hay millones de personas que lamentablemente no se han dado la oportunidad de entender cómo es que funciona correctamente este modelo de distribución y por consecuencia no se están beneficiando de él. Parece irónico que aunque todos los días estas personas, sin darse cuenta, están haciendo red de mercadeo al referir algún producto o servicio, pero no están recibiendo dinero por eso. Si no entendiste lo que acabas de leer, entonces estás en ese grupo y estás dejando de ganar mucho dinero.

Confundidos pensando que son pirámides ilegales, otros opinando que son negocios con pocas oportunidades o creyendo que son negocios basados en ventas, están convencidos de que no podrían tener éxito y por eso se repiten que no funciona o no les interesa.

Por otro lado conozco muchos graduados de la universidad, exitosos en sus profesiones, sin embargo, se sienten atrapados en sus trabajos. Muchos están arrepentidos de haber estudiado una carrera (que aunque les satisface), sus empleadores (jefes) no les pagan el suficiente dinero. Otros que sí ganan el suficiente dinero, pero en ninguno de los casos tienen el balance entre ganar dinero y disfrutar del suficiente tiempo libre que quisieran.

Por otro lado, todos los que conozco que han sido exitosos en redes de mercadeo, ninguno me ha dicho que se ha arrepentido de esta profesión. Porque las redes de mercadeo nos brindan el balance entre ganar mucho dinero y a la misma vez tener el

tiempo libre para disfrutarlo. ¡Qué bueno está eso! ¿No es así?

Lo que siento que ha ocurrido es que la gente asocia el modelo viejo del siglo pasado de red de mercadeo, donde había muy poca información llegando a nosotros y hacía todo más difícil. La buena noticia es que en sólo unos cuantos años, gracias a Internet, ya todas las reglas del juego han cambiado. Hoy con las supercomputadoras el tedioso trabajo de hacer las cosas manuales ha desaparecido. Hoy día el juego es más rápido y dinámico para hacer riquezas en el Multinivel.

Así que, antes de compartirme cómo hacer negocios de red exitosos por Internet, primero conoce...

Algo breve sobre mí y Algunas Enseñanzas

Hace 23 años me inicié en las redes de mercadeo y como te comenté antes, no existían tantas oportunidades como las que hay disponibles hoy gracias a Internet.

Recuerdo que cuando inicié a principios de los años noventa, literalmente no sabía dónde encontrar información de valor que me capacitara para poder triunfar en mi nueva profesión.

En aquella época la poca información que recibía era únicamente de mis auspiciadores y la que podía aprender en sus capacitaciones mensuales. Mis auspiciadores simplemente hacían lo mejor que podían. No sabía dónde conseguir libros, audio cintas o comprar información sobre cómo desarrollar mi liderato. Un día llegó a mis manos la primera audio cinta sobre el tema de desarrollo personal titulado “Actitudes de Éxito” lo escuché al menos 150 veces. Ese audio cambió mi vida porque reprogramó mi manera de pensar. Luego, el primer libro que leí fue “Como Ganar Amigos e Influenciar sobre las Personas”, el cual actualmente continúo usando como referencia.

Con esas dos grandes influencias fue que nació en mí el deseo por continuar con mi desarrollo personal.

En el pasado, para conseguir nuevos prospectos buscaba en un libro gigante que se llamaba “Las Páginas Amarillas”. Era un libro donde aparecían miles de teléfonos de personas y los negocios en mi isla. La técnica era llamar directamente al prospecto y ofrecerle el producto o el negocio. El problema era que existía mucho rechazo y las personas con poca experiencia en ventas tiraban la toalla muy rápido. Lo bueno fue que enfrentar el rechazo me ayudó a perder el miedo y me enseñó a tener conversaciones enfocado en hacer preguntas, dar opciones y escuchar a mis prospectos.

Otra idea que llegué a utilizar para conseguir prospectos fue publicar costosos anuncios en periódicos y pagar por anuncios en la radio. Esa era una técnica de *marketing* que lograba que fuesen los prospectos quienes me llamaran a mí. De esa manera se disminuía el tiempo y el esfuerzo por conseguir nuevos clientes. Te confieso que cometí muchos errores de publicación. Por ejemplo, quería conseguir socios para el negocio, pero los anuncios que publicaba eran sobre los productos y es obvio que cuando sonaba el teléfono las personas me llamaban para comprar el producto y no para que les hablara del negocio.

Así que cada vez que publicaba un anuncio con el mensaje equivocado, recibía llamadas de personas equivocadas. Sin embargo, todo eso fue lo que me enseñó a convertirme en un maestro en publicidad magnética con titulares y mensajes que capturarán la atención para atraer toneladas de prospectos calificados.

Volviendo al pasado, sabrás que la comunicación con las empresas de redes era vía telefónica y por cartas. Hubieras

visto mi cara de asombro y alegría cuando descubrí el fax, jajaja... por fin el tiempo de espera en una comunicación se acertaba.

Ni te quieras imaginar lo cuesta arriba que era expandirse y crear un grupo nuevo en otra ciudad o país. Era desgastante viajar y visitar personas que al final desistían del negocio. No porque no tuviesen la necesidad, sino porque muchos no estaban dispuestos a hacer o duplicar mis costosos gastos operacionales. De seguro que tú tampoco lo hubieses hecho.

Otro gran problema que había era que al no tener un sistema de duplicación escrito y explicado paso por paso tenía que capacitarlos individualmente mediante el uso del teléfono. Largas horas y horas de capacitación de uno en uno. Estas personas no podían duplicar nunca mis esfuerzos y menos pagar las costosas llamadas de teléfono. Recuerdo haber pagado sobre \$600 dólares en un sólo mes en llamadas de larga distancia en mi propia isla, Puerto Rico, que es relativamente pequeña. Hoy día me da risa porque los costos de las llamadas en general se han reducido significativamente y anticipo que con el pasar del tiempo continuarán reduciéndose.

Además, al no tener un sistema de duplicación escrito paso por paso, me vi obligado a tener que, junto a mi esposa, escribir un libro sobre el crecimiento y duplicación de una red. Luego de tres años, para mi sorpresa, nuestro libro titulado; “Las 9 Leyes para la Libertad Financiera en Redes de Mercadeo” actualmente es el más usado por los *networkers* en Hispanoamérica. Así me convertí en un famoso autor sin provocarlo. Lo cual en aquella época ni soñando despierto ni sonámbulo, me lo hubiese creído.

También tenía que sacar un presupuesto para constantemente viajar a visitar una persona o grupo en automóvil. Aunque el

precio de la gasolina en los años noventa era más económico que hoy, el tiempo que se invertía viajando era el que más me costaba. Esto me enseñó a desarrollar mi instinto de saber precalificar a mis prospectos antes de hacer una gran inversión de tiempo y dinero.

Aún así, luego de haber estado en la total bancarrota financiera, sin tener un diploma universitario y llevando seis años de novio sin poderme casar, y otros contratiempos, el negocio en red de mercadeo seguía siendo mi mejor opción.

Todo cambió gracias a que vi y aproveché la oportunidad que ofrecen las redes de mercadeo y la combinación de mantenerme enfocado con una visión clara. Lo que sí hice fue poner la acción consistente en las actividades que brindan resultados financieros.

Te conté todo esto porque tuve que aprender a desarrollar la red con poca información y pocas herramientas, y eso fue lo que me enseñó a dominar lo que se conoce como el mercado “off line” o en otras palabras Mercadeo Presencial.

La idea de contarte el pasado es para que atesores el presente que tienes y monetices tu futuro con la combinación de las redes de mercadeo y el poder de Internet el cual ahora comenzarás a entender.

La Combinación de las Redes de Mercadeo y la Internet

Las redes de mercadeo tienen un impacto mayor con Internet. Así como las redes de mercadeo nos están cambiando los hábitos de consumo y la oportunidad de lograr libertad financiera, pronostico que la combinación de Internet y los negocios de red de mercadeo serán la tendencia que más impacto tendrá en nuestra sociedad. Porque la realidad es que

Internet nos ha cambiado la manera en que nos comunicamos, hacemos compras y hasta la manera de aprender.

Hace varios años no me atrevía a promover las redes de mercadeo en combinación con Internet. La razón era porque pocas personas conocían de estas nuevas tecnologías como el *e-mail*, grabación de videos y páginas web. Además, la velocidad de navegación no era muy rápida y uno perdía mucho tiempo frente a la computadora. Hoy día todo eso ha cambiado. Ahora sí puedo recomendar construir una red de mercadeo en combinación con el uso de una de las herramientas más grandes y poderosas que es la Internet.

Unas de las ventajas que tenemos ahora con Internet es que puedes dar una conferencia en una sala tipo “webinar”, ya sea a través de algún servicio donde pagas una mensualidad por utilizarlo o por Google Hangout, donde es gratis. Puedes grabar las capacitaciones y subir los videos a YouTube.com , gratis. Puedes publicar tus reuniones, eventos y hasta crear grupos en Facebook, gratis. Se ha formado una gran fiesta para las personas que queremos tomar el control de nuestras vidas con las redes de mercadeo gracias a Internet. En otras palabras, “preparate para tú BOOM baby”...

Pero permíteme darte mi mayor consejo antes de continuar. No quiero que ni por un segundo pienses que no hay que trabajar, ¡sí hay que trabajar! Le recomiendo a todo nuevo emprendedor de redes que invierta entre 10 a 15 horas semanales consistentemente concentrado haciendo las actividades que brindan resultados financieros. Firmemente creo que para tener éxito en el negocio de redes de mercadeo primero deberás desarrollar las destrezas básicas del mercado presencial “Off Line”, para luego dominar el mercado en Internet “On Line”.

“Desarrollar las destrezas presenciales es por donde toda persona nueva en una red debería comenzar”. Roberto Pérez.

Aquí te enumero cuales son las siete destrezas presenciales que debes dominar:

La destreza de conseguir prospectos y escribir una lista.

La destreza de aprender a invitar a ver tu oportunidad de negocio.

La destreza de cómo presentar el negocio.

La destreza de saber dar seguimiento (no seguimiento) profesional.

La destreza de ayudar a los clientes a saber reordenar los productos o servicios y a los distribuidores a iniciarse correctamente para duplicar el sistema establecido por el equipo.

La destreza de aprender a promover los eventos.

Aprender a edificar a tu equipo, el sistema, la línea de auspicio, la empresa y la profesión de red de mercadeo.

He visto a muchos emprendedores fracasar porque tratan de desarrollar las redes de mercadeo exclusivamente usando el mercadeo en línea, sin dominar el mercadeo presencial. ¡Grave error! Estas personas por lo general terminan desistiendo del negocio porque su red no crece. Te adelanto que si dominas estas siete destrezas en el mercadeo presencial te irá muy, muy bien en Internet. Con esto dicho, ahora continuemos.

Cómo lograr que sean las Personas Quienes te Encuentren a Ti

Muchos emprendedores en las redes de mercadeo tienen problemas o miedos para acercarse a otros y conseguir nuevos prospectos para crecer sus redes. Especialmente si desde pequeños nos repitieron la frase *“no hables con extraños”*. Sabemos que una red crece con personas. Las personas

son la materia prima en las redes de mercadeo, son quienes compran los productos o servicios y así el volumen genera las comisiones.

Te diré el primer secreto que me ha posicionado como experto #1 en redes de mercadeo del mundo hispano. Este secreto lo aprendí hace muchos años de uno de mis grandes mentores y experto en temas de Internet el señor Álvaro Mendoza. Esta técnica la he aplicado a las redes de mercadeo y me ha traído cientos de personas a mi red, miles de personas a mi vida, y excelentes clientes y empresas para impartir mis Seminarios. A parte de cientos de miles de dólares en comisiones y ventas. Esto es muy importante y aquí te va.

El secreto está en compartir (*publicar*) *información de alto valor en Internet.*

Quiero que tomes nota de esto y lo vuelvas a leer. El secreto para atraer nuevos prospectos o clientes está en compartir información de alto valor en algún lugar en Internet. A esto se le llama Mercadeo de Atracción y permíteme explicarte cómo funciona.

Cómo Aplicar Mercadeo de Atracción a Multinivel

Las personas están sedientas por encontrar información que les ayude a crecer y mejorar su calidad de vida. Tenemos que entender que las personas no están buscando un producto, ni buscando un negocio, tampoco una compañía. Las personas buscan un líder en quien confiar para seguir. Un líder que les brinde el apoyo y les muestre el camino para ellos poder ser exitosos en la red. Si tú logras crear ese nivel de confianza y credibilidad, tendrás docenas o miles de personas a tu alrededor. Es la misma razón por la cual estás leyendo ahora, ¿verdad? Cuando encuentras una persona que brinda valor,

serás atraído por la información que está ofreciendo. Eso es el Mercadeo de Atracción.

Cuando compartes información gratuita con alto valor, eventualmente, las personas te encontrarán y comenzarán a seguirte. Poco a poco las personas van creando una conexión emocional contigo y esta conexión inicial se va fortaleciendo según continúas consistentemente compartiendo más y más información de valor. Lo que está ocurriendo aquí es que te estás comenzando a posicionar en la mente de quienes ahora son tus seguidores que te reconocen como una persona de confianza, de respeto y de valor. Una vez logras esto con tus seguidores ellos volverán una y otra vez a ver qué tienes nuevo en tu página que los ayude a seguir aprendiendo. Mi nuevo amigo, siempre ten en cuenta lo que acabas de leer. En la Internet esa es una regla.

Un último e importante consejo sobre este tema. No cometas el grave error de publicar problemas personales, temas religiosos o políticos en tus páginas. Estos temas por lo general dividen a las personas y las pueden alejar de ti y de tu negocio. Tampoco estés reenviando mensajes molestos en cadena. Nadie sigue a un “líder” que está jugando o que muestra grietas en su carácter y no pueda manejar sus frustraciones negativas.

Ahora sabrás cuales son las diferentes armas que tienes para explotar el crecimiento en una red mediante la comunicación en la era digital.

Cómo lograr la Comunicación Efectiva con Tu Red

Desde ahora voy a asumir que ya estás o pronto estarás dispuesto a generar ingresos estando inscrito en una compañía de red de mercadeo.

Tu crecimiento comenzará mediante una buena comunicación. Comunicación de tu parte y de la empresa de red en la que te encuentres. Aquí entra el correo electrónico (*e-mail*). Este es el método más rápido y popular de comunicación. Fíjate que dije “de comunicación”, no de prospección. El *e-mail* acelera la comunicación y por ende el crecimiento de una red.

Hoy día son muy pocos los que no tienen una dirección de correo electrónico. Personas que ni me hubiese imaginado lo utilizan. Te cuento que tengo un amigo llamado Jimmy S. que a sus 85 años de edad utiliza su correo electrónico para comunicarse con sus nietos, amigos y claro sus líderes de diferentes países en su red. Qué gran ejemplo, ¿no es así? Ha ganado sobre \$15 Millones de dólares en las redes de mercadeo.

Todas las empresas tienen los correos de sus asociados y de esa forma todos en tu equipo se enteran de las noticias de la empresa. Lo bueno es que puedes conseguir una cuenta de correo gratis y comenzar a crear tu lista de amigos y prospectos. Aquí es donde compartes la información de valor con las personas que recién conoces y con las cuales te ganarás su confianza.

Un problema que he visto una y otra vez por los novatos en red, es que con esta tecnología de correo electrónico hay quienes abusan de la confianza de sus amigos suscriptores y comienzan a bombardear (SPAM) enviando anuncios de ventas de productos e insistentes invitaciones al negocio. Te sugiero que no hagas esto porque puedes destruir la relación con un suscriptor en segundos.

La técnica está en primero compartir algunos mensajes (tal vez siete u ocho) de alto valor para que comiences a crear la confianza y una buena relación. Luego podrás enviar una

invitación a tus amigos para que echen una mirada a tus productos, servicios o negocio. Lo ideal es que en el proceso de la comunicación vayas creando curiosidad y provoques el deseo de tus posibles prospectos para que sean ellos los que te pidan la información. Esto requiere de planificación, paciencia y de un buen trabajo de seguimiento. Esto funciona y te lo recomiendo. Lo peor que puede pasar es que te digan que por el momento no les interesa tu oportunidad, y otros ni contestarán tu invitación. Eso va a ocurrir. Recuerda que todo el mundo puede hacer red de mercadeo, pero no todo el mundo desarrollará red de mercadeo. Aún así no te preocupes, simplemente continúa compartiendo información como de costumbre. En un futuro podrían cambiar de parecer.

Mi Técnica Infalible para Acelerar el Proceso de la Confianza

La mejor técnica que he empleado ha sido la de compartir la información de valor mediante los *videos*. Opino que los videos son la más rápida y mejor forma de posicionarte como una persona de confianza y como un experto. Con los videos tendrás la oportunidad de que las personas te conozcan tal y como en realidad eres.

Te diría que fui uno de los primeros (si no el primero) que comenzó a grabar videos sobre el tema de redes de mercadeo y subirlos a Internet. Grabé sobre 150 videos con temas sobre estrategias y desarrollo de redes de mercadeo y los publiqué en YouTube. Estoy seguro que ese fue uno de los factores que impulsó mi imagen de experto como un cohete en la profesión. Esto me llevó a comenzar a recibir felicitaciones y mensajes de agradecimientos de todas partes del mundo. Ahí fue cuando me di cuenta que los videos serían muy poderosos. Veremos como lo podrás hacer tú.

Cómo lograr que Tus Videos sean Virales

No grabo videos de prospección o ventas, por el contrario lo que grabo son videos con información para que sean los líderes constructores de red a quienes más les convenga usarlos. ¿Por qué funciona esta estrategia? Te explico, lo que ocurre en las redes de mercadeo, es que cada persona es un empresario independiente. Es una relación donde nadie es jefe de nadie. Son compañeros de negocio que están al mismo nivel de jerarquía. Son como un ejército de voluntarios. Por lo tanto, ningún líder ni la empresa puede exigir o dar órdenes para que las personas actúen.

Por ejemplo, supongamos que las personas en el grupo no tienen la cultura de vestirse adecuadamente para proyectar la imagen de un negocio lucrativo. El líder no debería ponerse en la posición de exigirles a las personas de la red que asistan a los eventos vistiendo profesionalmente, porque eso se entendería como una exigencia o un mandato de parte del líder; y regularmente las personas rechazan ese tipo de imposiciones, porque en el Multinivel nadie está dispuesto a recibir órdenes.

Entonces, como los líderes no podemos dar órdenes, ahí es donde a través de mis videos doy un mensaje donde puedo sugerir cómo debe ser la vestimenta. En ese video hablo sobre las razones y los beneficios por lo cual las personas deberían vestirse profesionalmente y cuando este mensaje llega en forma de video de mi parte y no directamente del líder, las personas aceptan mi consejo, actúan y se visten profesionalmente. Por eso los líderes consistentemente muestran mis videos en sus eventos y en sus capacitaciones. Porque a través de estos mensajes de valor pueden enseñar y capacitar a sus equipos y que los demás no sientan que les están dando órdenes ni los están regañando. Con esa estrategia continúo grabando sobre múltiples otros temas como lo son el desarrollar nuevo liderato,

cómo duplicar sus redes y los beneficios de la profesión, etc.

Los líderes son felices cada vez que grabo y publico en Internet un nuevo video. Muchos me han escrito pidiéndome que grabe algún tema en particular que les puede ayudar. Esto me ha dado gran exposición, autoridad, y mis videos continúan haciéndose sumamente virales. Si esta estrategia me funciona a mí, también va a funcionarte a ti. Sólo comienza y verás.

Consideraciones al Grabar un Video Viral

Grabar un video frente a una cámara puede ser algo incómodo para muchas personas. Pregúntate, ¿qué es más importante para ti, la incomodidad o el miedo de grabar un video, o tus ganas para progresar? Mi primer video lo planifiqué casi por un mes. Duraba sólo cuatro minutos y me demoró sobre seis horas terminar de editarlo. Waaaa... que agonía sufrí. Mi problema era que quería ser perfecto y ese era mi miedo. Tampoco dominaba el programa (software) de edición de videos. Por eso te recomiendo que no trates de ser perfecto. Con la práctica hoy día sólo me toma minutos. Inclusive, con la tecnología ya puedes grabar un video de buena calidad con los teléfonos inteligentes y en sólo minutos está publicado.

Con eso dicho ahora viene lo más importante del video que es, *tu mensaje*.

Antes de comenzar a grabar debes definir cual será el mensaje que quieres transmitir. Cuando comiences a hablar te sugiero que comiences diciendo de qué se trata el tema que vas a hablar. Eso cautivará desde el inicio a tu audiencia. No dejes ese mensaje para lo último porque un buen titular hará que las personas deseen ver tu video completo. Luego das el cuerpo del tema, le sigue el cierre que puede ser un breve resumen de lo dicho y finalizas con un llamado a la acción. El llamado a

la acción puede ser invitando a que te llamen o que te escriban un correo pidiéndote más información, etc.

Mi consejo es que grabes los videos cortos. Los videos de duración entre 2 a 5 minutos me han funcionado muy bien. Deberías escoger un sólo tema por video.

Habla en singular, no en plural. No digas “amigos que me escuchan”, mejor dices, “mi amigo que me escucha”, porque solamente habrá una persona viendo tu video.

Algunos Detalles Técnicos

Es muy importante que estés pendiente de la iluminación. Procura tener buena luz en tu cara para que las personas vean tus ojos y expresiones faciales. Mira a la cámara y procura tener las menos distracciones en la parte de atrás a menos que desees resaltarlos. Tu voz debe escucharse fuerte y con claridad.

Advertencia: Si quieres ser reconocido como un profesional en tu industria te advierto que no uses los videos para criticar a personas, empresas o productos. Mejor aprovecha la oportunidad de crecer tu imagen. No grabes un video sólo por grabar un video. Cada uno debe tener un mensaje con un propósito que ayude a tus videntes. No uses música o imágenes de fondo si no tienes los derechos de autor para poder utilizarlas, porque recibirás un aviso del canal donde estás subiendo tu video y luego te podrán cerrar el canal y perderás todo tu trabajo. No caigas en decir “*si otros usan canciones o imágenes copiadas, entonces yo también las puedo usar*”. Lee las políticas y regulaciones y síguelas. Te lo dice la experiencia.

Comienza inmediatamente a grabar videos. Simplemente enfócate en transmitir tu mensaje de la mejor forma posible, con alegría y entusiasmo y verás como las personas reaccionan.

Recuerda que podrás hacer ajustes o eliminar cualquiera que no te guste o no te funcione. No te detengas, porque haciendo esto tu negocio de red se podrá llenar de nuevos prospectos altamente calificados.

Una vez las personas hacen contacto contigo, podrás usar Skype.com para comunicarte con ellos. Esta es una herramienta que la instalas en tu computador, le vas a poder sacar un gran provecho y el servicio es gratis. Te permitirá hablar con personas en cualquier parte del mundo y a la misma vez poderlas ver en la pantalla, dar presentaciones, capacitaciones y hasta conectar a otros en la misma llamada. Una vez más, qué bueno que estamos en la era digital.

Cómo te conviertes en una persona influyente y famosa

He descubierto que hacer transmisiones en vivo te posiciona sobre el 95 por ciento de los demás. Esta nueva tecnología estaba algo reservada para los que la podían pagar mensualmente. Aunque había unas plataformas gratis no me gustaban porque estaban llenas de comerciales. Por eso prefería pagar mensualidades para tener calidad y atención en mi audiencia y no comerciales. Nuevamente todo cambió. Ahora simplemente abre una cuenta de Gmail.com y podrás usar Google Hangouts. Es una excelente manera de transmitir sin comerciales (al menos hasta este momento), con una buena calidad y también es un servicio que no tiene costo alguno.

Una vez hayas configurado tu cuenta, primero debes hacer unas cuantas pruebas para familiarizarte con el programa y rápido podrás comenzar a hacer múltiples transmisiones al mundo entero. Esta será una manera donde podrás compartir tus ideas, dar tus capacitaciones, noticias, darte a conocer y conseguir toneladas de prospectos desde tu computadora.

Como te mencioné, la era del mercadeo en red en el mundo digital ha cambiado. Pronostico que en los próximos años continuarán añadiendo nuevos servicios y ampliando las plataformas con nuevas tecnologías. Como *networker* profesional esto es un tesoro para crecer velozmente la red. Lo bueno es que una vez termines la transmisión, automáticamente queda grabada y tu grupo y seguidores la podrán volver a ver una y otra vez, creando verdadera duplicación en tu Multinivel.

Puedes visitar mi página web `HYPERLINK "http://www.RobertoPerez.com" \t "_blank" www.RobertoPerez.com` y en el menú de "videos" verás algunos ejemplos de lo que te estoy mencionando. Es increíble todo lo que vas a poder lograr con el uso de toda esta tecnología. Simplemente no le tengas miedo y sácale provecho a la tecnología.

Dominando la nueva era en las redes de sociales

Las redes sociales como lo son Facebook, LinkedIn, Twitter entre muchas otras, son un paraíso para conocer nuevos amigos y expandir velozmente tu red de multinivel con personas de otras ciudades y países, si lo aprendes a hacer correctamente. Lo que lo hace más sencillo y divertido.

Siempre utiliza la técnica de crear primero una buena relación y compartir consistentemente información de valor, no hagas SPAM.

Algo que me ha funcionado es que cuando alguien me pide de amigo o me escribe, procuro devolverle el saludo aunque sea breve. La estrategia que utilizo es la de hacer preguntas sobre ellos. Sobre sus pasatiempos, dónde trabajan, qué les gusta y qué no les gusta de sus trabajos, etc. De esa manera estás consiguiendo información muy valiosa de tu prospecto. De esta forma lo que estás es recopilando datos que te van a ayudar

a saber cómo enfocarles los beneficios de tu oportunidad de negocio, tus productos o servicio.

Seguro vale la pena sacar un tiempo para las redes sociales para crecer tu red, sin embargo, hay personas que se “duermen” frente a su computadora y se les olvida que hay cientos de otros prospectos en su “mercado caliente” (personas que ya conocen) y en su mismo vecindario. Nunca abandones tu “mercado caliente” ni tu vecindario por estar exclusivamente pendiente a las redes sociales. Recuerda que te mencioné que debes ser bueno construyendo una red presencialmente a nivel local, para ser excelente a nivel internacional.

¿Cómo se hace? Se hace de manera *natural*. No trato de auspiciar gente, sólo de crear relaciones de confianza. Si te enfocas en ayudar y desarrollar personas eventualmente auspiciarás a muchas. He recibido el premio como mayor auspiciador hispano del año en repetidas ocasiones en la compañía de red en que me encuentro, y admito que fue en gran medida por las relaciones y nuevos contactos que desarrollamos en las redes sociales.

Te recomiendo que te vendas a ti como persona y no a tu empresa ni los productos, porque el producto que debes promocionar primero es a ti mismo. Hay quienes hacen el papel de novato incordio y se la pasan publicando sus productos y enviando mensajes pidiendo de rodillas a las personas que se inscriban con ellos. Si tuvieran la suerte de enganchar a uno, te garantizo que sería a otro novato. Recuerda que los profesionales buscan a otros profesionales, no a novatos.

Me puedes agregar de amigo en Facebook en www.Facebook.com/RobertoPerezMLM y en LinkedIN en [HYPERLINK “http://www.Linkedin.com/robertoperezperez”](http://www.Linkedin.com/robertoperezperez) \t “_blank”

www.Linkedin.com/robertoperezperez y en Twitter en @reddemercadeo para que veas cómo lo hago. Aprenderás algunas ideas para conseguir nuevos referidos aquí.

Cómo subir al 1 por ciento

Según vas ganando experiencia vas escribiendo un diario sobre tus aprendizajes y eventualmente se convertirá en tu libro. Si quieres tener credibilidad instantánea y atraer prospectos calificados, entonces, esta será tu estrategia, escribe tu libro. También podrás grabar tus propios audios de entrenamiento. Una vez escuché que *“toda persona debería tener la responsabilidad de escribir un libro”*. Porque a través de escribir tu libro puedes compartir tus experiencias y esas experiencias ayudarán a los demás. Cuando escuché esa filosofía, me enamoré de ella. Sin embargo, no fue por esa filosofía que escribí mi primer libro. Mi libro titulado “Las 9 Leyes para la Libertad Financiera en Redes de Mercadeo” lo escribí por una necesidad. Era urgente que escribiera si quería que mi equipo se duplicara en la red. En la empresa de red que me encuentro, no había nadie que lo hubiese hecho. Así que junto con mi esposa decidimos escribirlo.

Escribir un libro puede parecer difícil, y lo es, especialmente cuando uno nunca lo ha hecho como fue mi caso. Me demoró tres años. Aún así valió la pena hacerlo. Sin embargo, hoy día ya hay expertos como mi amigo Luis Eduardo Barón, quien ha logrado posicionarse como un escritor “best seller” experto en ello. No explicaré los detalles de cómo escribir un libro, pero sí te menciono que en la era digital es mil veces más sencillo hacerlo que antes. El punto está en que escribir tu libro debería ser una meta que debes seriamente considerar hacer lo antes posible. Simplemente ten un diario y escribe tus experiencias (que tendrás cientos) y luego las escribes por temas y capítulos.

Igual ocurre con los audios que puedas grabar. Todos los temas que compartas usando Internet los grabas en formato MP3 de audio y listo, tendrás para prospectar, capacitar y crecer tu red. Los programas son sencillos de aprender y el que utilizo ya viene instalado en mi computadora o teléfono, y claro también son gratis.

Para que puedas ir obteniendo ideas y ver cómo puedes escribir tu libro, regístrate en www.9Leyes.com y recibirás gratis una copia digital del primer capítulo de mi libro Las 9 Leyes.

Cómo subir al exclusivo grupo del .01 por ciento

Se logra impartiendo seminarios presenciales. Esta es la máxima expresión para que seas reconocido como un experto en redes de mercadeo. No te preocupes cómo ocurrirá porque será orgánicamente. Si te mantienes haciendo el trabajo diario consistentemente los resultados los tendrás y entrarás en el radar de tu empresa y posteriormente te invitarán a dar seminarios.

Para esto debes tener buena experiencia y primero haber tenido resultados financieros en tu empresa. Es obvio que nadie escucharía a una persona que se leyó un libro sobre cómo aprender a nadar, pero nunca se ha metido a la alberca para aprender a nadar. Lo mismo ocurre en las redes de mercadeo. Tienes que haber tenido resultados primero, para tener la credibilidad y luego las personas quieran escucharte en un seminario presencial. Eventualmente te seguirán invitando a hablar a otros grupos y tu exposición seguirá en ascenso.

Llevo sobre veintitrés (23) años ininterrumpidamente en la profesión de red de mercadeo. Habiendo dado sobre dos mil quinientas presentaciones, seminarios, talleres y convenciones. He estado sobre tres mil horas con micrófono en mano

capacitando a docenas de miles de personas y esto me ha dado una gran experiencia para dominar el arte de comunicar frente al público.

Recientemente identifiqué un gran problema y es el siguiente. En las empresas de multinivel que he analizado los ejecutivos y líderes invitan a reconocidos externos motivadores a los eventos y convenciones para motivar a los distribuidores. El tener un motivador es parte importante de un evento, sin embargo, cuando terminan sus pláticas, los distribuidores están motivados, pero aún quedan muchos que no saben cómo construir una red que se duplique correctamente. Un motivador no enseña cómo construir una red. Es importante que los distribuidores conozcan paso por paso cómo construir una red. Cuando una persona domina y sabe cómo construir la red tendrá los resultados financieros y eso automáticamente le da la motivación para continuar poniendo el esfuerzo diario.

Encontré este enorme hueco en la profesión y decidí complementarlo. Gracias a la ayuda de la tecnología a través de la gran cantidad de videos que he publicado en Internet con información de valor, las transmisiones en vivo para capacitar a todos los *networkers* hispanos, los audios grabados con temas de interés para convertirse en profesionales en la industria y mi libro que enseña cómo construir una red que se duplique correctamente, me han llevado a llegar a muchas partes del mundo que ni siquiera me hubiese imaginado llegar solo.

Al compartir tanta información de valor los *networkers* que están en la búsqueda de seguir capacitando a sus equipos y de hacer que sus negocios sigan creciendo los ha llevado a encontrarme. Por eso decidí abrirme al público para brindar todas mis buenas y malas experiencias a los *networkers*.

Entonces organicé por temas un estratégico seminario para crear verdadera duplicación masiva titulado “Duplicación en Redes de Mercadeo”, el cual actualmente es el evento más aclamado y concurrido en la historia de las redes de mercadeo en el mercado hispano. Este seminario está siendo llevado a reconocidas empresas multinacionales de Multinivel donde exitosos líderes, ejecutivos y presidentes de empresas asisten regularmente.

Con la experiencia ganada al ofrecer tanta cantidad de seminarios presenciales y haber tomado cursos de hablar y proyectarse en público, diseñé otros dos talleres complementarios sobre “Cómo Proyectarse al Hablar en Público” y “Cómo Ser un Orador de Clase Mundial” diseñado especialmente para todos los *networkers* ejecutivos, políticos, religiosos y artistas que quieran subir al siguiente nivel cuando están frente a un público. Porque todo gran *networker* debe ser un buen comunicador.

Aunque admito que dar seminarios de esta magnitud, no todo el mundo lo hará, te lo comparto para que mires al futuro. Sólo imagínate todo lo que hoy día puedes lograr con la ayuda de la tecnología.

Toma acción determinada

Te preguntarás, ¿cómo se logra todo esto? Ahora sabes que fue gracias a la herramienta de la Internet, y a cada una de las estrategias que te he compartido en este capítulo.

Te admito que he sentido miedo e inseguridad en cada una de las nuevas y desconocidas plataformas que he tenido que descubrir y probar para hacer que funcionen. Sin embargo, aprendí a darle la vuelta para conocer lo básico de ellas. Mi filosofía es “*lo haré con todo y miedo*”.

He tenido que invertir en mi educación profesional y ha sido la mejor decisión que he tomado. Disfruto viajar a seminarios donde aprendo en un fin de semana todo lo nuevo sobre mi profesión y en temas de *Marketing por Internet*. Un evento que altamente recomiendo es el de “Los Maestros de Internet”. Aquí conectarás con personas que dominan estas tecnologías y hasta podrás conseguir personas que te ayuden a estructurar y organizar todas tus ideas.

Espero que a ti tampoco te detenga la tecnología sino que te impulse. Si tuvieras preguntas, y las vas a tener, lo bueno será que las encontrarás todas en el mismo paraíso de Internet.

Te he descrito las estrategias en un orden lógico. Verás que cada una te llevará de la mano para la próxima. Sólo déjate llevar.

Sé que me he tardado mucho para llegar donde estoy, porque cuando comencé no existían todas estas tecnologías ni servicios que ahora tú tienes al alcance de la palma de tu mano. Quiero que sepas que no soy el mejor *networker* del mundo. Sólo he aprendido de los mejores y comparto todo mi conocimiento para que tú también puedas tener éxito.

La pregunta es ¿y qué vas a hacer tú? Quedarse en la inacción no llevará a nadie a triunfar. No decidir, es decidir. Ganar comienza por empezar. No dejes que nadie te robe tus sueños. No tomes consejos de personas que no han tenido resultados serios en Multinivel. Comunícate con alguien que haya tenido éxito para que te guíe. Encuentra un mentor.

Con la herramienta de Internet juntos podemos ayudar a miles de personas en el mundo a ser mejores seres humanos y a mejorar la calidad de sus vidas. Es hora de que tomes el control de tu destino y no hay una mejor época que el presente

para desarrollar las redes de mercadeo y ser financieramente exitoso en la nueva era digital. Si te lo propones tú también lo puedes lograr. Tu acción te llevará a lograr la solución para tu libertad financiera.

“Recuerda que una vez digas que vas a iniciar, el mundo te pondrá a prueba para saber si sólo lo vas a decir o de verdad lo vas a hacer”.

Mucho éxito,
Roberto Pérez Pérez

www.RobertoPerez.com

roberto@robertoperez.com

¿Por qué Apostarle a la Era Digital?

Por Carlos Montenegro López

¿Quién Soy?

Antes de compartir mi experiencia en los negocios de la Era Digital, permíteme presentarme.

Mi nombre es Carlos Montenegro López, soy ciudadano colombiano. De origen campesino, nací en el hermoso Municipio de Linares, Nariño al sur de Colombia.

Como lo menciona Robert T. Kiyosaki en su libro *“Padre Rico Padre Pobre”*, mis padres también quisieron que estudiara, que obtuviera mi título profesional y encontrara un trabajo seguro, es por esta razón que a muy temprana edad me enviaron a la ciudad de Pasto capital del Departamento de Nariño, adonde mis tíos, para que continuara con el objetivo inicialmente trazado. Esta decisión la tomaron porque en mi pueblo la educación únicamente llegaba como máximo al cuarto grado de primaria.

En la ciudad de Pasto logré terminar la primaria y también mi educación secundaria. En 1992 decidí emprender nuevos rumbos y es así como emigré a la ciudad de Cali, en el Valle del Cauca, aquí logré cumplir una gran meta personal y el sueño de mis padres; obtuve el título profesional de Administrador de Empresas en la Universidad Santiago de Cali en el año 1999.

Con mucho esfuerzo, constancia y disciplina se pueden lograr los proyectos trazados, así el camino y tu entorno los haga ver inalcanzables. Definitivamente la clave está en tomar acción y nunca dejar de aprender.

La Constancia Vence...

A pesar de ser programado por mi entorno para obtener una estabilidad laboral a través de un trabajo seguro, siempre estuvo en mi mente la idea clara de que algún día sería una persona independiente tanto laboral como financieramente y que tendría mi propia empresa.

Esta hermosa aventura emprendedora comenzó cuando estaba finalizando el grado séptimo de mi educación secundaria, ya que en el colegio donde estudiaba debíamos tomar una decisión en cuanto a qué tipo de bachillerato elegir para continuar a partir del octavo grado. Las opciones eran cinco (Bachillerato Académico, Industrial, Agropecuario, Promoción Social y Comercial); sin dudarlo me incliné por este último para así terminar mi secundaria con el título de Bachiller Comercial.

Estando ya en décimo grado me vi en la necesidad de conseguir un empleo los fines de semana con el fin de ayudar en mi casa con los gastos escolares. El trabajo que conseguí fue como mesero en un restaurante local y en el cual estuve por 4 años, dos de ellos trabajando de tiempo completo después de mi graduación.

Una vez instalado en la ciudad de Cali en el año 2009, fui contratado para dirigir el Departamento de Compras de una empresa productora de alimentos. Este trabajo me permitió costearme los estudios universitarios los cuales realicé en horario nocturno. A pesar de que logré con esta compañía una larga estabilidad laboral y me permitió sacar adelante mi carrera como Administrador de Empresas, también causó en mí un gran estancamiento porque gracias a ello había dejado a un lado mi sueño de ser independiente. En 1999 obtuve mi título universitario y un año después fui despedido de esta compañía por una política interna de recorte de personal.

A raíz de este suceso decidimos con dos compañeros de carrera universitaria, montar un negocio de distribución de vitaminas y suplementos alimenticios. Este negocio fracasó debido a nuestra falta de experiencia y poca preparación para la administración de una empresa, porque a pesar de ser Administradores de Empresas recién egresados, desafortunadamente en la universidad no te

enseñan cómo hacerlo, porque la educación tradicional en mi país, así como en muchos otros países, está orientada a formar empleados y no emprendedores.

Ante la necesidad de tener ingresos porque mis ahorros habían desaparecido junto con nuestro negocio de suplementos alimenticios, conseguí varios empleos de corta duración. Jefe de Compras de un restaurante, Jefe de Compras de una fábrica de calzado, Administrador de una panadería, así por el estilo. De otra parte montamos con un amigo, un negocio de empaque y distribución de productos alimenticios y con un familiar empezamos nuestra idea emprendedora creando un bar. Estos negocios también fueron un fracaso.

En el año 2004 me encontraba sin empleo, sin negocio y con deudas considerables. Fue entonces cuando fui invitado a la ciudad de Linares, mi tierra natal, para trabajar en la Administración Pública Municipal en el cargo de Secretario de Planeación. Era un nuevo reto para mí, pero acepté y la verdad fue una experiencia extraordinaria y enriquecedora desde el punto de vista humano principalmente, porque el poder servir a una comunidad con muchas necesidades tocó varias fibras de mi cuerpo.

En 2007 retorné a Cali, para vincularme laboralmente con una compañía dedicada a la administración de Propiedad Horizontal y con la cual estuve hasta el año 2010.

Como te puedes dar cuenta mi experiencia laboral ha sido muy amplia y en muchos sectores de la economía, también comencé varios negocios los cuales fracasaron, pero la gran y cruda realidad fue que el trabajar para otras personas, nunca me dio la posibilidad de tener un progreso considerable en la parte financiera. De todas formas mi idea de independencia laboral y financiera seguía latente.

¡Y Llegó la Era Digital!

Antes de trabajar como Secretario de Planeación en la Alcaldía de Linares, lo único que manejaba en Internet era una cuenta de correo electrónico.

En el ejercicio de mis funciones, me fue encomendada la tarea de coordinar el proyecto para instalar Internet en el edificio de la alcaldía así como en varios colegios de la región y gracias a este proyecto descubrí el mundo de posibilidades que nos presenta la Era Digital.

Inicialmente utilicé Internet para recaudar información y aplicarla en los diferentes proyectos de desarrollo que surgían en la administración municipal y así fui explorando poco a poco y conociendo más sobre este fantástico mundo.

En cuanto a negocios por Internet, mi primer intento lo hice comprando un catálogo de empresas en su gran mayoría americanas que buscaban mano de obra en otros países como Colombia para contratar este servicio a través de la modalidad de maquila. El catálogo no colmó mis expectativas así que abandoné este proyecto.

Aquí quiero hacer un paréntesis para comentarte que este tipo de abandonos es muy frecuente que suceda, todo porque para iniciar un negocio en Internet no se requiere de grandes inversiones de capital; de ahí que siempre recomiendo que trates de enfocarte en lo que más te gusta, en lo que te apasiona; para que tu proyecto *online* sea totalmente exitoso.

Luego incursioné en una plataforma de tiendas *online* llamada Mercadolibre. Esta plataforma la usé básicamente porque quería vender mi colección de aproximadamente mil discos compactos de música original. El proyecto a pesar de lograr mi objetivo en un 90 por ciento no despertó en mi la suficiente pasión como para dedicarme de lleno a esta actividad; pero debo resaltar que fue una gran experiencia porque conocí y aprendí de muchas herramientas para el mercadeo *online*, como plataformas de pago, páginas de ventas, promoción en redes sociales como Facebook, promoción a través de correo electrónico, entre otras.

Finalmente en el año 2008 descubrí el negocio en Internet que colmó mis expectativas y mejor aún, estaba relacionado con un tema que ha sido mi gran pasión desde que tengo uso de razón: el fútbol. Soy fanático de este deporte de multitudes desde muy niño, lo practiqué

a nivel aficionado hasta el año 2009 y soy un consumidor de fútbol mundial en grandes cantidades.

Esta pasión me ha permitido adquirir muchos conocimientos en este campo y obtener información de primera calidad para realizar inversiones en apuestas deportivas a través de Internet. Este es el tipo de negocio que vengo implementando desde esa fecha y el cual me ha permitido dar un salto importante en mi objetivo de ser mi propio jefe y seguir consolidando el proyecto de obtener libertad financiera.

Descubriendo mi Talento para las Apuestas Deportivas

En Colombia se implementó hace algunos años, una quiniela deportiva *offline*, la cual consistía en pronosticar el resultado de 14 partidos de fútbol para cada fin de semana. Los juegos seleccionados eran de las principales ligas del fútbol europeo y los combinaban con algunos encuentros de la liga colombiana, las opciones eran tres; victoria del equipo local, empate o victoria del equipo visitante.

Un día cualquiera y a pesar de no ser muy aficionado a las loterías, decidí comprar un boleto de la quiniela deportiva, como era conocedor y seguidor del fútbol mundial no me llevó mucho tiempo el seleccionar los que consideré serían los resultados ganadores. El acierto fue 10 sobre 14. Era un 71.43 por ciento de acierto, esto me llenó de mucha satisfacción.

Empecé a investigar un poco más a través de Internet sobre este tema de las Apuestas Deportivas y en especial de fútbol y encontré un mundo fantástico y lleno de muchas posibilidades de conseguir ingresos adicionales a los obtenidos con el trabajo que para la época venía desempeñando.

Investigando sobre este tema, encontré que desde el año 2002 se está llevando a cabo toda una expansión de casas de apuestas por Internet, centradas en Apuestas Deportivas y principalmente en las apuestas de fútbol y que mueven grandes sumas de dinero cada día, la proporción es de tres veces más que las bolsas de valores de New York, Londres y Tokio juntas. Adicionalmente son o han sido patrocinadoras de grandes clubes en el mundo, entre los cuales

tenemos: Real Madrid y Mallorca en España; Olympique de Lyon, Marsella y Lille en Francia; Aston Villa, Sunderland y Stoke City en Inglaterra; Juventus y Palermo en Italia y Bayern Munich en Alemania, entre otros.

Es decir a lo que antes se miraba como tabú, hoy en día ha pasado a ser uno de los negocios más rentables del mundo.

Al comienzo y como todo emprendimiento, fue difícil y con algunas pérdidas en los primeros meses. Este comienzo lo tomé como una escuela y me dediqué a aprender, asimilar y procesar la mayor cantidad de información posible; pero lo más importante fue que tomé acción y no me quedé únicamente con la parte teórica.

La primera casa de apuestas que descubrí fue Bwin. Esta casa, en la actualidad mueve a diario más de 30.000 apuestas en más de 90 deportes diferentes, está disponible en 22 idiomas y sus transacciones *online* gozan de la protección adicional de sistemas de seguridad de alta fiabilidad de “partners de clearing” reconocidos a nivel mundial.

Una de las anécdotas que me gustaría compartir contigo porque para mí fue una gran lección y si tú estás interesado en incursionar en este tipo de negocio, no cometas el error que yo cometí. Todo ocurrió al realizar mi primer depósito de dinero en Bwin; esta casa de apuestas ofrecía un bono de bienvenida del 100 por ciento hasta un máximo de 50 euros, para los nuevos clientes que abrieran una cuenta con ellos. Debido a que no contaba con tarjeta de crédito para esa fecha, ni tenía un monedero electrónico; este depósito lo realicé a través de Wester Union pagando un alto costo de envío, pero gran sorpresa me llevé cuando fui a reclamar el bono de €50, pues resulta que esta oferta era válida únicamente para personas residentes en España. Finalmente me decidí por hacer mis primeras apuestas pero fue más lo que se tardó en llegar el dinero a mi cuenta, que en perderlo todo.

Como lo mencioné anteriormente, los primeros meses fueron de constante aprendizaje, obtuve pérdidas considerables pero grandes lecciones. Casi un año después de haber comenzado fue que empecé a ver resultados positivos.

En 2010 leí el mejor libro que llegó a mis manos, **“Padre Rico Padre Pobre”** de Robert T. Kiyosaki, este libro me liberó totalmente y me sacó de la zona de confort en la cual me encontraba y fue por ello que decidí renunciar a mi otro empleo y dedicarme de lleno a invertir en apuestas deportivas a través de Internet y proyectarlo como el negocio que siempre estuve buscando.

En el año 2011 consideré que era justo compartir toda la información que había acumulado durante los años anteriores y después de investigar un poco, encontré que la mejor forma para hacerlo era a través de un sitio web y fue entonces que nació el proyecto **“Gane Dinero Con El Fútbol”**.

En este sitio compartimos información de calidad para que nuestros seguidores puedan obtener el mayor beneficio posible invirtiendo en fútbol, aquí compartimos estrategias de apuestas, pronósticos gratis y al registrarte puedes reclamar completamente gratis el libro de mi autoría: **“Tres estrategias para invertir en apuestas deportivas”**.

En el año 2012 lancé al mercado mi primer producto llamado: **“Pronósticos VIP”** donde comparto con mis suscriptores cada fin de semana los mejores juegos del fútbol europeo para invertir nuestro dinero y desde este año está disponible también el exitoso sistema de apuestas **“Gol y Gana”** donde para ganar dinero un gol es suficiente.

También soy fundador y representante legal de **MULTI INVERSIONES ONLINE S.A.S.**, empresa legalmente constituida y registrada en Cámara de Comercio bajo el número 859747-16 del 27 de noviembre de 2012 y cuyo objeto principal es la realización de inversiones en apuestas deportivas y todas las demás operaciones relacionadas con el objeto mencionado.

Si estás buscando empezar tu propio negocio en Internet y aún no te has decidido por algún tema en particular, las inversiones en apuestas deportivas son una gran alternativa, y lo más importante, que puedes dejarte guiar por expertos en el tema para que así no cometas los errores que yo cometí al comenzar.

A continuación te compartiré alguna información de mucho valor y que considero fundamental deberías saber antes de embarcarte en un proyecto de esta naturaleza.

¿Cómo funcionan las Casas de Apuestas?

Al valor que cada Casa de Apuestas está dispuesta a pagar en una apuesta deportiva se le conoce como “*Cuota*”. Entre mayor sea la cuota, mayor será nuestra ganancia, pero la probabilidad de acierto será mucho menor, es decir, que son inversamente proporcionales.

Para ganar más dinero en las apuestas deportivas es importante aprovechar las diferencias de cotización que existen entre los sitios de apuestas deportivas y es por eso que te voy a explicar cómo funcionan las Casas de Apuestas.

Para los sitios que ofrecen apuestas deportivas no es relevante quien gane o pierda un partido de fútbol, de tenis, de baloncesto, etc.; porque estas Casas de Apuestas obtienen un margen de utilidad en cada partido. Te lo mostraré en el siguiente ejemplo:

La casa de apuestas Bet365 estuvo ofreciendo las siguientes cuotas para el partido por Champions League entre Juventus Vs. Real Madrid, a disputarse el 5 de noviembre de 2013:

Gana Juventus@2,50. Por cada dólar apostado te paga 2,50

Empate@3,50. Por cada dólar apostado te paga 3,50

Gana R. Madrid@2,75. Por cada dólar apostado te paga 2,75

Para analizar estos valores, dividimos 1 por cada cotización y obtenemos el siguiente resultado:

$$1/2,50 = 0,40$$

$$1/3,50 = 0,29$$

$$1/2,75 = 0,36$$

$$\text{Total} = 1,05$$

Este resultado significa que la Casa de Apuestas ganará un 5 por ciento de las sumas apostadas. Es decir, que por cada dólar ganado por un apostador, la casa de apuesta habrá recibido 1,05 dólares, obteniendo así una utilidad del 5 por ciento cualquiera sea el resultado del partido.

Cada casa es autónoma para establecer las cuotas de los partidos y el cálculo lo hace a través de modelos informáticos que en muchas ocasiones no corresponden a la realidad y por eso se presentan diferencias de cuotas entre las Casas de Apuestas para un evento determinado que, si las aprovechamos a nuestro favor obtendremos beneficios mayores en nuestras inversiones y en ocasiones podremos encontrar apuestas seguras al 100 por ciento.

¿En qué consisten las Apuestas Seguras?

No es una utopía, las apuestas 100 por ciento seguras sí existen pero se requiere de mucho trabajo para conseguirlas o pagar una suscripción mensual a un sitio web especializado, el cual brinda alertas de apuestas seguras. Debido a que las Casas de Apuestas ajustan sus cuotas cuando encuentran un desfase en alguna hay que ser muy rápido para aprovecharlas.

Con el siguiente ejemplo explicaré cómo ganar de forma segura en las apuestas deportivas.

Partido de fútbol de la Premier League Inglesa entre Tottenham versus Chelsea llevado a cabo el 22 de diciembre de 2011. El mercado donde se encuentra la apuesta segura es: Más/Menos 0,5 goles en la primera parte con las siguientes cuotas:

Más de 0,5 @1,50 en Stanjames, Ganamos con 1 gol o más en el 1er. tiempo

Menos de 0,5 @3,20 en Betvictor, Ganamos si terminan 0-0 en el 1er. tiempo.

Ahora utilizamos una calculadora para *apuestas seguras* la cual nos mostrará los valores que debemos apostar en cada una de las casas de apuestas. En Stanjames debemos invertir \$68,09 y en Betvictor \$31,92 para un total de \$100.

Las ganancias potenciales quedan de la siguiente forma:

Stanjames: @1,50 x \$68,09 = \$102,14 si ganamos esta apuesta

Betvictor: @3,20 x \$31,92 = \$102,14 si ganamos esta apuesta

En conclusión, pase lo que pase en el primer tiempo del partido obtendremos una rentabilidad del 2,13 por ciento sobre nuestro capital invertido.

Hay inversionistas profesionales que utilizan este tipo de apuestas para incrementar su capital cada año. Me atrevería a asegurar que es mucho mejor que invertir en la bolsa de valores.

Dinero Gratis

Robert T. Kiyosaki en su libro “*Retírate Joven Y Rico*” habla de la importancia del apalancamiento en el camino a retirarse joven y millonario. En el mundo de las apuestas deportivas, la mejor forma de apalancarse, es aprovechar los diferentes bonos que ofrecen las Casas de Apuestas, ya que de entrada estaremos invirtiendo con dinero de otros. Obviamente, para obtener un mejor provecho de estos bonos, es necesario contar con una muy buena estrategia para liberarlos.

A continuación quiero compartir contigo una estrategia que me permitió ganar 225 dólares en el partido de fútbol de la final de la Champions League entre los equipos alemanes Borussia Dortmund Vs. Bayern Munich, disputada el 25 de mayo de 2013. Para ello utilicé los bonos de bienvenida que ofrecían las Casas de Apuestas Bet365 del 100 por ciento hasta \$100 y Betmotion del 150 por ciento hasta \$150.

Esta es una estrategia que recomiendo mucho a las personas que están empezando a invertir en apuestas deportivas.

La Estrategia

Deposité \$100 en Bet365 y me dieron un bono de \$100.

Deposité \$100 en Betmotion y me dieron un bono de \$150.

Resumiendo

Inversión: \$200

Bonos: \$250

Total: \$450

La Apuesta

Invertí \$200 (\$100 Depósito + \$100 Bono) en Bet365 a que Borussia Dortmund gana o empata el partido a cuota 2,05.

Invertí \$250 (\$100 Depósito + \$150 Bono) en Betmotion a favor de

Bayern Munich a cuota 1,70.

Si Borussia Dortmund hubiera ganado o empatado el partido, la operación sería la siguiente: $(\$200 \times 2,05 = \$410) - \$200$ que invertí de mi capital = \$210 de utilidad.

El partido lo ganó Bayern Munich por 2 goles a 1 y mi balance fue el siguiente: $(\$250 \times 1,70 = \$425) - \$200$ que invertí de mi capital = \$225 de utilidad.

En conclusión, invertí 200 dólares de mi capital y obtuve una rentabilidad del 125 por ciento aprovechando el dinero que ofrecen las Casas de Apuestas para conseguir nuevos clientes.

¿Es posible Vivir de las Inversiones en Apuestas Deportivas?

Esta es la gran pregunta que se hace mucha gente. La respuesta es que sí es posible vivir invirtiendo en apuestas deportivas y yo soy un ejemplo de ello.

Esta actividad se debe asumir como cualquier otra en la vida, con tenacidad, esfuerzo, mucho trabajo, paciencia y disciplina. Si en alguna ocasión te han dicho que te puedes hacer millonario de la noche a la mañana invirtiendo en apuestas deportivas, te están mintiendo.

Los profesionales de las apuestas deportivas pueden obtener en promedio un rendimiento mensual del 10 por ciento sobre su capital invertido; incluso algunos se dan por bien servidos con un 5 por ciento.

Supongamos que vives en Colombia en donde el salario mínimo es aproximadamente de unos 300 dólares y que tu rentabilidad en apuestas deportivas es del 10 por ciento, entonces con un capital de 3,000 dólares puedes ponerte un salario como el de la gran mayoría en mi país; pero si lo que quieres es un ingreso de 2,000 o 3,000 dólares, entonces tu capital debe ser de entre 20,000 y 30,000 dólares.

La buena noticia es que si tienes un capital pequeño y cuentas

con las estrategias y sistemas adecuados que te permitan ganar consistentemente un 10 por ciento mensual, posees la paciencia y disciplina para lograrlo, entonces, entre tres y cinco años te tomará reunir el capital necesario para tener los ingresos suficientes para vivir de esta actividad.

Recuerda que las Casas de Apuestas duplican tu dinero cuando te registras y depositas por primera vez, siendo así, puedes empezar con unos 1,000 dólares y empezar tu camino como profesional en este mundo fantástico de las apuestas deportivas en Internet.

Finalmente, si estás decidido a emprender tu negocio en la Era Digital; me gustaría darte unos consejos, los cuales espero te sean de gran utilidad:

Toma Acción: Independiente del nicho de mercado en el cual quieras llevar a cabo tu emprendimiento, debes pasar a la acción; no te quedes únicamente en la teoría. En mi caso asumí riesgos pero tomando algunas precauciones.

Persevera: A pesar de que al comienzo de mi emprendimiento *online*, obtuve pérdidas económicas; esto me sirvió como escuela, aprendí la lección y tomé los correctivos necesarios para lograr mi objetivo. Tú también puedes lograrlo, perseverando alcanzarás tus objetivos.

Sigue la huella: Hay muchas personas en Internet que ya están muy adelante en tu camino y están dispuestas a brindarte información de gran valor de forma gratuita. Entonces simplemente pregunta y sigue sus pasos.

Prepárate: Nunca dejes de aprender ya que en Internet las cosas cambian rápidamente y lo que hoy es de gran utilidad pronto resultará obsoleto. Si te adaptas con facilidad al cambio, entonces serás una persona exitosa.

Entrega valor: Si entregas contenido de valor de forma desinteresada, tus clientes potenciales te buscarán y querrán establecer relaciones comerciales contigo y formar alianzas estratégicas donde todos

ganan.

Para terminar este capítulo, permíteme compartir esta reflexión que nos entrega Robert T. Kiyosaki en su libro “***El Cuadrante Del Flujo De Dinero***”:

“Cada día, 1.4 billones de dólares dan la vuelta al planeta de manera electrónica y esa cantidad se está incrementando. Actualmente se crea más dinero y hay más dinero disponible que nunca. El problema es que el dinero es invisible, pues hoy el tráfico se hace por medios electrónicos. Por lo tanto, cuando la gente busca el dinero con sus ojos, no puede ver nada. La mayoría lucha por sobrevivir de quincena en quincena y, sin embargo, 1.4 billones de dólares vuelan alrededor del planeta cada día, en busca de alguien que quiera tenerlos, de alguien que sepa cómo cuidarlos, nutrirlos y hacerlos crecer. Si sabes cómo cuidar del dinero, el dinero irá hacia ti. La gente te rogará que lo aceptes”.

“Tener un Negocio Sin Dejar Tu Empleo Ahora es Posible Gracias a Internet”

Por Óscar Vega

Si alguna vez has pensado en iniciar un negocio pero no quieres renunciar a tu empleo ya sea porque no puedes dejar de recibir ese ingreso, o porque no estás seguro de que tu idea de negocio funcionará o simplemente porque tienes un trabajo que te gusta pero deseas un ingreso extra; pero crees que hacer las dos cosas es imposible, entonces permíteme platicarte mi historia.

Hace 7 años inicié mi primer negocio en Internet, había apenas terminado la universidad y conseguido un buen empleo en una empresa internacional de tecnología, sin embargo, yo siempre había deseado iniciar un negocio propio y las deudas que había acumulado en mis tarjetas de crédito, me obligaron a buscar alternativas de ingresos adicionales a mi trabajo.

Años atrás ya había intentado iniciar algunos negocios fuera de Internet pero sin ningún éxito, esta vez estaba decidido a lograrlo pero ahora debía hacerlo de una manera más inteligente que me permitiera continuar con mi empleo, me encontraba recién casado y mi trabajo representaba el principal ingreso de mi nuevo hogar.

Buscando opciones en Internet me encontré con una que en ese momento me pareció excelente, consistía en comprar un

nombre de dominio pagando una mensualidad e invitar a otras personas a que también compraran su dominio, la empresa te pagaba un 10 por ciento de la mensualidad de las personas afiliadas dentro de tu red de afiliados, en otras palabras, un multinivel en Internet; era ideal, no tenía horarios fijos y podía dedicarle tiempo saliendo de la oficina.

Aun cuando ya tenía algo de experiencia creando algunos sitios web personales como *hobby*, este había sido mi primer acercamiento real a los negocios en Internet. Inicié entonces con mucho entusiasmo en este negocio de los dominios, ya saben, invitando a tus familiares y amigos, haciendo mi lista de prospectos, enviando videos e información sobre el negocio, llamadas, etc.

Pero para mí sorpresa, las personas que conocía no parecían tan convencidas de mi “gran oportunidad de negocio” como yo, después de varias semanas solo había logrado afiliar a un amigo, sin embargo, no me pensaba dar por vencido tan fácilmente y comencé a pensar en maneras en que podría mostrar mi negocio a más personas más fácilmente.

Mi primer idea fue la de enviar correos electrónicos a cuanta dirección de correo electrónico pasara por mis manos, no importaba de quién fuera el correo, empecé a crear bases de datos de correos de mis amigos, amigos de mis amigos y amigos de los amigos de mis amigos, “robando” las direcciones de las cadenas de correos que me llegaban (recuerden que antes de las redes sociales, era muy común reenviar los correos que te gustaban a tus amigos), capturaba correos de tarjetas de presentación, sección amarilla, de sitios en Internet y demás.

Logré acumular miles de direcciones, aunque después aprendí que esto es un grave error de *marketing* en Internet, comencé a

bombardear a mis listas de correos con *e-mails* sobre la “gran oportunidad” que era mi negocio, sin embargo, como ya se imaginan, los resultados fueron casi nada.

No entendía lo que pasaba, además de todo ni siquiera podía enviarlos todos juntos ya que los enviaba de mi cuenta de Hotmail y solo se me permitía enviar cierto número de envíos por día, 500 si no recuerdo mal, en aquel entonces yo no conocía de auto-respondedores, ni de listas de suscripción voluntaria, ni de *email marketing* ni mucho menos de *marketing* de atracción.

Las semanas pasaban y mi emoción comenzaba a convertirse en frustración, mis deudas continuaban y para colmo debía seguir pagando la mensualidad de mi dominio, empecé a pensar que solo estaba perdiendo el tiempo, llegaba cansado de mi trabajo pero aun así seguía buscando la manera de hacer que esto funcionara.

Un buen día mi buen “amigo” Google se apiadó de mí y me llevó un sitio en Internet que hablaba de todas estas cosas del *Marketing* en Internet, y lo mejor de todo, era en español; la página era MercadeoGlobal.com de Álvaro Mendoza, recuerdo que esa noche me desvelé leyendo su blog y escuchando su *podcast*, era increíble todo lo que yo estaba haciendo mal, básicamente todo, a partir de ese momento empecé a estudiar todo lo que podía de Álvaro.

Todo esto del *Marketing en Internet* me cautivó, de pronto el negocio de los dominios por el que había empezado ya no me interesaba, había descubierto toda una nueva ventana de oportunidades para hacer negocios utilizando la Internet, yo sabía que posiblemente muchas otras personas ya estaban utilizando estas estrategias para sus propios negocios en Internet, sin embargo, yo lo veía

desde una perspectiva diferente y pensaba en ¿cuántas empresas locales aún no sabían de esto y no estaban aprovechando todo este potencial? En el mejor de los casos, tenían una página en Internet estática que nadie visitaba, sin ninguna estrategia detrás, no sabían de posicionamiento, *email marketing*, páginas de aterrizaje, ni mucho menos cartas de venta.

Me di cuenta que existía un nicho de mercado que no estaba siendo atendido al menos no localmente, existían agencias de publicidad en la ciudad pero en lo que respecta a Internet solamente se enfocaban en el diseño gráfico y crearles el sitio web a los clientes, no ofrecían una estrategia real y completa de *marketing online*.

Por aquellos días, mi esposa quien es Licenciada en Comunicación, trabajaba para la agencia de publicidad de una de las tiendas de abarrotes más grandes del norte de México, todos los días ella me platicaba lo que hacían en la agencia y yo veía que mucha de la estrategia se enfocaba en la creación de unos volantes de papel que distribuían casa por casa por toda la ciudad; de esos volantes fue que me nació la idea de ofrecer un servicio de “volanteo” en formato digital a través de correo electrónico a empresas locales, así fue como nació la idea de Volantea.com

Hoy en día Volantea.com es una agencia de *marketing digital* que ofrece principalmente los servicios de Social Media, *Email Marketing*, Diseño gráfico, Diseño Web y más recientemente estamos incursionando en el mundo de las Apps para equipos móviles. Aunque tenemos algunos clientes a nivel nacional, nuestro nicho de mercado está en atender a empresas locales, algunas de las cuales han sido nuestros clientes continuos desde el primer año en que iniciamos; ahora estamos en la tarea de estandarizar nuestros procesos y operaciones para

poder expandirnos a los Estados Unidos y posiblemente en formato de Franquicia en México.

Volviendo a aquel día, aunque ya tenía la idea, el nicho de mercado y la solución que ofrecería, aún tenía un grave problema, no tenía dinero, no tenía tiempo y no podía darme el lujo de renunciar a mi empleo, aunque estaba seguro de que el negocio funcionaría no podía correr el riesgo, tenía que iniciar y hacerlo funcionar sin renunciar ni descuidar mi trabajo en la oficina.

El hecho de ser una empresa 100 por ciento basada en Internet, me permitió operarla de manera simultánea a mi trabajo, siempre cuidando la ética laboral y sin descuidar mis obligaciones en empleo, haciéndola crecer poco a poco, un cliente a la vez. Aunque aún es una empresa pequeña, ya da trabajo a 5 colaboradores, 3 de ellos de manera 100 por ciento remota con bastante coordinación y profesionalismo.

Mi Libro

Esta experiencia de ser un empleado profesional y empresario a la vez, me motivó a escribir un libro titulado “Sin Dejar mi Empleo” (www.sindejarmiempleo.com) el cual pretende ser una guía para otros emprendedores que desean iniciar sus propios negocios, pero que por cualquier circunstancia no pueden dejar su actual empleo.

Ventajas de No Dejar Mi Empleo para Comenzar

Aunque el caso de cada persona es diferente, basado en mi experiencia personal estas son algunas de las ventajas que yo considero más importantes para no dejar tu empleo cuando vas a iniciar un negocio propio por primera vez:

1. Tienes 2 ingresos

De acuerdo con especialistas, emprender un nuevo proyecto sin dejar tu empleo puede elevar tus ingresos hasta un 40 por ciento. Si utilizas este ingreso adicional para saldar deudas, invertir en tu negocio, y ahorrar, podrías dedicarte de tiempo completo a tu negocio en poco tiempo y tener mayor posibilidad de éxito. Además, ¿a quién le molesta tener ingresos extra?

2. Minimizas el riesgo

Sin duda el principal temor de todo empleado que desea emprender su propio negocio, es el miedo a dejar de percibir ingresos de forma segura, que el negocio fracase y quedarse sin ingresos, sin embargo, cuando inicias tu aventura emprendedora sin dejar tu trabajo principal, el riesgo desaparece.

3. Apoyo familiar

En ocasiones la principal barrera para dejar tu empleo y empezar tu propia empresa, la tienes en tu propia casa con tu familia, sobre todo si el ingreso de tu empleo representa la principal fuente de ingreso de tu hogar. Es normal que las personas que directa o indirectamente dependen de ti puedan sentirse inseguras cuando les comentas que quieres iniciar tu propia empresa. Sin embargo, si les explicas que no renunciarás hasta comprobar que tu negocio funciona, es muy posible que cuenten con su total apoyo.

4. Puedes crecer a tu propio ritmo

Renunciar a tu trabajo y aventurarte en tu propio proyecto sin duda puede ser un proceso desgastante y de mucho estrés ya que siempre existen factores y circunstancias que están fuera de nuestro control o que pueden no resultar como esperamos, esto puede ser un arma de doble filo ya que por un lado te puedes ver obligado a hacer que funcione a como dé lugar

y lograrlo, o por el contrario puede que te desanimes para siempre y termines buscando nuevamente un empleo. Sin embargo, si lo haces de manera conjunta eliminas esa parte del estrés y puedes ir avanzando a tu propio ritmo.

5. Lo puedes volver a intentar

Si resulta que tu idea maravillosa no era tan maravillosa y acabó en fracaso, no te preocupes, no perdiste nada, al contrario ganaste una invaluable experiencia que seguro te servirá mucho cuando lo vuelvas a intentar.

¿Qué puedo Vender yo en Internet?

Ya en varias ocasiones me han preguntado: Óscar, ¿Qué puedo vender yo en Internet?

La respuesta es muy sencilla y concreta: puedes vender TODO.

La razón por la que digo que la respuesta a la pregunta ¿Qué puedo vender en Internet? Es Todo. Es porque efectivamente puedes vender cualquier cosa, (obviamente que sea legal), desde un libro hasta una casa en la playa, un servicio de plomería en tu ciudad o una membresía a tu club privado de seguidores, hemos visto de todo, sin embargo, no porque pongas algo a la venta en Internet la gente te lo va a comprar, ¿estás de acuerdo?

La pregunta que en realidad te deberías estar haciendo es: ¿Qué están buscando las personas en Internet que yo les pueda vender?, esto es algo básico pero muy importante y que mucha gente no lo hace, responder a esta pregunta se le llama encontrar un nicho de mercado.

Te recomiendo que busques nichos de mercado sobre temas que ya dominas o temas que realmente te apasionan, por ejemplo, si eres veterinario de profesión puede que domines muy bien el tema del cuidado de animales y posiblemente exista

un nicho de mercado al que le puedas vender, será mucho más fácil posicionarte como experto en una tema que ya conoces o dominas que uno que desconoces.

Entre más específico mejor, cuando empieces a buscar nichos de mercado te encontrarás que para las cosas más comunes que se te pueden ocurrir lo más probable es que la competencia sea muchísima, por ejemplo, si buscas ofrecer vender un “curso de entrenamiento para perros” verás que existen cientos y tal vez miles de personas ofreciendo lo mismo y la competencia será feroz. Te recomiendo que busques nichos que sean más específicos, por decir, si en lugar de buscar vender un curso de entrenamiento para perros en general, puedes buscar un nicho de mercado específico que tenga demanda, por ejemplo “Curso de entrenamiento para Bulldogs”, verás que el nivel de tu competencia se reduce muchísimo y nuestra posibilidad de éxito de ventas aumenta.

Debemos de tener cuidado de encontrar el punto exacto de demanda y competencia, no queremos ofrecer algo en lo que existe mucha demanda, mucha competencia, pero tampoco algo que no tiene competencia ni tampoco demanda.

Decide el tipo de producto o servicio, una vez que encuentres tu nicho de mercado ideal (alta demanda y baja competencia) puedes entonces decidir qué producto o servicio es el que más te conviene ofrecer, puede ser un libro digital, un DVD, un audio libro o hasta productos físicos como en este caso específico, ropa para perros o comida especializada.

Mi nueva Etapa como *Coach*

Más recientemente he iniciado con mi formación como *coach* y a través de mi blog www.OscarVega.com trabajar con emprendedores que tengan alguna idea de negocio en Internet

y estén buscando un socio estratégico para realizarla, mi lema es que todo puede ser comercializado en Internet si sabes cómo hacerlo o si tienes un tutor que te enseñe.

Mi primer caso de éxito como *coach* de negocios en Internet ha sido con mi esposa Daniela, quien además de su carrera profesional también estudió lo que más le apasiona que es la asesoría de imagen personal y ha logrado convertir su pasión en un negocio con éxito en Internet, a través de su blog www.ImagenNueva.com el cual cuenta con más de 10 mil suscriptoras voluntarias de todo el mundo, a través de su blog comercializa su servicio de asesoría de imagen personal 100 por ciento *online* y la venta de su *e-book* titulado “6 principios básicos para verte siempre bien”, esto la ha logrado posicionar como una personalidad en su nicho de mercado en Internet, ha sido mencionada en varias publicaciones, conferencista en eventos de mujeres y ha asesorado a algunas personalidades.

¿Cómo la Cadena de Valor Influye en la Rentabilidad de una Organización?

Por Víctor Plaza

La ventaja competitiva no puede ser comprendida viendo a una empresa como un todo, expresa Michael Porter (1987) en su obra ventajas competitivas. Esto me llevó a analizar en las diferentes funciones que se cumplían en una organización funcionalmente y jerárquicamente estructurada, la Armada de mi país y me percaté de la diferencia que existía entre las funciones que cumplía y las actividades propias del trabajo consuetudinario.

Siempre observaba que pese a los reglamentos, manuales de funciones, se presentaban situaciones que escapaban de lo dispuesto y más bien atendían otro tipo de secuencias, las actividades diarias, que dependían en muchos casos de las actitudes, aptitudes, iniciativas, responsabilidades y compromisos o expertise de los trabajadores de los diferentes niveles. Eso lo observaba en todo tipo de actividad de planeamiento, de ejecución de tareas o de actividades a situaciones que se presentaban de improviso como el de tener que reparar una máquina de propulsión o equipos auxiliares en plena navegación, operaciones ya sea en el mar de índole logístico, como en las bases en tierra.

Una experiencia que me marcó fue cuando me desempeñaba como jefe de control de calidad en el área de abastecimiento naval y tenía a mi cargo un conjunto de ingenieros especialistas en las diferentes áreas del proceso logístico cuyas funciones

eran asistir al suscrito en la clasificación de insumos, materiales, materia prima, productos semielaborados, productos terminados, instrumentos, herramientas etc., etc.

El proveedor se presentaba con sus productos y tenía como documentación oficial el contrato, las especificaciones técnicas, y la orden de internamiento, mi tarea era que se cumplieran los requisitos, pero por otro lado estaba el pago que tenía que hacerse normalmente en varias partes ya que eran varios internamientos; descubrí que tenía que ser flexible en la coordinación adecuada con tesorería con la finalidad de que este producto sea internado por necesidades logísticas de los consumidores pero esta función no estaba dispuesta en mi cargo escapaba de lo establecido, en los manuales de funciones allí me percaté de la importancia de la cadena de valor.

La cadena de valor es una herramienta que disgrega las actividades de una empresa y a la vez interactúa entre ellas, lo que le permite comprender el comportamiento de los costos y las fuentes de diferenciaciones existentes y potenciales.

Una gran inquietud estratégica de los CEO (Chief *Executive* Officer) es cómo obtener un crecimiento rentable, cómo mejorar la práctica empresarial y normalmente el máximo reto es llevar la idea a la práctica.

Las preguntas van desde cómo fijo los precios, cómo neutralizo a la competencia, cómo fidelizo a mis clientes, cómo convierto a los prospectos en clientes, cómo retener mis mejores cuadros, las mejoras en los costos y de la productividad por si solos no serán suficientes para generar resultados satisfactorios.

La cadena de valor en la organización representa la sinergia entre todas las actividades que se realice en ella.

Lo importante en una organización es que alcance una ventaja competitiva y lo haga en un sector o segmento de mercado y debe definir su cadena de valor para lograr un crecimiento rentable.

Una empresa es una organización que no está sola tienen muchas influencias, vamos viendo las interacciones con el ambiente externo y cómo afecta favorable o desfavorablemente su cadena de valor.

Las actividades primarias genéricamente están compuestas por la logística interna producción u operaciones, la logística externa, *marketing* y ventas servicio postventa.

Las actividades de apoyo, aprovisionamiento, investigación y desarrollo, gestión de recursos humanos, y lo que le llaman infraestructura es liderazgo, observamos unas líneas punteadas eso significa la interrelación entre ellas no están compartimentadas.

Caso Honda

Este es un caso de cómo ve la compañía Honda su cadena de valor influenciada por 5 grandes bloques.

El primero que corresponde a la actividades primarias lo llama SECTOR Y USUARIOS, observemos no lo llama consumidores o clientes sino usuarios y eso porque es la filosofía de Honda, el producto está unido al usuario ya que consideran al usuario como parte de la MARCA y porque según la estadística a nivel mundial es que las personas o instituciones que adquieren un automóvil o motos deportivas, acuáticas u otros motores de otros sectores como el agro y la energía lo usan de por vida o van escalando a modelos más caros o diferenciados, es un conjunto en la MARCA.

La logística interna está compuesta por la columna proveedores que proporcionan, piezas, subconjuntos, componentes, auxiliares, materiales como soldadura, empaquetadura *ring*, y otros, y procesos y accesorios de recambio.

En el área de producción están las fábricas de Honda y también otras organizaciones donde Honda es accionista pero son independientes, y normalmente fabrican todo lo que son electrónicos, aditamentos, *plugs*, lo importante es que Honda da el último toque o control de calidad a los productos.

Y conserva como actividad primaria la parte logística de las ventas y postventas y la atención al usuario, bien definida su cadena de valor en la actividad primaria.

Sumamente interesante es que, considera al valor de la notoriedad de la imagen en una segmentación psicográfica, estilo de vida en deportes y espectáculos pero a través de una prensa especializada, esa es su forma ya que cada distribuidor a nivel de país hace su promoción pero utiliza la estrategia de “pull” a nivel mundial.

Las actividades de apoyo están diversificadas en servicios profesionales de auditoría y consultoría, ingeniería y servicios financieros, observen que las finanzas son una actividad de apoyo no tanto primaria, asimismo desarrolla interacción con centros tecnológicos universidades y otros.

Un tema trascendental es la alianza estratégica con asociaciones empresariales profesionales, autoridades reguladoras y organizaciones certificadoras.

Observamos que la cadena de valor en este tipo de organizaciones da preferencia a la actividad productiva “el producto” es el rey y el *marketing*, las ventas a través de los

canales y los servicios de postventa están en un solo universo el universo de “la logística”.

Esta logística tiene sus puntos álgidos en el abastecimiento en el tiempo de sus insumos, o productos, pero también en abastecer a los canales de distribución de las partes necesarias en los diferentes servicios de mantenimiento con la finalidad de que el cliente siempre esté bien atendido.

Esta característica logística tiene como base un desarrollo de “abastecimiento global” con la finalidad de apoyar la expansión global de las operaciones de la compañía.

En el caso de Estados Unidos, Honda Motors opera una compañía global mediante cuatro organizaciones regionales. Su filosofía clave para compras es “fabricar donde se vende y comprar donde se produce” considerada como uno de los mejores compradores en el mercado americano.

Honda como Toyota utilizan el sistema “just in time” esto consiste en que tiene un ahorro en costos en el inventario de sus partes o componentes cuando un vehículo tipo automóvil, camiones, o motos, –en esta oportunidad se refieren a motocicletas y ciclomotores– están en la cadena de producción, estos aditamentos van llegando de acuerdo al momento en que los necesita la unidad que se encuentra en la cadena de montaje esto les permite facturar recién al ingreso y no tener en el almacén activos que mientras no se utilicen también son parte del pasivo contable.

En esta imagen de “just in time” se observa el proceso logístico que permite una diferenciación y beneficio de la cadena de valor en las áreas de gestión de inventarios, clientes, proveedores de confianza, servicios de herramientas especiales, servicios de

distribución completos de los almacenes a los almacenes de los centros de producción para uso inmediato lo que da un valor añadido.

Honda y la Internet

La cadena de valor de la marca Honda se ve incrementada con el servicio de Internet en el vehículo, es el caso del 2012 Honda Civic Lx el automóvil más vendido en 2012. El sedán del Civic i-MID o inteligente pantalla de información múltiple, pone la personalización al alcance del piloto.

El i-MID es el “go-to” para cada dato importante de la información de la unidad relacionada. Le permite ver, mpg actual, mensajes de texto e incluso dar vuelta-por-da-vuelta a direcciones, si se opta por el sistema de navegación disponible.

Con la i-MID y Pandora, Compatibilidad, que está montando con su propio DJ personal, iPhone. Los usuarios pueden conectar sus dispositivos a través de la interfaz de audio USB y la corriente de Pandora a través del sistema de audio del Civic. Y esto es parte de la sinergia entre las actividades de apoyo, investigación y desarrollo, el área de producción como también *marketing* y servicio al cliente.

La importancia de estar conectado no solo con los móviles sino con acceso a una plataforma más confiable y que permita al usuario ver, analizar información de forma más cómoda y confortable, y que en el automóvil pueda manejar las temperaturas, los ruidos así como la comodidad de su organismo lo que facilita la presentación de datos, gráficos, textos, que imprime mejor atención concentración y ventajas en la toma de decisiones.

Caso Federal Express

Formada en 1971, comenzó operaciones en 1973 con 14 aviones pequeños. Fundada por Frederick W. Smith, estudiante de Yale quien en 1965 escribió un ensayo acerca de cómo se utilizaban de manera ineficiente las rutas de pasajeros para el transporte de carga. Él planteó la necesidad de un sistema de rutas alterno para hacer eficiente la entrega de productos que fueran sensibles al tiempo como medicinas, partes electrónicas y equipos de cómputo.

Jim Barksdale jefe operaciones en FedEx a fines de los años 80 y principio de los 90, decía siempre lo que no se escribe, no se comunica, el mayor beneficio de contestar esas preguntas es que aclara la manera de pensar, eso hizo que Federal Express hiciera un cambio trascendental al exigir que los empleados o colaboradores, como se les llama actualmente, pensarán estratégicamente.

FedEx Express es la empresa más grande de transporte en el mundo. Su servicio es garantizado generalmente con tiempos de entrega de entre uno y dos días hábiles. Tiene su sede en Memphis. Cuenta con más de 141,000 empleados alrededor del mundo y entrega alrededor de 3.5 millones de documentos o paquetes de forma diaria. Cuenta con más de 680 aviones que operan en 375 aeropuertos, 43,000 vehículos, y más de 1,050 estaciones operativas alrededor del mundo.

Lo que vamos a ver a continuación es una empresa de servicios líder en el transporte de paquetes, encomiendas, documentos y cómo ha logrado posicionarse en el mercado de forma prioritaria.

Si observamos la cadena de valor de FedEx en la imagen izquierda vemos las plataformas de transporte que utiliza, o

sea, los aviones de carga, los camiones, y diversos tipos de furgonetas.

Y es la imagen de la derecha su cadena de valor que empieza con el cliente y concluye con el destinatario final, por ende las actividades primarias están en las operaciones a diferencia del caso Honda que vimos anteriormente que estaba en la producción, sin embargo, ambas coinciden en que “la logística” es un elemento trascendental; observemos, en Federal Express la logística de ingreso es fundamental ya que al recibir las mercaderías de diversos tipos tiene que clasificarlas, escoger una línea de transporte -la más adecuada puede ser aérea, ferrocarrilera, fluvial, marítima, terrestre, aunque normalmente la realiza de forma aérea combinada con la plataforma terrestre tipo camión o furgoneta, o el cliente receptor la recoge de sus establecimientos.

Sus 4 servicios de la cadena de valor están concentrados en la cadena de suministro del cliente.

1.- Sistema de manejo por inventario crítico, esto significa tiempo, tiempo y solo tiempo, que es lo que el cliente desea, que su encomienda se encuentre en el lugar, a la persona o institución adecuada y en buenas condiciones.

2.- Servicio integrado de transporte de mercancía, es la importancia el planeamiento y “la ruta crítica” que logrará que la mercancía sin dañarse logre cambiar de plataformas en un tiempo adecuado y normalmente utilizando economía de escala, sin perder lo más importante el tiempo programado para su entrega.

3.- Almacenaje y distribución rápida de inventario, si bien es cierto que las plataformas planeadas a través de rutas críticas,

los tipos de almacenaje van a depender de los accesos a las plataformas aéreas, terrestres, marítimas o fluviales, cuando me refiero a los accesos doy cuenta al ordenamiento distrital y cómo los medios de transporte tienen fluidez o espera.

4.- Transporte especializado de medicinas, un tema especial es el transporte de medicinas por varias razones, una de las principales es la criticidad de los mismos por ende el estibamiento de la carga, el etiquetado es especial y les da a los clientes la seguridad de su transporte y el cumplimiento riguroso de las certificaciones y disposiciones de la OMS. Su cadena de abastecimiento es manejada íntegramente por sistemas.

Casos de Éxito – Bectel S.A. de C.V.

Programa FedEx PyMEX

Este es un caso típico de una alianza estratégica en la cadena de valor entre un exportador y la logística de salida de los canales a través de FedEx, le da valor no solo por el transporte sino también por la información actualizada de la mercadería y su situación.

Bectel S.A. de C.V., es una empresa mexicana dedicada a la producción y exportación de textiles. La empresa ha encontrado su mercado en Estados Unidos, Canadá, Alemania, Reino Unido, Italia, Francia, Panamá y Colombia. Su éxito, operación y crecimiento dependen en gran medida de la eficiencia de su proceso logístico de distribución y exportación.

La producción en Bectel funciona bajo la premisa “justo a tiempo”. Para proveer un servicio con estas características, FedEx ha demostrado ser su mejor opción, ya que es necesario exportar muestras de tela y prendas al extranjero en tiempos muy cortos.

Becktel, se convirtió en miembro del programa FedEx PyMEX en el año 2005; gracias a esto ha tenido la oportunidad de aprovechar diferentes beneficios y apoyos que contribuyen a su eficiencia y éxito. Entre estos, FedEx puso a su disposición el programa denominado “PyMEX Envíe & Ahorre“, a través del cual ha tenido acceso a importantes descuentos en sus exportaciones.

Así también, como parte del módulo de educación del Programa FedEx PyMEX, el personal ha participado activamente y en forma gratuita en los Seminarios que organiza FedEx en conjunto con ProMéxico para apoyar su actividad exportadora. Otra de las herramientas que han sido aprovechadas por Becktel es “FedEx Ship Manager Software”, con el cual la empresa transforma la forma en que envía sus paquetes, desde la preparación de etiquetas de envío hasta el registro de la documentación de embarques y de rastreo.

Con el Programa FedEx PyMEX Membership, Becktel ha podido incrementar su volumen de exportaciones en un 80 por ciento del año 2005 a la fecha. El crecimiento ha sido el resultado de productos de excelente calidad y comercialización, aunados a un servicio que responde de manera correcta y en el tiempo necesario.

Caso FedEx lleva rápidamente el negocio de la pesca familiar a los mercados globales.

En esta oportunidad la cadena de valor se maximiza por la llegada de un producto perecedero a los puntos de venta con muy poca o mínima merma, se estableció una alianza estratégica adecuada.

Tobago Wild es una compañía de pesca tradicional, con sede en Tobago, que exporta pescados frescos a los mejores

restaurantes en los Estados Unidos. Esta empresa familiar con solo tres años, iniciada por Michael Dimin, ha prosperado para él y para más de 100 pescadores locales que trabajan en piraguas tradicionales en las prístinas aguas del Caribe del Archipiélago de las Antillas.

Tobago Wild promete a sus clientes que su producto pasará “del anzuelo a su cocina en menos de 36 horas”. De Nueva York a Los Angeles, sus petos, meros, atunes de aleta negra, mahi-mahi, coronados y pargos rojos frescos y sin congelar aparecen en los platos de exigentes sibaritas diariamente.

Desafío y Oportunidad

En una vacación familiar al pueblo de pescadores trinitario de Charlotteville, Michael tuvo una revelación donde comprendió que vendiendo directamente a los restaurantes podría reducir sus costos considerablemente y ofrecer un producto más fresco.

El mover alimentos frescos a través de fronteras requiere cierto grado de coordinación para mantener la integridad de los productos y cumplir con los requisitos de la FDA. Sin embargo, el mover pescado fresco para *sushi*, el cual nunca se congela, exige mayor atención en cuanto al tiempo del traslado y entrega. Chefs exigentes realizan envíos diarios para mantener su suministro de pescado fresco listo y no tener por qué preocuparse por inspecciones ni despachos de aduana.

Tobago Wild necesitaba capacidad de transporte aéreo, despacho de aduana, inspecciones de la FDA y entrega a tiempo para que la empresa pudiera ser exitosa. Un primer intento con una línea aérea comercial en enero de 2005 limitó su exportación a la ciudad de Nueva York, y desde ahí, únicamente a lugares tan lejos como a los que pudiera llegar un camión de entregas en un día. Michael, deseoso de mejorar

la situación de su empresa después de un año, acudió a FedEx en busca de una solución para sus limitaciones de envío y despacho.

Soluciones de FedEx Express

“Cuando Michael acudió a FedEx, llevábamos ya 20 años trabajando con Trinidad y Tobago, proporcionando principalmente servicios de envío de documentos”, señaló Gamal Hallim, ejecutivo de cuentas corporativas en la oficina de FedEx Express en Trinidad. “Esta era la primera vez que un cliente acudía a nosotros para enviar pescado fresco desde Trinidad. Lo increíble es que no tuvimos que hacer muchos cambios al sistema de logística existente”, acotó Hallim. “Lo diferente fue la necesidad del cliente de trasladar los artículos perecederos de un día para otro”.

A principios de enero de 2006, FedEx Express trabajó en estrecha colaboración con Tobago Wild para comprender su negocio y sus necesidades para ser una empresa exitosa. Los vuelos diarios comenzarían a salir de Trinidad con 1,000 libras de pescado fresco, empacado en hielo, el cual sería sacado del océano apenas unas horas antes.

Los envíos diarios con manifiestos electrónicos son inspeccionados previamente por la aduana incluso antes de que el vuelo hacia Memphis toque la pista, y en menos de tres horas son inspeccionados por la FDA; luego son trasladados en 20 camiones hacia Nueva York, Chicago, Los Angeles, Boston y Washington D.C. Al FedEx albergar oficinas de la FDA y de inspección en el aeropuerto de Memphis ahorra a sus clientes valiosas horas e incluso días de tiempo de tránsito. Además, basándose en las necesidades de este cliente, FedEx pudo incrementar su capacidad de carga al mercado.

El Resultado

FedEx, al aprovechar las capacidades de sus compañías, disminuyó los altos costos diarios de despacho de aduana que pagaba Tobago Wild, así como sus costos de entrega al proporcionar servicios de coordinación y distribución, a través de un único punto de contacto. Gracias a los ahorros y a las capacidades logísticas mejoradas esta compañía logró triplicar su volumen en solo 16 meses con FedEx.

Ahora, Tobago Wild puede enviar pescado fresco a todas las ciudades de los Estados Unidos para satisfacer la gran demanda generada por comunicación de boca a boca por parte de sus clientes. Fiel a su promesa, los productos de Tobago Wild llegan a su destino en menos de 36 horas después de haber sido sacados del agua.

Una reciente recomendación en la página de Internet de Tobago Wild de un propietario de restaurantes en Nueva York, denomina a la empresa de Michael una “conexión directa con los pescadores de Tobago”.

“FedEx realmente me ha permitido crecer mi negocio de exportación de operaciones a una sola ciudad a operaciones a cualquier ciudad”, señala Michael. “Es como si mis pescadores estuvieran llevando el pescado fresco directamente a la mesa”.

Caso Empresa de Confecciones de Prendas en Lima, Perú

Este caso es muy significativo ya que trata sobre un conglomerado tipo clusteres en el distrito de la Victoria, Lima, Perú llamado Gamarra el cual tuve oportunidad de trabajarlo en una investigación y ver en contrapartida la falta de un sistema logístico de almacenamiento (logística interna) que permita una cadena de valor adecuada.

Gamarra es un conjunto de entes productores, comercializadores, productores- comercializadores de textiles y confecciones.

Un sector industrial es el grupo de empresas que producen productos que son sustitutos y cercanos entre sí.

La intensidad de la competencia de un sector industrial no es ni coincidencia ni mala suerte, la competencia en un sector industrial tiene sus raíces en su estructura económica fundamental y va más allá del comportamiento de los actores del sector.

Porter (1998) establece que la esencia de la formulación de una estrategia competitiva consiste en relacionar a una empresa con su medioambiente, el aspecto clave del entorno de la empresa es el sector o sectores industriales en las cuales compete.

El sector textil-confecciones representó en el año 2012 el 2.2 por ciento del PBI Global y el 14.8 por ciento del PBI del sector Manufacturas, siendo 6.9 por ciento el aporte de Fabricación de Productos Textiles y 7.9 por ciento de Fabricación de Prendas de vestir.

El sector de la industria textil y confecciones en el Perú abarca diversas actividades que van desde el tratamiento de las fibras textiles para la elaboración de hilos, hasta la confección de prendas de vestir y otros artículos.

En Lima Metropolitana (Perú), las empresas dedicadas a dichas actividades integran diferentes procesos productivos, lo cual otorga un mayor nivel agregado a sus productos.

La industria textil y confecciones presenta una tendencia

creciente en sus niveles productivos apoyada en las confecciones de prendas de vestir, que son enviadas a los mercados nacionales e internacionales, que dada la calidad de las prendas peruanas, son demandadas por los diferentes segmentos del mercado.

La fina tradición textil en el Perú data de tiempos preincaicos y se sustenta en la alta calidad de los insumos utilizados, como la fibra de alpaca y el algodón Pima. La producción textil y de confecciones ha evolucionado en técnica y en diseños convirtiéndose en uno de los productos mejor cotizados en sus respectivas categorías a nivel nacional e internacional.

El desarrollo textil en el Perú ha sido posible gracias al cultivo de fibras de excepcional calidad como el algodón Pima peruano (fibra extra larga) y el algodón Tangüis (fibra larga). Además, el Perú es el mayor productor mundial de las fibras más finas de camélidos suramericanos, entre las que se distinguen las de alpaca y vicuña, siendo esta última superior a la fibra de cachemira.

La calidad de la confección también resalta tanto por el esfuerzo permanente de los empresarios del sector para mantenerse actualizados tecnológicamente, como por la habilidad y responsabilidad del operador peruano. Así, el Perú ha logrado un buen posicionamiento como proveedor confiable y con un sector textil bien desarrollado, que va desde el cultivo de algodón de indiscutible calidad, y la crianza y esquila de vicuñas y alpacas, a la hilandería, el tejido, teñido y acabado de las telas, y la confección de prendas, permitiendo atender rápidamente pedidos completos de marcas líderes en el ámbito mundial.

En la actualidad para elaborar estas prendas se utiliza el algodón Pima de fibra y pelos finos de alpaca; que pasan por

un largo proceso de limpieza y unión de los tejidos. Así con este material terminado se elaboran las prendas de vestir que usamos en la actualidad.

1.- Características del Mercado de Producción Textil y Confecciones

A este sector pertenecen las empresas que se dedican a la hilatura, tejeduría y acabado de productos textiles, así como aquellas que confeccionan artículos textiles, excepto prendas de vestir, tales como: tapices, alfombras, chompas, redes, cuerdas, entre otros.

El sector textil se puede dividir en dos grandes grupos:

- Industrial
- Artesanal

El sector industrial está conformado por empresas grandes y medianas, en su mayoría, y se encuentran ubicadas principalmente en Lima. En Lima Metropolitana las empresas productoras de bienes de consumo, incluidas las del sector textil-confecciones, representan el 45.1 por ciento de las empresas jóvenes con menos de 10 años de funcionamiento, siendo aquellas con antigüedad entre 5 y 10 años el 23.2 por ciento. Por otro lado, aquellas con más de 20 años representan el 27.1 por ciento del total. Este grupo se caracteriza por tener mayor conocimiento de las exigencias del mercado, además incluye un gran grupo de empresas de gran tamaño con más de 100 trabajadores.

2.- El tamaño de las empresas tiene implicancias en el tipo de relaciones laborales que se establecen, en la tecnología empleada y en las formas de organización de la producción. Según cifras del Ministerio de Trabajo, la industria de Preparación e Hilado de Fibras Textiles y Tejido de Productos Textiles concentra aproximadamente a 14,268 trabajadores;

las empresas de Acabado de Productos Textiles emplean aproximadamente a 1,675 trabajadores y la actividad de Fabricación de Tejidos y Artículos de Punto y Ganchillo, emplea a 13,140 trabajadores. Las grandes empresas del sector textil-confecciones concentran más del 40 por ciento del empleo industrial.

Las empresas grandes y medianas del sector que destinan su producción al mercado externo se caracterizan por el uso de maquinaria de alta tecnología. Por otro lado, aquellas que destinan su producción al mercado interno utilizan maquinaria de segunda, menos productivas.

Dificultades en las Actividades Primarias de Producción

Las empresas en el ámbito de producción textil han crecido exponencialmente dentro de un mercado informal en donde han obtenido una evolución y desarrollo que superó todas las expectativas, convirtiéndose en todo un dinamismo comercial, que no ha sido paralelamente acompañado de un desarrollo estratégico empresarial, sino por el contrario, estas empresas son guiadas empíricamente por empresarios quienes desarrollaron sus habilidades en el día a día, basados en la experiencia y la educación; asimismo, dado que los mercados globales tienen diferentes demandas y estas a la vez son extremadamente cambiantes, se debe lograr la diversidad y satisfacer a las demandas producidas por los nuevos y flexibles mercados.

Para lograr esta diversidad se requiere que se reorganicen los procesos y se busque aún mayor excelencia en la mano de obra de la producción textil en el Perú.

Existe entonces un gran potencial de desarrollo en las empresas de confecciones actuales y que se han convertido en frentes de

producción importantes del mercado como las empresas de “Gamarra”, considerando la necesidad de desarrollar nuevas formas productivas y empresariales que las impulsen y las vuelvan competitivas en el entorno que se les presenta en la actualidad.

De no tomarse en cuenta estos aspectos, la oportunidad creada no será aprovechada y los clientes simplemente buscarán nuevos canales que les permitan satisfacer sus expectativas y probablemente descarten a los proveedores que no respalden sus objetivos de competitividad global, es decir, serán desplazados.

Dificultades en las Actividades de Apoyo como la Financiera

A pesar del panorama positivo, la industria textil también presenta problemas que van desde un alto nivel de endeudamiento, que eleva el costo del crédito, hasta la competencia desleal en el mercado interno. Factores que afectan principalmente a las pequeñas y microempresas, que necesitan modernizarse.

Oportunidades y la Cadena de Valor de los Textiles en las Prendas

La cadena de valor que se encontraba entrampada en la producción por altos costos del algodón nacional y la competencia con textiles o prendas del exterior, ahora se encuentra en una etapa de desarrollo de mercados a través de un esfuerzo en la MARCA PERÚ, asimismo en el surgimiento de liderazgos de la moda peruana que está teniendo presencia en los ámbitos de las pasarelas a nivel mundial.

Gamarra es un caso de un típico mercado de servido en donde el cliente asiste y escoge según su entender lo mejor para él, pero a diferencia de un mercado de abastos, existen unidades

de producción de pequeña escala que no le permiten tener una economía de escala, lo curioso es que la economía de escala se presenta en la cantidad de visitantes que se convierten en clientes, por ende alta rotación de mercadería pero con márgenes reducidos, en este la cadena de valor encuentra su optimización en las ventas más no así en las diversas etapas de la logística, la mayoría de estas pequeñas empresas no han logrado establecer una red intranet ni extranet con sus clientes y proveedores. Sin embargo, están atisbando los mercados con una nueva visión del diseño, teniendo presencia ya en las ferias internacionales de moda y diseño.

Conclusión

Como observamos en los tres diferentes casos presentados, la cadena de valor tiene grandes diferencias en su aplicación y optimización.

En el caso Honda el valor agregado está en la producción robotizada de su cadena de mensaje y en la selección adecuada de sus proveedores, más una estrategia de posicionamiento de su MARCA escogiendo aquella promoción en los eventos deportivos y de alcance tecnológico en las ferias cada año.

En el caso Federal Express, encontramos una similitud en hallar la optimización del área de mayor valor agregado y esta es la logística interna desde el reclutamiento del cliente hasta la logística externa. FedEx es una compañía singular porque su cadena de valor se extiende en una integración horizontal hacia los proveedores, usa todas las áreas de la cadena de valor de forma sistematizada, vemos los ejemplos de la exportación de textiles hasta productos perecederos, una compañía que obtiene valor en la mayoría de actividades primarias.

En el caso de las pequeñas empresas textileras y de prendas del

conglomerado de Gamarra en Lima, Perú, observamos que la optimización de la cadena de valor está en la ubicación de los negocios pero no les permite tener una economía de escala en la producción así como una logística adecuada, sin embargo, se avizora un cambio en no movilizar prendas igualitarias sino una nueva estrategia en el diseño de nuevos modelos que permitan una innovación y refrescamiento de los gustos de los clientes proyectándose a nivel internacional con la finalidad de ir ganando mercado con la marca GAMARRA.

En conclusión los negocios deben formular su cadena de valor con la finalidad de poder ser eficientes y competitivos, de lo contrario afectará su rentabilidad, crecimiento y presencia en el mediano plazo.

El impacto de Internet en nuestras vidas

Una historia real

Por Daniel Marcos

La historia de cómo Internet cambió mi vida

Si te dicen que Internet será cuatro veces más grande en 2016, probablemente te lo creas. Si te dicen que de aquí a tres años habrá 3,400 millones de usuarios en Internet, aproximadamente el 45 por ciento de la población mundial prevista, probablemente te lo creas. Porque si hay algo que tenemos claro todas las generaciones es que, desde su nacimiento, Internet ha sido de romper pronósticos. Con esta realidad sobre la mesa ¿quién no se convencería de que el futuro de los negocios pasa por estar activamente en Internet?

Mi nombre es Daniel Marcos y quiero contarte una historia. Mi historia y la de mis negocios en Internet. En realidad es la historia de cómo Internet se cruzó en mi vida. Había llegado para quedarse. También es la historia de cómo descubrí que la línea entre el fracaso y el éxito es muy corta.

En este capítulo quiero hablarte de mi vida personal y de mi trayectoria profesional, de mis comienzos, mis errores, mis logros, mis descubrimientos y todo eso con lo que uno va encontrándose en el viaje de la vida. Te invito a acompañarme por estas páginas en las que no pretendo enseñarte nada específico sino que quiero compartir mi historia por si te inspira a conseguir ese sueño que, por un motivo u otro, lo has ido dejando estacionado. A lo largo de estas líneas me oirás decir bastante que *Mañana ya es tarde*. El momento siempre es ahora.... Nunca es tarde, pero mañana será más tarde que hoy.

Así que empieza a buscar tu sueño hoy.

Empezar diciendo que no fui buen estudiante ni en la preparatoria ni en la Universidad, puede resultar un tanto tópico. También un tanto típico, porque los grandes de la historia siempre presumen de esos comienzos, como cuando dicen que Einstein no pasaba matemáticas. En mi caso es así, totalmente cierto. Pero lo saqué adelante, aunque no sin esfuerzo y gracias al respeto que le tengo a mis padres, que fueron muy buenos estudiantes (mi padre, ¡¡hasta tiene un Doctorado en Economía!!) y no podía ser yo el hijo que no tuviera una licenciatura o ingeniería. Me gradué en Ingeniería Industrial y de Sistemas por el Instituto Tecnológico de Monterrey. Acabados los estudios universitarios, conseguí un interesante trabajo como Consejero Financiero en el Consulado General de México en Hong Kong.

No sólo descubrí una nueva cultura, un nuevo país, una nueva forma de trabajar, también me descubrí a mí mismo. Me di cuenta de lo que era capaz y de cómo era trabajar a nivel corporativo. Sobra decir que aprendí muchísimo. Mi primera experiencia profesional también se tradujo en grandes viajes. Utilizaba los fines de semana para trabajar, tanto, que al marcharme de Hong Kong ya había visitado más de 30 países.

Un buen día decidí dejar mi muy prestigioso y estable salario para explorar opciones de negocio por mi cuenta. Yo leía mucho las revistas de negocios Fortune, Forbes y demás, historias de jóvenes que se hacían muy ricos haciendo empresas de Internet. Con esta idea en mente renuncié a mi trabajo y viajé a México para analizar el mercado y empezar mi propia empresa de Internet.

En aquel momento tenía claras dos cosas. La primera, que no sabía dónde estaría el año siguiente y la segunda, que lo que

hiciera tendría que ver con Internet. A finales de los años 90 ya intuía que Internet llegaría muy lejos, que había que apostar por él como una herramienta súper útil que nos abriría las puertas del mundo. En mi estancia en Hong Kong la única forma de mantenerme en contacto con México, mis amigos y mi novia (ahora esposa) era por Internet. Ahí descubrí y me enriquecí de la fortaleza del Internet. Aprendí que sabiéndolo usar bien podía hacer muchas más cosas y a un mucho mejor precio que en la vida real. Me he mantenido desde ese momento muy al día de todas las novedades que iban saliendo y de cómo iba evolucionando la Red.

Después de aquel viaje y sus posteriores reflexiones me asenté en México. Era ya el verano de 1999 y yo tenía sólo 26 años. Mi escasa experiencia en el mundo de los negocios y mi corta edad no me impidieron crear mi primera empresa por Internet relacionada con las finanzas. Mis padres me ofrecieron volver a vivir con ellos y a trabajar con mi padre mientras me organizaba y creaba la empresa que tenía en mente. Así fue como nació FinanzasWeb, el primer portal financiero enfocado al mercado mexicano.

Para crear la base de datos de FinanzasWeb necesitaba dos cosas. Por un lado, crear el flujo de información suficiente para que las personas vinieran a consumir esa información. Por otro, necesitaba unos juegos financieros para que la gente comprara y vendiera acciones virtualmente. Este fue el modelo. Necesitábamos una empresa que hiciera de proveedor de noticias financieras, y en aquel momento sólo había una que lo hiciera: Infosell. Durante 4 meses estuvimos “persiguiéndolos” para que nos dejaran utilizar sus noticias, pero ellos seguían reticentes, sabían que eran los únicos en México que lo hacían y que por tanto su valor era alto. En aquel momento pudimos habernos dado por vencidos, pero aprendimos que siempre hay una salida. Después de intentar diversos acuerdos acordamos

cambiarle un porcentaje de la empresa a cambio de la exclusiva de sus notas para nuestro portal.

Creé lo que todavía no existía pero alguien iba a necesitar muy pronto. Queríamos desarrollar una base de datos de personas interesadas en Bolsa y en hacer inversiones, de tal forma de que cuando ETrade (o cualquier otro líder internacional del momento) llegara a México, tuviera que comprarnos. Ese era el objetivo de la compañía. Viéndolo con la perspectiva que regala el tiempo quizás era demasiado visionario, pero funcionó. Tanto es así que pocos meses después la primera multinacional que quiso entrar a México Patagon, compró mi pequeña compañía. No era lo que habíamos pensado, pero fue Patagon quien se interesó por nosotros, porque querían ser los líderes latinoamericanos. Y no puedes ser un líder en Latinoamérica sin tener operaciones en México y Brasil.

Antes de la compra Patagon solo tenían operaciones en Argentina, Chile y Venezuela. De la noche a la mañana pasé de tener una empresa pequeña con 7 empleados a ser Director General de una multinacional con más de 80 empleados en México y a dirigir Patagon México. Tan sólo 6 meses después. El crecimiento fue explosivo. Fueron meses frenéticos de aprendizaje y trabajo, aunque muy divertidos.

En esta época yo entré a una organización llamada Entrepreneur Organization (EO). Fue allí donde conocí a mi hoy mentor Verne Harris, escritor del magnífico libro “Los Hábitos de Rockefeller”. Este libro te enseña los métodos y consejos para aplicar a los negocios y volverlos más efectivos. Apenas conocí a Verne y aprendí estos conceptos, los apliqué a mi negocio y me ayudó muchísimo a hacer crecer mi negocio de una forma mucho más estable que me dio una plataforma para el crecimiento. Tanto es así que hoy lidero la empresa de Verne en Latinoamérica y también en Internet.

A mi amigo y mentor Verne le debo mucho de mi éxito empresarial. Mi vida cambió cuando me aceptó en un prestigioso programa que él lideraba en conjunto entre el MIT, EO e INC Magazine. Se llamaba “Birthing of Giants” (“Nacimiento de Gigantes”). Es un programa donde juntan a 70 de los mejores emprendedores del mundo y durante 3 años les van dando educación emprendedora y de liderazgo para ayudarles a hacer crecer sus empresas.

Poco después de que entrara a Patagon, el banco de Inversión JP Morgan nos ayudó a levantar una roda de inversión de \$53 millones de dólares, de los mejores socios que pudimos haber soñado como Microsoft, Intel, Goldman Sachs, Telmex, Santander, entre otros. Dos años después con más de 1,200 empleados y operación en 9 países Santander compró todo Patagon. Todo lo que cuento sucedió antes de que yo cumpliera los 30.

Para ese momento ya me habían seleccionado en la revista Expansión México en su *ranking* de los empresarios exitosos “30 en los 30” y varios reconocimientos más. Pero lo importante para mí no era eso, sino la experiencia operativa que había adquirido esos 3 años y saber que con visión, esfuerzo y dedicación puedes conseguir todo lo que te propongas.

Sintiéndome más joven que nunca, pero cansado de los últimos 3 años de intenso trabajo, decidí tomarme un año sabático en el que recorrí el mundo. Mi esposa y yo estábamos recién casados y sin hijos. Tuvimos una larga luna de miel: empezamos por Australia hasta que 1 año después aterrizamos en Boston, Massachusetts. Tras estar inactivo profesionalmente durante tantos meses y antes de hacer mi siguiente empresa, estudié una maestría en la Escuela de Negocios del Babson College en EE. UU, considerada la mejor escuela para emprendedores del mundo. Volver a estudiar no fue una decisión que tomé

durante aquel viaje, de hecho, la había tomado mucho antes, durante mis años en Patagon.

Me encontré liderando un equipo de personas que sabían, en ciertos temas, mucho más que yo de empresas y finanzas, que utilizaban términos que yo no entendía. Ni siquiera había leído, hasta antes de empezar Patagon, un libro sobre negocios. Tengo que decir a los que no les guste leer que hay esperanza: ahora devoro los libros. Presumo de una librería repleta y sólo regalo libros en Navidad. En definitiva, marcado por la frustración, en aquel momento me prometí que tan pronto dejara Patagon haría una Maestría para que no volviera a sucederme lo mismo.

Recuerdo que cuando me gradué de la Maestría con honores, mi padre, recordando lo que había sufrido durante mis años de universitario con un hijo que no se sentía motivado y no quería estudiar, me preguntó “¿Pero hijo qué pasó? ¿Cuál es ahora la diferencia?”. En aquel momento me di cuenta de que uno tiene que hacer en la vida lo que realmente le gusta. Sólo así conseguimos nuestros retos y disfrutamos durante el proceso.

En 2004 ya tenía una idea para un nuevo negocio. Me instalé en Austin, Texas y creé un Banco hipotecario para hispanos llamado Unika Mortgage. Abrí una empresa de títulos (notaría) y una de seguros. Una vez más levanté dinero de inversionistas y la empresa empezó a crecer. En 2007, 3 años después de la creación de la empresa, cuando todo parecía ir bien, llegó la fatídica crisis económica que arrasó con miles de negocios en Estados Unidos, incluido el mío. Aquello fue muy duro. Pasé de haber sido un empresario exitoso antes de los 30 a fracasar con mi siguiente negocio y perder todo mi capital y volver a trabajar con mi padre.

Pero como sabes, cuando se cierra una puerta se abren muchas

más. Cuando sufres momentos malos, los buenos amigos se acuerdan de ti. Así recibí una llamada de Verne Harris, quien me sugirió que me hiciera *coach*, que él no tenía buenos *coaches* en México. Pensaba que estaba loco. ¿Cómo iba a enseñar yo de negocios si acababa de cerrar el mío propio? Jamás se me olvidará la respuesta de mi amigo. “Precisamente por eso, por tu experiencia, por haber rozado el éxito pero también el fracaso. La gente va a considerarte muy bien, va a creerte, se van a sentir identificados contigo, van a pagar porque les enseñes y te vas a volver una pieza muy importante de su éxito”. Ni siquiera estas inspiradoras palabras lograron convencerme en un principio. Finalmente decidí probar y acabé metido en el apasionante mundo del *coaching* y la consultoría, a lo que hoy día sigo dedicándome.

No obstante, aunque actualmente practique el *coaching* ejecutivo y empresarial ya a mayor escala, continúo escribiendo para mi blog CapitalEmprendedor.com para seguir cerca de las personas que quieren emprender y necesitan información. Más adelante te explico cómo creé mi blog, un espacio virtual que todavía sigue siendo a día de hoy mi mejor carta de presentación en la red.

¿Cómo ha cambiado Internet en los últimos años?

Entre 1995 y el año 2000 programar una página web era muy costoso y había que hacer todo desde cero. El riesgo de fracaso, muy alto. Por eso durante un tiempo, sólo las grandes compañías estaban en Internet. Los pequeños no podían hacer grandes sitios por no tener los recursos de desarrollo tecnológico y funcionalidad avanzada. Hoy eso está obsoleto. Vivimos en un mundo *online* caracterizado por la facilidad de creación. Han cambiado la forma en la que programar las páginas, las formas en las que generar contenidos, y sobre todo, el riesgo que tienes que tomar para hacer negocios. Probablemente

habrás escuchado a muchos maestros de Internet y del *Marketing online* contar cómo fracasaron, lo perdieron todo, y resurgieron de sus cenizas convirtiéndose en empresarios exitosos en líderes de su sector. También es mi caso. Quizás esto es lo bueno y malo de Internet, tan pronto caes al vacío y lo pierdes todo, como renaces invirtiendo poquísimos recursos y vuelves a subir como la espuma.

La vida y sobre todo la Internet siempre vuelven a darte una oportunidad. Y te la dan barata, porque como veremos más adelante, el costo económico de emprender en la red es cada vez más bajo. Cada vez bajan más los costos de operaciones, de *software*, de *plugins*, de *templates* de diseño. El que no lo hace, es porque no quiere. Estar en Internet y ganar dinero con ello ya no implica necesariamente tener un negocio en el que vender productos físicos. Los grandes expertos en *Marketing*, Internet y *coaching online* venden CONTENIDO.

Crear contenido de valor no es sencillo, pero no conlleva gastos monetarios. Hace unos años sólo nos planteábamos vender productos físicos en Internet. Si por ejemplo eras cantante, tenías que grabar la canción en un disco, meterlo en un paquete y mandarlo por correo. Hoy puedes comprarla con un clic y descargarla a tu computadora en menos de un minuto.

Por eso los “negocios en la era digital”, los “negocios en Internet” ya abarcan miles y miles de maneras de vender en la Red. No importa si tienes un negocio multinivel, si vendes *coaching*, cursos, si vendes productos o servicios, lo esencial es saber sacar provecho de las ventajas que Internet ofrece. Quien tenga un negocio digital y entienda las nuevas tecnologías va a ser capaz de crecer exponencialmente y de seguir triunfando. El que no, muy probablemente se va a estancar.

Aunque la velocidad con la que se ha desarrollado Internet

nos ha dejado verdaderamente asombrados, no todo lo que ha traído son ventajas. Los negocios digitales son ahora más competitivos. Uno tiene que estar seguro de que está trabajando en su HABILIDAD ÚNICA y de que esta te diferencia del resto. Debes preguntarte “¿EN QUÉ SOY YO EL MEJOR?”. Sólo así te posicionarás como el experto en tu área de servicios, en tu mercado. Cada vez es más importante en el mundo de Internet trabajar en lo que te gusta, y en lo que verdaderamente eres bueno. Mi experiencia me ha hecho ver que si no eres bueno en lo que haces, el éxito tardará en llegar o no llegará nunca. Pero no desesperes, TODOS somos buenos en algo. Solamente tienes que encontrar en qué.

Hubo un tiempo en el que estábamos limitados geográficamente para desarrollar nuestros negocios. No importaba cómo de bueno fueras, porque sólo podías acceder a determinados mercados. Hoy, en Internet aplica bien la frase norteamericana de “*The sky is the limit*”, “*El cielo es el límite*”. Incluso si no tienes idea de la parte técnica, Internet te ayudará. En los últimos tiempos hemos asistido a la creación de una gran cantidad de *Market Places* donde los profesionales se agrupan y ofrecen sus servicios a un módico precio. Hay personas que te ayudan a aumentar el tráfico a tu web, el número de seguidores o de *Likes* en tu página de Facebook, webs que te crean el logotipo de tu negocio o incluso el diseño web.

Nunca sabrás lo suficiente

Internet es el sitio en el que lo que aprendas hoy puede que ya no te valga mañana. Decir que la Red está en constante renovación es quedarse corto. Igual que Internet está creciendo exponencialmente, también crecen la competencia y la innovación que podemos encontrar en la red. No puedes perderte ninguno de los avances de la tecnología, porque si lo haces, tu competidor te pasará por encima. Nunca fue tan importante una buena formación. Hace ya muchos años,

podías estudiar una carrera y trabajar 40 años con lo que habías estudiado. Hoy NO. Mañana, seguramente tampoco. Tienes que seguir aprendiendo y manteniéndote al pie del cañón de la innovación. ¿Sabías que en tu web o blog el diseño se queda obsoleto tan sólo transcurrido el año? Es imprescindible subirse a las nuevas tendencias del mercado lo más rápido posible.

Del mismo modo en que digo que hoy día no puedes vivir sólo de lo que estudiaste en tu carrera o en tu maestría, en los que seguramente tuviste que hacer cierta inversión económica, Internet nos ha abierto las puertas de la formación gratuita o casi. Por supuesto que hay cursos muy buenos por los que puedes pagar, pero en caso de que no dispongas de ellos, en Internet puedes aprender prácticamente de todo gratis. Puedes utilizar artículos varios en webs y blogs (siempre que tengan referencias y sepas qué video tutoriales en YouTube son los de calidad). No importa el método que elijas, pero toma acción.

Soy consciente de la importancia que para un emprendedor tiene disponer de los conocimientos que necesita para organizar su nuevo negocio en Internet. Por eso decidí abrir mi blog de CapitalEmprendedor.com , en el que ya profundizaré más adelante. Con los video-artículos que subo y mi serie de los Hábitos de Rockefeller he ayudado ya a más de 170,000 personas que lo han visitado, y han hecho crecer su negocio con estos conocimientos. En mi blog, comparto mi experiencia y consejos de negocios para que tú también puedas hacer crecer tu negocio y volverlo exitoso. Como ya te conté, yo también fracasé y me confundí, pero me dejé ayudar por amigos y expertos conocidos, y supe reinventarme. Todo el mundo puede reinventarse si sabe cómo hacerlo.

Hangout, la Televisión Online del futuro

Si hay una forma en la que tu compañía o tu pequeño negocio por Internet pueda diferenciarse en el mercado de la era digital,

es utilizando los recursos que tu competencia no había pensado usar en su beneficio. En Internet, si hay una herramienta que te pueda ayudar a diferenciarte de los demás es estar en contacto directo y continuo con tus clientes, y que además ellos puedan tomarlo como entrenamiento. Y ahora te estarás preguntando ¿y de qué forma puedo yo hacer que mis clientes reciban contenido interesante, publicitar mis productos, y además que mis clientes se diviertan con ello? La respuesta son 4 palabras: *GOOGLE HANGOUT ON AIR*.

Se trata de un sistema o *software* gratuito del que Google dispone para todo usuario en Google con una cuenta de G+ (muy sencilla de hacer y sin costo). Este programa nos permite hacer videoconferencias con otras personas aunque estén en cualquier parte del mundo. Llegados a este punto siempre me dicen, “¡Pero si ya existe Skype, Facetime, Gotomeeting y muchos otros servicios para hacer videoconferencias!” Sí, es cierto. Pero lo que quizás no sepas es que con *Google Hangout On Air* puedes hacer la video llamada con muchas personas conectadas al mismo tiempo, que no sólo te vean sino que participen en directo, y que esta se quede además grabada en tu canal de YouTube automáticamente. De esta forma otros pueden disfrutar del *Hangout* después de su emisión en directo. Hasta ahora te he contado la teoría o la parte técnica de los *Hangout*, ya sabes que es una video llamada múltiple que queda grabada en tu perfil público de YouTube. Pero te animo a mirar más allá. Siempre tienes que ir más allá. En el trabajo, en la vida. Las cosas no son blancas o negras, pueden ser grises. Y ese gris puedes convertirlo en un gris brillante, en un gris diferente, en un gris que llame la atención de los que hacen lo mismo que tú pero a los que no se les había ocurrido. ¿Y si en vez de llamar videoconferencia al *Hangout* lo llamamos *TV Show online*? Efectivamente, ya no es lo mismo. Es mucho mejor. No estás engañando a nadie. Estás emitiendo un programa sobre

un tema en concreto, divertido, formativo y de calidad, en el que te están viendo cientos de personas, y en el que además las que tú selecciones pueden participar en directo. La única diferencia es que lo estás emitiendo a través de Internet y con casi ningún costo.

Tener un programa semanal o mensual a través de *Hangout* te servirá para fidelizar a los clientes, convencer a los que todavía no lo son y aportar valor a lo que haces. Además, es un escaparate gratuito y muy poderoso para publicitar indirectamente tus productos, cursos o servicios. Todo son ventajas, porque aprender a usar *Hangout* es muy sencillo e intuitivo, como cualquier programa de Google. Cada semana podrás conectarte con gente experta de tu nicho de mercado para ampliar tus redes y con gente a la que le interesan tus productos y te puede comprar.

En algunos países y en algunos sectores la tecnología *Hangout* todavía es una desconocida, en otros como Estados Unidos, está dejando de serlo. Esto significa que si aún no tienes un *Show online*, vas tarde. Otro se te puede estar adelantando en estos momentos. Si tu nicho de mercado es peculiar, quizás seas el primero. Pero tienes que crear tu *Show* cuanto antes. Mi consejo es que mañana puede ser tarde.

Construir un Blog, tu ventana al mundo

A principios de 2009 decidí montar mi blog CapitalEmprendedor.com

Mi experiencia profesional, mis fracasos y mis éxitos empresariales me hicieron ver que los que iniciaban un negocio necesitaban un lugar de encuentro donde formarse. Así, concebí el *website* de CapitalEmprendedor.com como la fuente de información sobre Capital Humano, Financiero, Estratégico y de Ejecución que necesitan los emprendedores. Mi objetivo como *coach* y con esta página web, es ayudar a 1

millón de emprendedores para hacer crecer su negocio más rápido y con menos “drama”. Yo también soy emprendedor y sé lo difícil que es ser emprendedor y la cantidad de estrés y “Drama” que lleva a nuestras vidas y familias.

Mi blog se convirtió rápidamente en una carta de presentación que todavía hoy sigo utilizando y cada vez con mejores resultados. Pero durante este tiempo he aprendido un punto clave: nos creemos que por estar en Internet ya somos visibles para el resto del mundo, pero no es así. Hay que exponer un contenido de calidad y hacerlo regularmente. Por ejemplo, en los últimos tres años mis videos los han visto más de 175,000 veces. Y ahora puedes pensar, “sí, pero serán solo clientes o empresas pequeñas”. La realidad es que nunca sabes quién se va a fijar en lo que haces, en mi caso, he recibido visitas de clientes y compañías grandes y prestigiosas. De hecho, a varios de mis clientes más importantes los he atraído a través del blog.

Para que tengas una idea un poco más detallada de cómo hago funcionar el blog he querido compartir contigo cómo lo he hecho yo. Lo primero que debes hacer es trabajar sobre contenido de muy alta calidad y valor (preferiblemente en video o mezclándolo con artículos escritos) y subirlo a la web regularmente (por ejemplo una o dos veces por semana). Acceder a este contenido debe ser gratuito, para que empieces a fidelizar a futuros clientes. Además, debes incluir la opción de que las personas que te visiten se puedan suscribir sin costo alguno a tu página web, de manera que puedas captar su *e-mail* y avisarle cuando haya un video nuevo. Si el contenido es bueno, acabarán por suscribirse para no perderse nada.

Todas las semanas mis clientes y suscriptores del blog reciben un video mío con nuevos consejos y contenidos para seguir haciendo crecer su negocio. De esta forma siempre me tienen

en el radar, yo me encargo de que se acuerden de mí y del contenido de valor que les apporto. En el blog subo semanalmente *posts* con información útil para los empresarios. Un buen truco que he aprendido es hacer contenido en video (la gente le gusta mucho ver videos) y luego transcribir las partes claves creando así un interesante *post escrito* que pueda ser encontrado por los buscadores.

Para que todo lo anterior funcione es muy importante la disciplina. Sin disciplina nunca tendrás un proceso de *e-mail marketing exitoso*. Si decides que vas a publicar semanalmente un artículo o video, tienes que hacerlo. Por un motivo muy sencillo: la gente lo espera y esto demuestra seriedad y compromiso de tu parte. Si prometes algo que no cumples, perderás seguidores o cuando reciban un *e-mail* tuyo solo lo borrarán. Y de cara a futuras ventas a través de Internet, la fidelización de tus suscriptores es fundamental. Puedes aplicar la “REGLA DE LAS TRES C’s”: CALIDAD, CONSISTENCIA Y CONSTANCIA. A partir de ahí, puedes dejar que Internet haga su trabajo. Y por experiencia te digo: lo hace bien.

Probablemente te habrán dicho mil veces que construir un blog tiene un costo mínimo. Y quizás no siempre le hayas dado crédito, pero es real. Hace unos pocos años nadie nos habría dicho que por unos cuantos dólares (y se puede 100 % gratuito) podríamos crear, desde casa, una plataforma de visibilidad mundial. Honestamente debo decirte que publicar inicialmente el blog de CapitalEmprendedor.com no me costó más de \$100 dólares. Y que si tú no tienes los conocimientos para diseñar y montar la web, no te preocupes hay muchos *templates* ya hechos que puedes conseguir gratuitamente en Internet. Más adelante te voy a dar unas cuantas Páginas Webs y otras referencias que pueden ayudarte a montar tu negocio, blog o página en Internet con escasa inversión.

La frase hecha de que “*Si no estás en Internet, no existes*” ya se ha quedado obsoleta. Ahora no sólo hay que estar en Internet, hay que CREAR en Internet. El primer paso para CREAR algo novedoso y de valor en Internet, algo que pueda posicionarte como experto en un mercado, algo que te apasione y con lo que puedas ganar dinero, es crear un blog, videoblog o página web.

Si has llegado leyendo hasta aquí te felicito, significa que estás interesado en progresar con tu negocio o que seguirás formándote para emprender cuando estés listo. En este punto, antes de despedirnos, tengo que confesarte una cosa: mi sueño es ayudar a 1 millón de emprendedores a hacer crecer su negocio más rápido y con menos “drama”.

Mi blog CapitalEmprendedor.com y mis cursos de *coaching* me ayudan en mi cometido, pero no son suficientes. Por eso, decidí apostar por una nueva herramienta: el Instituto de Crecimiento de Gazelles (www.growthinstitute.com), un lugar de *coaching ejecutivo online* que ayude a directores y empresarios a alcanzar sus metas y mejorar sus negocios. Con mi blog me he dedicado a aprender contenido de los mejores autores de libros de negocios del mundo y luego publicarlo. Pero con www.growthinstitute.com me estoy asociando con estos mismos autores de los que yo he aprendido mucho para llevarte el contenido directamente y que lo puedas aprender tú también.

Si quieres echar un vistazo a este contenido y probar su utilidad visita: <http://es.growthinstitute.com/regalo> . Con mi mentor y amigo Verne Harris he co-fundado esta plataforma, con la que queríamos ponérselo fácil a los empresarios, proporcionándoles un lugar donde poder aprender nuevas técnicas y metodologías de manera sencilla, rápida y efectiva que les ayude en sus retos profesionales. Te recomiendo visitar la versión en español en: <http://es.growthinstitute.com/> .

Te animo a que nos visites y descubras que siempre puedes aprender más de grandes profesionales. El Growth Institute es nuestra apuesta para poder llevar los mejores contenidos de negocios del mundo a los emprendedores y empresarios del mundo de una forma más cómoda, práctica y efectiva.

Dicen que Internet es la puerta al mundo, pero lo interesante es que es la puerta al mundo que *tú quieras*. En Internet tú eres el diseñador de tu propio destino ya que hay mucha información muy buena y valiosa pero también hay mucha información muy mala que te puede distraer. Yo siempre digo que tu cerebro es un reflejo de la información que le das de comer, si le das de comer buena información, va a dar buenos resultados, si le das de comer mala información va a dar malos resultados.

Para profundizar más, yo creo que la vida es fácil y difícil, lo importante es que va a ser primero... Fácil o difícil. Si tú te haces la vida difícil, estudiando, haciendo deporte, comiendo bien, durmiendo bien, trabajando fuerte, siendo disciplinado entonces la vida después va a ser muy fácil. Pero en cambio si te haces la vida fácil, no estudias, no trabajas, te la pasas borracho, no lees libros, comes y duermes mal, entonces la vida va a ser muy difícil para ti. Internet es un reflejo de tu vida: haz un plan detallado de éxito, y cumple tu plan, comprométete sé disciplinado, crea contenido de calidad y te garantizo que te dará muy buenos resultados.

Links y referencias sin los que no podrás vivir

A continuación te dejo algunos *links* y referencias que puedes utilizar para empezar a diseñar tu puerta al mundo.

- **www.99design.es** En esta página puedes solicitar un diseño para el logo de tu web y cualquier recurso de diseño que necesites. El procedimiento es el siguiente: tú subes un escrito de lo que estás pensando para hacer un diseño o las ideas básicas que tienes y varios

diseñadores compiten por tu proyecto. Después eliges el que más te gusta, si es que encaja con tu idea original. En caso negativo, te devuelven el dinero. Pero con casi 150.000 diseñadores a tu alcance es garantía de éxito. El precio es muchísimo más reducido que si fueras a una Agencia o diseñador directamente. Si no sabes de imagen y diseño o no tienes tiempo de hacerlo, este es tu sitio. Es la mejor forma de *crowd-sourcing* en diseño que conozco... yo lo uso mucho. De hecho el logo de mis 2 empresas lo hice a través de esta página.

- **www.fiverr.com** Una página muy curiosa y que puede ahorrarte mucho trabajo. Hay personas talentosas y profesionales cada uno en su área registradas en la página y a disposición del potencial cliente. Pueden hacerte una transcripción, un video profesional de 60 segundos, diseños, promociones, canciones, y mil y una opciones divertidas y de calidad que puedes usar en tu beneficio para hacer o crecer tu blog o sitio de Internet y todos los trabajos empiezan desde \$5 dólares. En mi empresa hemos hecho la disciplina de invertir \$100 dólares al mes en este sitio haciendo herramientas para promocionar nuestro sitio.
- **www.seoclercks.com** Si lo tuyo es más de tecnología y redes sociales, o simplemente necesitas saber cómo posicionar tu página web. Aquí, por un módico precio, puedes hacer subir las visitas a tus videos, aumentar los likes en tu página de Facebook, tus *followers* en Twitter. Parece magia. Por \$15 o \$20 dólares puedes tener 5,000 likes en Facebook. No sólo son redes sociales, si tienes problemas con tu *Wordpress* (un plugin que no sepas poner, algo que no sepas modificar).

- **www.enlance.com** Si quieres contratar a una persona especialista en un terreno ya sean programadores, traductores, diseñadores, desarrolladores móviles o web, pero no tienes mucho presupuesto puedes visitar esta página. Aquí encontrarás todo tipo de profesionales dispuestos a trabajar en tu proyecto contratándolos por horas o por proyecto. A veces te surgen cosas puntuales y necesitas la ayuda de un profesional pero no conoces a nadie. Aquí por pocos dólares te solucionan ese problema que tanto necesitas resolver rápidamente. Personalmente he contratado a varios profesionales de esta página y el resultado me ha dejado muy satisfecho.
- **www.gotomeeting.com** Salón virtual de reuniones *online*. Muy habitual usar esta plataforma para hacer Webinars o conferencias. No tiene video, pero sí audio y puedes compartir pantalla o archivos. Además te da la posibilidad de tener a un gran número de personas conectadas y escuchándote en directo, con un chat en el que comentar y opciones para “levantar la mano” y hacer preguntas.
- **Google Hangout.** Se trata de un sistema o *software* gratuito del que Google dispone para todo usuario en Google con una cuenta de G+ (muy sencilla de hacer y sin costo). Este programa nos permite hacer videoconferencias con otras personas aunque estén en cualquier parte del mundo. Es posible la conexión simultánea de varias personas al mismo tiempo. Automáticamente puedes disponer de esa grabación en tu canal de YouTube.
- **Google Adwords.** Google pone a tu disposición la manera de destacar sobre las búsquedas realizadas de

forma natural. Es una manera de hacer que tu producto tenga mayor visibilidad que el de tu competencia. Hay que saber que esta herramienta no es gratuita, y cuanto más quieras aparecer en Google, mayor inversión económica necesitas. El sistema para aparecer es por campañas y mediante anuncios destacados, conseguirás que tu empresa o producto alcance los niveles deseados.

- **Google Analytics.** Una herramienta gratuita de Google imprescindible para conocer las estadísticas de tráfico hacia tu página web. Podrás conocer desde el número de visitas que tienes a la página, hasta la hora y lugar desde donde se ha hecho la visita. Resulta muy útil cuando necesitas segmentar tu público objetivo, y para conocer cuál es el público interesado en tu producto.
- **www.Wordpress.com** La herramienta principal, sencilla y gratuita para crear tu página web. Es una de las más utilizadas y puedes aplicar multitud de plugins para mejorar el diseño y uso de la página.
- **www.godaddy.com** Una página en la que puedes adquirir un dominio o nombre para tu página de Internet o blog. GoDaddy ofrece un buen servicio al cliente y a muy buen precio.
- **www.linkedin.com** La mayor red social profesional de Internet. Una carta de presentación *online*, tu *Curriculum Vitae online*. A través de LinkedIn puedes encontrar ofertas de trabajo y conectar con profesionales de tu mismo sector o áreas afines, para ampliar tu red de contactos. Puedes recomendar a amigos tuyos como buenos profesionales y ellos hacer lo mismo contigo. Más importante que estar en Twitter y en Facebook es estar en LinkedIn, una red que cada

día adquiere más fuerza. Incluso si alguna vez necesitas contactar con un profesional al que no conoces, puedes acceder a él a través de esta plataforma.

- **www.leadpages.net** Es una de las pocas herramientas de la red que te permite crear *Landing Pages* (Páginas de Aterrizaje y captura de *e-mails*) en cuestión de minutos. Si no tienes a una persona que te cree este tipo de página esencial para tu página web, si quieres tener ventas, suscriptores o generar lista, es una buena opción.
- **Anuncios en Facebook.** Una herramienta de pago que tiene Facebook para dar más visibilidad a tu página de *fans* en Facebook. Es similar a Google Adwords pero en Facebook lo interesante es que te permite segmentar muchísimo el público, de manera que el anuncio de la página llega al perfil que más te interesa. Es interesante aprender cómo diseñar la imagen de un buen anuncio para Facebook (hay que seguir ciertos criterios) y crear una estrategia de inversión publicitaria en esta red social. Las cantidades que uno puede invertir son variables y dependen del número de personas a las que quieras llegar, el tiempo y la efectividad de campaña, etc.

Cómo utilizo Internet en mi negocio inmobiliario

Por Rodrigo Chicharro

Los que ya tenemos algunos años de edad, sabemos que uno pasa por diferentes situaciones laborales y económicas en la vida. Lo grave es cuando llegan los problemas una vez que, aparentemente, ya no le interesas al mercado laboral debido a tu edad.

Personalmente, luego de un fracaso económico, visualicé que mi opción era solo una: aprender a vender utilizando internet. Hoy vivo el éxito gracias a internet. La red no me preguntó qué edad tengo, si soy hombre o mujer, mi currículum, y tampoco me solicitó una fotografía para postular a un trabajo. Internet: una herramienta libre y gran fuente laboral para todo el mundo.

Me reinventé utilizando internet. No es fácil, pero se puede lograr. Cambiar de un trabajo tradicional a utilizar las técnicas de ventas a través del ciberespacio es posible, con perseverancia y estudio, ya que la red ofrece todo para encontrar esa libertad financiera de la que tanto se habla.

¿Cómo lo hice? Antes de adentrarme en las técnicas propias, antes de sumergirme en ese mundo tan nuevo para mí, me pareció fundamental enfocar mis ideas y negocios en una sola línea; vale decir, pensar únicamente en un negocio.

Necesitaba generar ingresos en poco tiempo, por lo que dejé de lado proyectos a los que les tenía mucho cariño, pero sólo me consumían tiempo y dinero. Incluso tomé la drástica decisión de abandonar proyectos en los que había una importante

inversión, pues me di cuenta de que nada lograría si seguía batallando y luchando con ellos. No tenía claro que pasaría con dichos proyectos, pero dejarlos de lado fue la mejor decisión que haya tomado en mucho tiempo.

Mis pensamientos estaban en el mercado inmobiliario, debido a que es un negocio que mueve mucho dinero en todo el mundo. En Chile existen grandes empresas inmobiliarias y corredoras de bienes raíces, pero, a mi juicio, no usaban correctamente internet ni, mucho menos, las técnicas de ventas adecuadas.

Por lo tanto, me propuse analizar y estudiar de qué manera podía integrarme a ese mercado inmobiliario en mi país y ganar parte de esos millonarios ingresos de ese nicho, utilizando sólo internet. Me costo poco encontrar las debilidades y la manera de marcar la diferencia.

Las debilidades más importantes eran que las corredoras de bienes raíces tradicionales sólo mantienen una página web con las propiedades en venta y casi nunca actualizadas. Aquella persona que no conoce la página, difícilmente puede encontrar una propiedad de su gusto por ahí. Además, no hacen seguimiento ni tienen plataforma alguna de respaldo que les ayude a generar ventas. Por lo tanto, nosotros montamos una plataforma de última generación por medio de la cual fidelizamos a los clientes y los mantenemos informados acerca de nuevos proyectos, con promociones y muchos datos.

Logre el éxito en apenas dos años, con perseverancia y mucho estudio. Hoy mi familia y yo estamos económicamente tranquilos y con mucho tiempo libre, lo que nos permite disfrutar, viajar y vivir la vida de verdad. Puedo decir que he logrado el éxito utilizando internet en el área inmobiliaria; es decir, conseguí lo que muchos han buscado por años: esa tranquilidad y libertad financiera de la

que tanto se habla en la red. Y, sin falsa modestia, puedo afirmar que hoy manejo a la perfección las técnicas y herramientas de ventas que se utilizan por internet; incluso empleo herramientas digitales exclusivas que he desarrollado personalmente, lo que me tiene muy orgulloso.

¿Qué marcó la diferencia? Esta vez me prepare mentalmente para buscar el éxito. Y decidí que tenía que hacer un cambio, un verdadero cambio. Pero los cambios no vienen solos, a los cambios los llama uno. Y según mi experiencia luego de este proceso, el cambio se puede conseguir siguiendo únicamente 10 pasos:

1. Aprende a utilizar internet para sacarle el máximo provecho.
2. Sueña a lo grande y transforma esos sueños en energías positivas.
3. Enfoca tus ideas y concéntrate en un solo negocio.
4. Estudia y analiza a qué personas buscas para venderles.
5. Selecciona con cuidado los textos que utilices en tu publicidad.
6. Las mejores imágenes “dicen” más que 1000 palabras.
7. Pon atención a los colores.
8. Diseña cuidadosamente tus páginas de aterrizaje.
9. Preocúpate del registro y del seguimiento de tu potencial cliente.
10. Delega para tener más tiempo.

Mi éxito

Por mucho tiempo me dedique exclusivamente a solucionar mis propios problemas financieros, me sentía abrumado por los compromisos, mi producción era muy poca, ya que solo trabajaba nadando contra la corriente. Además, en el fondo tenía claro que si seguía igual, terminaría peor. Necesitaba un cambio urgente.

1. **Aprender a utilizar internet para sacarle el máximo provecho**

En los momentos libres y en las noches, me dediqué a leer y estudiar diferentes técnicas de ventas por internet. Es mucha la información que se encuentra en la red, por lo que sólo trataba de rescatar lo que consideraba que me sería útil para conseguir el éxito.

Reconozco que en este proceso invertí mucho dinero y también lo boté a veces a la basura, al adquirir cursos que no servían en absoluto. Porque, como todo en la vida, hay personas que lucran de mala manera y otras que se ganan el dinero con absoluta corrección y ética.

Después de un profundo análisis, que me tomó un buen tiempo; de hecho, desde 1998 a la fecha he estudiado ininterrumpidamente diferentes técnicas de ventas por la red. Descubrí que había personas que vendían cursos por internet y verdaderamente traspasaban información valiosa, con experiencias personales de éxito reconocido. Finalmente, sólo invertía en cursos y charlas con tres maestros (Robert Kiyosaki, Álvaro Mendoza y Alejandro Pagliari) y los seguía constantemente. En cambio, descarté a aquellos que vendían cursos sin historias ni experiencias de éxito, pues nada conseguía al escuchar o leer cursos de personas sin saber qué hicieron por ellos mismos. Son miles los cursos que se venden y no cuentan con un respaldo fuerte; únicamente me confundían.

Como en internet encontré toda la información necesaria para emprender, decidí poner todas las herramientas que me sirvieron para encontrar el éxito, más otras de creación propia, a disposición de cualquiera persona a quien le interese iniciar un proceso similar, en mi blog: www.RodrigoChicharro.com

Estamos realizando una gran inversión para dejar operativa una plataforma de última generación que servirá a cualquier persona que quiera emprender por internet. Tendrá un costo de una cantidad mensual, dependiendo del uso y el número de prospectos, pero sus usuarios ahorrarán mucho dinero y los años de trabajo y de investigación que me tomó llegar a estas importantes herramientas, que estarán al alcance de un clic y en español.

Estas herramientas sirven para trabajar cualquier producto en internet; aun mas, las configuré para que sea posible emplearlas en todas las áreas comerciales, indistintamente del rubro, la profesión o el producto: están pensada para todos.

La idea es que quienes utilicen esta herramienta eviten invertir en cursos que muchas veces no traen beneficio alguno y sólo cuestan tiempo y dinero; con esta herramienta, pongo toda la “artillería pesada” a disposición de todo el mundo.

Su diseñado seguramente dará que hablar; por una parte, está 100% en español y, por otro lado, contiene todas los detalles y utilidades de los mejores programas de seguimientos del mundo, sistemas de fidelización de clientes, análisis de aperturas, herramientas para sugerir, diseños de páginas de ventas y otras sorpresas muy exclusivas que utilizo en mis campañas y que seguramente sorprenderán al más entendido en la materia.

2. Soñar en grande me ayudó a conseguir el éxito

Comprendí que soñar en grande es una ayuda muy poderosa. Lo que creía imposible de lograr, hoy lo consigo. Los sueños están únicamente para hacerse realidad. Soñar, soñar y siempre soñar. Una persona que siempre estuvo motivada para

hacer realidad sus sueños fue Walt Disney; su lema era “Si lo podemos soñar, lo podemos hacer”. Y todo lo suyo comenzó con un ratón...

Hoy visualizo constantemente las cosas que deseo conseguir y agradezco siempre por las cosas que tengo. Me siento contento y lo disfruto. Para llamar al éxito, me enfoco en él. Es imposible tener éxito si constantemente se piensa en el pasado y en los propios fracasos. Hoy pienso solo en positivo y con ganas desde el corazón. Alejé de mí esos temores y pensamientos negativos que rodeaban en mi mente, y a aquellas personas que me contagiaban con vibraciones negativas y situaciones difíciles que podía evitar.

Creo sinceramente que la única razón por la cual la gente no tiene dinero es porque lo bloquean con su forma de pensar. Sus pensamientos, sentimientos y emociones negativos lo mantienen alejado. Me esfuerzo en crear imágenes en mi mente, disfrutando de aquellas cosas que deseo; todo lo transformo en energías positivas, ese ejercicio es tremendamente poderoso. Así, por ejemplo, hay que tratar de evitar pensar que te ira mal, que determinada persona no te recibirá, que no habrá espacio para estacionar tu auto, que no encontrarás entradas para el cine. Porque cuando piensas así, en efecto te va mal, estás predispuesto, es como una profecía autocumplida. Yo siempre pienso que sí encontraré estacionamiento y en la puerta, que si tendré una reunión y será, súper buena, No pongo límites a mis sueños ni a mis expectativas de vida y de negocios.

Soñaba en ser propietario de una hermosa gran casa en un lugar fantástico, con grandes espacios, rodeado de verdes prados, lindas vistas y muchos animales. Hoy esa gran casa ya está en construcción, en un lugar paradisíaco.

Soñaba con asegurar la educación para mis hijos, soñaba que nunca más los tendría que sacar de sus colegios por no poder pagar la mensualidad, soñaba que podrían asistir al mejor colegio y a la mejor universidad del país. Hoy tengo ya dos hijas profesionales y felizmente casadas y mis dos hijos hombres en los colegios que soñaba.

Soñaba con tener buenos autos. Soy amante de los automóviles y quería tener la posibilidad de sentirme pleno al respecto. Hoy disfrutamos en familia de modernos autos del año y recorreremos grandes distancias, conociendo nuevos lugares de Chile y los alrededores en mi camioneta 4x4.

Soñaba en tener mucho tiempo libre y dinero suficiente para viajar por el mundo. Quería disfrutar de la vida junto a mi querida esposa y compañera por más de 30 años. En familia, ya hemos realizado varios viajes y cruceros a diferentes países del mundo y tenemos varios otros en perspectiva.

Después de haberlo pasado francamente mal, estamos literalmente gozando de la vida. Sin confundir mis creencias, aprendí a pensar en grande y he conseguido todo lo que me he propuesto y mucho más, siempre con la mente positiva y abierta al cambio. Sueño y sueño en mis futuros logros; yo y sólo yo conseguiré que esos sueños se transformen en realidad.

Los grandes líderes de nuestra historia fueron grandes soñadores; se dice que ése fue el gran secreto guardado por siglos. Las personas exitosas, las que han atraído la abundancia a su vida, han usado esta técnica. Ellos sólo tienen pensamientos de riqueza y abundancia y no se permiten tener ideas contradictorias.

3. Enfoqué mis ideas y me concentré en un solo negocio

Dejé de lado los negocios que me consumían tiempo dinero. Hacía unos años que me encontraba dispuesto a sacar adelante un negocio relacionado con el turismo. Era una empresa familiar, ya que trabajaba con mi mujer, y habíamos invertido muchísimo dinero en ella. Pero, en realidad, se trataba de un negocio que nos mantenía presos, ya que todos los días teníamos que estar pendientes de él.

En un momento me pregunte qué hacer. Si seguía en este ritmo de trabajo y problemas, seguramente seguiría marcando el paso de la mediocridad por mucho tiempo más. La alternativa era cambiar drásticamente el giro hacia otros horizontes. Hoy puedo decir que la mejor decisión de mi vida fue atreverme y hacer el cambio; dejé de trabajar en ese proyecto.

Me propulse investigar únicamente en el tema inmobiliario y abandoné toda otra idea de negocios, que me hacían perder tiempo y saltar de idea en idea. Dejé de ser “todo para todo el mundo” y decidí jugar un solo partido, pero esta vez con el número 10, el del goleador.

4. Estudié a mi futuro cliente para enfocar mi publicidad

Me dediqué un buen tiempo a estudiar y analizar a qué tipo de cliente enfocaría la publicidad y de qué manera aplicaría estas técnicas. Se trata de una materia muy entretenida que, junto a otros recursos, se transforma en un verdadero huracán para vender propiedades, servicios y otros productos.

Tenía muy claro que no todo el mundo confía todavía en colocar su tarjeta de crédito en una plataforma digital, por lo que debía descubrir qué tipo de personalidad tendrían mis futuros

clientes y de qué manera llegaría a ellos. Y descubrí que no me interesaba estar todo el día tapado de papeles, esclavizado por tener que hacer contratos y escritos y títulos; es decir, no me interesaba buscar clientes que exigieran todo eso de mí. En cambio, percibí que hay un tipo de personalidad que confía y actúa según lo que le dicta el subconsciente; son personas impulsivas para comprar, extrovertidas, muy agradables, simpáticas y alegres. También son desordenadas; por ejemplo: no les gusta analizar los asuntos por medio de tablas Excel, delegan mucho, son muy creativas y rápidas, tanto para pensar como para decidir y actuar. Amantes de la familia, la buena mesa, los autos y del buen vivir, diversos estudios aseguran que representan el 15% de la población.

Como me centré en el negocio inmobiliario, estaba consciente de que un terreno para construir tu casa podía costar mucho dinero. Aun así, todas las ventas que hemos generado ha sido usando internet. Por una parte, evité hacer publicidad a diestra y siniestra, pues eso significa finalmente botar parte importante del dinero a la basura.

Por otro lado, al trabajar en internet, se cuenta con la ventaja de poder segmentar al público objetivo al cual quieres dirigirte y así lograr mejores resultados en la venta.

Con esos antecedentes, percibí que la mejor manera de llegar a esos potenciales compradores era mostrarles excelentes imágenes de la propiedad ofrecida, pues así activaba en ellos un sentimiento o deseo de poseer ese terreno. Se trata de publicidad con un texto escaso, pero atractivo y convincente, cuidadosamente estudiado para cautivar su atención. En ningún momento incluyo documentos que sean pesados de leer, como escrituras, contratos larguísimos o permisos legales. Así es que vendo intangible y tangible por internet: llamando

la atención y activando una necesidad.

Y como mis potenciales compradores son de decisiones rápidas, en cuanto manifiestan un real interés por comprar, mi socio y amigo les hace llegar toda la documentación legal necesaria para cerrar el negocio satisfactoriamente.

5. Los textos que utilizo en mi publicidad

Lo que me ayudó muchísimo a conseguir el éxito en internet, fue saber utilizar las palabras justas para llamar a la acción. Tenemos que despertar sentimientos y deseos para llamar a la acción, de modo que el potencial cliente efectivamente nos compre. Y aprendí que existen palabras que nos ayudan más que otras para conseguir más ventas y otras que causan el efecto contrario.

En la venta de propiedades, tenía que llamar fuertemente la atención utilizando palabras que normalmente no se utilizan en esta área de negocios. Lo habitual en el mundo inmobiliario es aplicar un criterio bastante serio y formal, y relacionar los textos directamente con la propiedad en sí. Un típico aviso puede ser: “Vendo casa en Algarrobo, 250 m² construidos con 2.000 m² de terreno en x dinero”. En cambio, mi publicidad procura siempre generar un sentimiento, una emoción que active el subconsciente y llame a la acción. He usado muchas palabras, diversas, pero busco siempre la más cautivadora, según las características de la propiedad, como explico a continuación.

“Tu”

Uso mucho la palabra “tu”, ya que representa un sentimiento de posesión:

- Tu parcela en Puerto Varas
- Tu casa en la playa
- Tu descanso de fin de semana

“Garantía”

La palabra garantía en nuestros anuncios provoca confianza y ayuda a que un prospecto se transforme en cliente:

- Tu compra con nosotros es garantizada.
- Garantizado: si no te gusta, la cambiamos, la pintamos...

“Limitado”

Al utilizar esta palabra, estás llamando a la acción rápida, ya que sugieres que es posible que la oportunidad se termine:

- Sólo por tiempo limitado, hasta el jueves.
- Limitado sólo para los primeros 17 compradores

“Testimonios”

Esta palabra tiene mucha fuerza, pues las personas quieren tener la certeza de que tu producto es verdadero y que otras personas ya pasaron la prueba y lo han adquirido. Un escenario óptimo: que dichos testimonios incluyan imágenes de quienes han comprado tu producto.

“Imagina”

Esta palabra es mágica, llama rápidamente a un estado ideal para transmitir tu mensaje:

- Imagina disfrutar de una puesta de sol...

- Imagínate lo que sería junto a tu familia...

6. Las mejores imágenes, muy importante

Múltiples investigaciones indican que el 90% de la información que se transmite al cerebro es visual, y que las imágenes se procesan 60.000 veces más rápido en el cerebro que el texto. Esto significa que el 40% de la gente responde mejor a la información visual que al simple texto.

Las imágenes producen chispas en nuestros cerebros. Los seres humanos somos muy visuales y entendemos mejor mediante buenas imágenes que por medio de las palabras. En una imagen, somos capaces de encontrar información que un texto difícilmente puede transmitir. Una buena imagen tomada correctamente, con buena luminosidad, lindos colores y una buena composición, inspira sentimientos y emociones positivos dentro de nosotros... y eso es lo que buscamos.

Más del 70% de lo que ves en mis mensajes de ventas de propiedades está constituido por fotos llamativas. Por ejemplo: si pretendo vender una propiedad en la playa que tengan una vista privilegiada al mar, me enfoco en busca de un sentimiento, te muestro las vistas de la propiedad a diferentes horas del día y te invito a imaginarte disfrutando una copa de buen vino tinto junto a tu novia, mirando el mar. Literalmente, traspaso sentimientos y dejo en segundo plano la propiedad en sí. Y estoy absoluta y totalmente seguro de que, sin imágenes, vendería menos de la mitad de lo que vendo hoy.

Si logras tu objetivo de cautivar a tu potencial cliente por medio de sentimientos, incluso el valor de la propiedad pasa a un segundo plano.

Actualmente, es muy fácil y económico tomar buenas imágenes con las cámaras digitales. Yo empleo una excelente cámara profesional y tomo muchas imágenes de la propiedad que deseo mostrar; selecciono las dos o tres más destacadas, las digitalizo y las subo a internet.

7. Los colores

Los colores son muy importantes en el diseño de mis páginas de aterrizaje¹. Al igual que las imágenes, los colores producen sensaciones en la mente y reacciones en las personas que pueden ayudar mucho a convertir a un cliente potencial en uno efectivo. A la inversa, una mala combinación de colores puede ahuyentar al visitante en cosa de segundos.

Por esta razón, siempre reviso mis páginas y diseños en diferentes monitores y me aseguro de que se vea correctamente en todos, al igual que en los teléfonos móviles. Algunos aspectos a considerar:

- Los colores demasiado encendidos se suman al brillo de las pantallas y se convierten en una bomba de ácido en los ojos de tus visitantes.
- No uso más de dos o tres colores en mis páginas, además de las imágenes.
- Siempre utilizo fondo blanco, ya que se asocia a limpieza, pureza y felicidad.
- Las letras son negras, pues ese color unido a una buena fuente tipográfica, entrega una sensación de elegancia.
- Cuando quiero llamar la atención respecto de algo, utilizo el rojo, el color de la vida y de la pasión.
- En ocasiones utilizo el verde, que simboliza la naturaleza, la tranquilidad y el bienestar.

1 Página de aterrizaje (del inglés *landing pages*) son aquellas a las que se llega luego de pinchar un anuncio o *banner* situado en otra página o sitio de internet.

- Una regla de oro: nunca usar más de tres colores, ya que pueden transformar una linda página en vulgar

8. Arma tus mejores páginas de aterrizaje

En esta página es donde aplico todas las técnicas conocidas y comentadas en este artículo: la página de aterrizaje es fundamental para conseguir el éxito en internet.

La página de aterrizaje debe contener todas tus estrategias secretas de ventas para llamar la atención de tus usuarios y prospectos, y tiene que contar con un formulario de registros. Es fundamental lograr que ese cliente potencial se registre en tu formulario y obtener su nombre y correo electrónico para enviarle posteriormente información personalizada sobre el producto de su interés. Si tu objetivo es convertir a tu prospecto en cliente, entonces necesitas una página de aterrizaje, así de fácil. Y hay que recordar siempre que es mejor guiar a tu prospecto por distintos pasos hasta que se convierta en comprador, en vez de que lo trate de hacer solo.

En mi caso, las páginas que utilizamos para capturar la información relevante para hacer el seguimiento del prospecto y vender propiedades, están básicamente conformadas por hermosas imágenes para despertar sentimientos y, así, incitarlos a la acción; es decir, a registrarse. Utilizo frases cautivadoras, testimonios y nada que distraiga al futuro cliente, ningún botón de esos que se utilizan en las páginas web tradicionales, nada que llame la atención a otra cosa que no sea registrarse en el formulario.

9. El registro y seguimiento posterior del prospecto

Todo lo que hemos mencionado en este artículo ha sido fundamental para lograr mi éxito en internet. Pero la etapa que viene es la primordial para el cierre del negocio: hacer el

seguimiento del prospecto para transformarlo en cliente.

El seguimiento es muy importante en tu negocio por internet. No se trata de ser un acosador y enviar correos molestos que harán que se borren de tu lista –cosa que ocurre–. En primer lugar, tenemos que estar conscientes de que los potenciales clientes compran cuando están listos para hacerlo, no cuando tú estés listo para vender. Personalmente, en mis seguimientos preparo al prospecto en el tiempo para transformarlo en cliente. Hoy, debido a mi experiencia, conozco perfectamente si va a comprar y en qué momento lo hará.

Mis mensajes comienzan con la bienvenida y finalizan con un mensaje; por ejemplo: “Queda sólo un cupo”. Configuro personalmente una seguidilla de mensajes para que el prospecto reciba, al menos, uno a la semana durante dos a tres meses.

Consciente de que se trata de ventas de terrenos para la construcción de una segunda vivienda o simplemente para invertir, mantengo informado al potencial comprador incluso de lo que sucede en la localidad, sus adelantos; por ejemplo: “Hoy inauguraron la vía exclusiva para los amantes del deporte y la bicicleta entre Puerto Varas y Ensenada y tú lo aprovecharás, ya que el terreno que estás a punto de adquirir se encuentra frente a esta ciclo vía”.

Trato de no presionar hacia la venta en todos los mensajes. En ocasiones, mando un regalo; por ejemplo: “Hoy te envió el programa de verano de la municipalidad para que aproveches los conciertos, eventos, ferias, etc.”. O simplemente le envió un saludo especial para su cumpleaños si ocurre durante el proceso de seguimiento.

Es muy importante contar con la tecnología adecuada para

saber en detalle quién compró y cuándo recibieron el último mensaje, para no enviar nuevamente con publicidad similar o del mismo proyecto.

El seguimiento es muy personalizado. Si te compró hace 5 días, no le puede llegar un mensaje de seguimiento ofreciéndole un nuevo terreno, así pierdes credibilidad.

Básicamente, hay que fidelizar al cliente que se registró en tu formulario, mantenerlo informado con diferente información y presionarlo para que compre en un momento determinado. A mi entender, el mejor cliente es el que ya te compró. Si lo hizo hace un año, es importante que comience a recibir información diferente a la que reciben los otros potenciales compradores; muchos de mis clientes ya son propietarios de dos o tres parcelas de diferentes loteos.

Hay otro tipo de comprador: el que se registró hace un año o más, pero no sabes de él. En ese caso, le envío un tipo de información distinta y comienzo a hacerlo muy lentamente (por ejemplo: una vez cada 20 días) y así voy ajustando los tiempos hasta dejarlos enrolados en un seguimiento tradicional.

Este proceso se efectúa por medio de plataformas digitales y nosotros estamos construyendo una muy poderosa y eficiente que estará operativa dentro de poco tiempo en www.RodrigoChicharro.com

10. Delegar para tener tiempo para desarrollar lo que verdaderamente sabes hacer

En los negocios tradicionales, por lo general delegamos poco o nada; nos transformamos en máquinas, supuestamente lo conocemos todo, sabemos cómo comprar, somos expertos vendedores, contadores, secretarios e incluso grandes

conocedores de los que no conocemos. Y lo que no sabemos, lo inventamos. Y desde luego, al final no hacemos todo bien y puede llegar el momento en que colapsemos y arrastremos a nuestro negocio hacia el fracaso.

Uno de los problemas más frecuentes de una empresa, incluso de nuestras vidas, es no saber delegar. Creemos que, para que un proyecto tenga **éxito**, debemos hacerlo todo nosotros mismos, como pensando que nadie lo haría tan bien como yo, que no hay nadie en quien podría confiar lo suficiente...

Sin embargo, es indispensable aprender a decir “No”; en especial, cuando se acumulan y concentran demasiadas actividades en una sola persona.

Delegar actividades o responsabilidades multiplica la propia capacidad para hacer tareas, pues nos deja tiempo libre para dedicarnos a actividades más estratégicas para el negocio, aquéllas en las que somos mejores o que más nos gustan.

Delegar no significa únicamente pedir que otros hagan las cosas. Delegar significa traspasar a otro de comprometerse a efectuar correctamente la función, es un acto de confianza en ese otro.

En este sentido, yo tenía un grave problema: me estaba metiendo en un negocio que visualicé técnicamente y en el cual supe distinguir cuáles eran sus falencias y las del mercado, pero yo no había estudiado la carrera o el oficio de corredor de bienes raíces. Para suplir ese vacío, me asocié con un amigo que era corredor de propiedades y delegué en él todo lo relacionado con ese ámbito. Mi papel sería dedicarme a los aspectos técnicos relacionados con internet.

Mi éxito

Así partió mi nuevo emprendimiento: en sociedad con mi amigo corredor de propiedades y apoyados sólo en internet: con estupendas páginas web y páginas de aterrizajes, y todas las herramientas digitales configuradas.

Salimos al mercado utilizando todas las técnicas que he comentado y entonces llegó una gran sorpresa: efectivamente, mis sueños se comenzaron a cumplir a una velocidad abismante. En sólo 24 meses, hemos cerrado ventas por un número superior a los 500 terrenos, generado millones de dólares en utilidades. Mantenemos un increíble promedio de ventas de 20 terrenos mensuales.

Lo extraordinario de todo esto es que yo solamente programo mi sistema generador de negocios digital y mi amigo y socio disfruta cerrando las ventas de manera legal y presencial.

Hemos aparecido ya en varias oportunidades en la prensa a páginas completa y a todo color, contando nuestra experiencia. Ya somos reconocidos como líderes en nuestro nicho de mercado inmobiliario en mi región y en mi país. Lo que es muy importante para seguir como líder en tu nicho de mercado, ser reconocido como tal en tu localidad o país.

Rebobinando un poco

De repente miro hacia atrás y quedo asombrado del camino recorrido, camino que habría sido muy distinto de no haber aparecido esta maravillosa herramienta que se llama internet.

Mi nombre es Rodrigo Chicharro Sáenz, estoy casado con la misma maravillosa mujer y compañera, María Luisa, hace 30 años, y tenemos 4 hijos.

Comencé a trabajar en la ferretería de mi padre junto con mi hermano; era un negocio bastante pequeño. No estudié en la universidad ni seguí carrera técnica alguna. También trabajaba a veces poniendo música en discotecas de centros invernales y cosas de ese tipo, de adolescente en busca de dinero para divertirse.

Después de un tiempo me independicé de mi padre y armé una importadora de cerámicas junto a un primo; más tarde, compré su parte. Asimismo, formé una empresa para ensacar arena (Áridos del Maipo) –la primera de su tipo en Chile en hacerlo de forma seria y profesional- y tierra de hojas para uso en jardines con mi propia marca.

Además, como me gusta mucho cocinar y compartir un buen asado, inventé y patenté una bolsa de carbón que puedes prender para hacer un asado a la parrilla sin ensuciarte las manos (Carbón listo).

Pero lo que ocurría con ese tipo de negocios es que, si te falta capital, te quedas parado y no puedes exportar o comercializar sus productos apropiadamente. Para cualquier cosa que quisieras hacer, necesitabas conseguir dinero en los bancos, un terreno para producir, un espacio físico más o menos adecuado para instalar mi planta y oficina...

Me había casado a los 23 años. Mi adorada María Luisa es arquitecto y trabajaba en su profesión. Y puedo decir con inmenso agradecimiento, emoción y orgullo que siempre tuve su apoyo; ha sido mi fiel compañera, secretaria, contadora, socia y mucho más en todos nuestros años de matrimonio y en cada uno de los proyectos que emprendí.

Hubo épocas buenas y otras muy malas, en que ni siquiera

teníamos dinero para el diario vivir.

Muchos de esos proyectos sólo nos dejaron pérdidas, angustias, dolor y sacrificio y acabaron en la basura.

Y cuando echan a tus dos hijos de un colegio católico por no poder pagar la colegiatura, y amenazan con expulsar a tus dos hijas de la universidad exclusivamente por razones económicas; cuando no tienes literalmente qué comer y sólo logras subsistir gracias al apoyo de buenos amigos, te das cuenta de que tienes que levantar cabeza y salir adelante sí o sí.

Evidentemente viví épocas negras, con grandes desesperanzas. No era ingeniero, tampoco constructor, no era profesional; sólo tenía mi creatividad y las ganas, y finalmente me concentré en eso para soñar en grande y recuperar mi estima.

Coincidentemente, a mi hija mayor le empezaron a enseñar computación en el colegio y, por ende, manejo de internet. Y como me pedía ayuda cuando no entendía algo, la fui metiendo paulatinamente en el mundo de las ventas y todo lo que significaba el internet y trabajar en el. Le contrate cursos de manejo de diferentes programas de diseño Web los cuales también los aprovechaba yo.

Como indicaba al principio, me metí en cuanto curso encontraba, seguí a cuanto gurú prometía el éxito, hasta que fui decantando la información y tomé la decisión de dar el salto, de actuar por medio de esta red intangible, novedosa y extraña.

Así, creé sucesivamente 3 empresas de venta de productos y servicios por internet:

1. www.nana.cl es una agencia de empleos de servicio doméstico (la primera de su tipo en Chile)

2. www.flyfishingclub.cl es un club de pesca por medio del cual vendía desde programas turísticos orientados a pescadores hasta implementos para ese deporte, algunos de los cuales yo mismo diseñaba.
3. www.etiquetalista.cl es un sistema mediante el cual el cliente envía los datos que desea incluir en las etiquetas que usará para identificar los uniformes y útiles escolares de sus hijos o los delantales de sus empleados de laboratorio, etc., y nosotros enviamos las etiquetas a vuelta de correo, muy fáciles de fijar en ropas y objetos

Afortunadamente nos fue bien en todas esas iniciativas, pero no era suficiente para tener la vida tranquila que yo buscaba, esa vida que me permitiera disfrutar con mi familia, darnos algunos gustos, contar con tiempo para divertirnos, relajarnos y soñar... Así que, hace cuatro años, resolví dar un giro a mi vida y la de mi familia y enfocarme exclusivamente en el negocio inmobiliario por medio de internet, pues ya había comenzado a indagar poco a poco en esos mercados.

Una vez que ya tenía definido mi negocio, decidimos junto a mi familia que el cambio debía ser completo y elegimos trasladarnos a la ciudad más linda del sur de Chile, Puerto Varas. Mi hija mayor se quedaría en Santiago, pues estaba trabajando muy bien (de hecho, siendo ingeniero comercial de profesión, se ha especializado asimismo en el mundo digital y, sin haber cumplido siquiera 30 años, la nombraron recientemente gerente de medios digitales de uno de los grupos editoriales más importantes de Chile) y su hermana terminaría sus estudios universitarios también en Santiago.

Este cambio nos unió como familia y acercó a nuestros mejores amigos. Hoy tenemos la mejor relación de amistad del mundo con ellos y nuevos y estupendos amigos que hemos hecho en

esta hermosa ciudad.

En Puerto Varas me concentré al ciento por ciento en el mercado inmobiliario. Al principio, analizamos proyectos que llevaban años sin venderse y, aplicando lo que he explicado anteriormente, los hemos vendido en pocos meses. Al principio vendíamos parcelas sueltas de diferentes dueños y poco a poco nos especializamos en lotes completos. Ya hemos vendido unas 50 parcelas sueltas y más de 530 parcelas situadas en cinco loteos, que se han vendido íntegros.

Para ello, simplemente uso internet; por este medio genero todo el proceso de ventas y delego los trámites legales y administrativos. Esto significa que, como ya tengo una importante cantidad de registrados interesados en parcelas, si yo quisiera irme al Caribe de vacaciones, presiono un botón y mi sistema de seguimiento funciona solo. Por lo general, las ventas se formalizan sin que el comprador conozca físicamente el terreno que está adquiriendo y mi amigo corredor de propiedades se encarga del cierre.

Hasta ahora, todos los proyectos se financian solos, es tan rápida la venta que nos quedamos cortos de terrenos para realizar nuestras ventas
Se venden y luego se urbanizan con agua, luz y caminos.

Los primeros cuatro proyectos fueron de terceros y nosotros solo cobrábamos una generosa comisión por nuestro trabajo.

Actualmente estamos comenzando con nuestro primer proyecto 100% propio y sin deudas: compramos un terreno y lo estamos loteando; el resto se hace a medida que se venda y como la venta es rápida, no nos atrasamos. Sólo necesito destinar tiempo para reconfigurar todas las herramientas

digitales que ya tenemos y rediseñar las páginas de aterrizaje y los mensajes de seguimiento. Una vez hecho ese trabajo, ¡listo, a vender! ¿Y cómo ampliar la base de potenciales compradores? Lo que hago es ofrecerles que, si sugieren a seis de sus amigos comprar un terreno, obtendrán algo a cambio (un descuento, una comisión, alojamiento) en la medida que esos amigos vayan comprando.

Como se puede apreciar a partir de mi relato, gracias a esta fenomenal herramienta que se llama internet, no hace falta mucho para obtener éxito y vivir una vida de ensueño. No importa tu nombre, tu sexo, tu edad, tus estudios, el lugar en que vivas o cualquier otra consideración. Internet te ofrece todo. Basta que te enfoques, estudies un poco, sueñes en grande, seas perseverante y te lances al agua.

Por Rodrigo Chicharro

www.RodrigoChicharro.com

