

Listo para el Gran Cambio? – El Coronavirus es el menor de tus problemas.

“Los analfabetos del siglo XXI no serán aquellos que no sepan leer y escribir, si no aquellos que no sepan aprender, desaprender y reaprender” – Alvin Toffler

(Esta cita la tomé de una charla de Borja Vilaseca)

Desde hace años, diferentes voces nos advertían lo que se venía: Cambio Climático, destrucción de la capa de ozono, incendio de los grandes bosques tropicales, extinción de especies animales y vegetales, aumento de la temperatura global, derretimiento de los polos, hambrunas de proporciones bíblicas, sequías, terremotos, huracanes, inundaciones, millones de desplazados.

Peor aún, el modelo económico tenía que caer: Así como en su momento el ideal comunista cayó y hoy en día nadie niega que era una tremenda estafa; el sistema capitalista y la economía de mercado están colapsando sin que podamos hacer nada al respecto. Fue en 1971, cuando el presidente Nixon dejó de utilizar el patrón oro como respaldo y el mundo decidió adoptar el dólar norteamericano como divisa internacional. Hoy, casi 50 años después asistimos a la debacle del sistema económico como lo conocemos y a partir de éste preciso momento la incertidumbre será la constante y debemos aprender a vivir con ello.

Paralelamente, somos testigos de una pérdida de los valores tradicionales a todo nivel: Honestidad, responsabilidad, respeto, integridad, tolerancia, compromiso, confianza. Cuando menciono esto a personas jóvenes me miran como si yo fuera marciano o algo por el estilo. A veces me pregunto qué va a ser de ellos cuando nosotros ya no estemos.

Todo lo que está sucediendo es necesario?

-Sí, para el Despertar y Evolución de la Conciencia. Estamos asistiendo a un cambio de era, a un cambio de paradigma, todo lo que considerábamos “normal” deja de serlo. Lo que está pasando es como el atentado de las torres gemelas para las empresas aeronáuticas, un parte aguas, un antes y después.

Al escribir esto, millones de personas nos hemos quedado en casa acatando las medidas de sanidad y económicas para combatir la pandemia del Coronavirus. Dentro de semanas o meses esta situación será controlada, seguramente con miles de muertos, negocios quebrados, familias destruidas, países en caos total. Pero todo esto va a pasar y empezaremos la reconstrucción. Algo me queda claro: **Nada volverá a ser como antes**. La canciller alemana, Angela Merkel acaba de decir que “Alemania está enfrentando la peor crisis después de la Segunda Guerra Mundial” y no le falta razón, aunque muchos todavía no lo ven, como el presidente mexicano Lopez Obrador quien sigue participando en eventos masivos repartiendo besos y abrazos, haciendo caso omiso a las recomendaciones de la OMS. Muy pronto veremos cuál de éstas dos actitudes era la correcta.

Me viene a la cabeza una palabra que cobra total vigencia en este momento: RESILIENCIA: La palabra resiliencia se refiere a

la capacidad de sobreponerse a momentos críticos y adaptarse luego de experimentar alguna situación inusual e inesperada. Es la aptitud que tiene una persona o un grupo de recuperarse frente a la adversidad para seguir proyectando el futuro. En ocasiones, las circunstancias difíciles o los traumas permiten desarrollar recursos que se encontraban latentes y que el individuo desconocía hasta el momento.

*Concretamente, ¿Qué podemos hacer cuando se haya controlado la pandemia y regresemos a nuestras actividades cotidianas **pero que no estarán ahí donde las dejamos?***

1. No nos preguntemos ¿Por qué ocurrió todo esto si no para qué? – Para crecer, para evolucionar. Nada cambia hasta que deviene insoportable.

2. Miremos hacia adentro de nosotros mismos: Conozcamos nuestro yo interior, sanemos nuestras heridas, cuestionemos nuestras creencias.

3. Desidentifiquémonos con el EGO (identificación con el cuerpo físico) y reconectemos con el SER (nuestra esencia, amor). Somos seres espirituales pasando por una experiencia terrenal. Es vital entenderlo de una vez por todas.

4. Desarrollemos la autoestima y la confianza. Tenemos una infinidad de recursos que no utilizamos y ahora es cuando más los vamos a necesitar. **Cultivar la Inteligencia Emocional nos hará encontrar estabilidad en la inestabilidad.**

5. Seamos dueños de nuestras mentes y aprendamos de una vez a

controlar las emociones. En un mundo de incertidumbres, abrazarlas, así como al cambio permanente nos ayudará a salir de nuestra zona de confort.

6. Definamos y honremos nuestro propósito, tengamos una actitud emprendedora.

7. Desarrollemos nuestra marca personal, invirtamos en nosotros mismos. Tenemos que desaprender para volver a aprender y hacer algo revolucionario (aprender a aprender)

La pandemia del Coronavirus ha acelerado y/o mejorado cosas que todos sabíamos que venían pero no nos animábamos: Trabajo a distancia (de manera remota, teleconferencias, WhatsApp), Educación a Distancia (colegios, institutos, universidades), Telemarketing (compra y venta por Internet); será que desperdiciamos mucho al cocinar pero saqué la cuenta \$\$ y nos cuesta casi lo mismo ordenar comida que prepararla (y nos queda mucho tiempo para otras cosas), taxis compartidos (Uber Pool), Teleconferencias no sólo para empresas si no entre autoridades (alcaldes, congresistas, etc).

Conclusión:

1. Cuando termine el aislamiento domiciliario o toque de queda, el mundo que nos vamos a encontrar va a ser muy pero muy diferente al que dejamos.

2. Tenemos 2 opciones: 0 nos lamentamos y sufrimos de aquí en adelante o nos re-inventamos, innovamos, cambiamos, transformamos, rediseñamos; y crecemos. (¿Cómo te vas a ganar

la vida?)

3. Debemos aprovechar estos días / semanas que nos quedan de encierro para evaluarnos, mirar hacia adentro y empezar el cambio. Mejor temprano que tarde. ¿Para qué soy bueno? ¿Qué puedo ofrecer (y que sea valioso)?, ¿Qué trabajo me hace feliz? ¿Cuál es mi propósito?

4. Parece ser que esta forma de virus se originó en un mercado de pescado de la ciudad de Wuhan, donde las condiciones de higiene eran muy por debajo de lo humanamente necesario. Al final del día me pregunto: ¿Qué tal mi higiene mental? ¿Puedo controlar mis pensamientos?; ¿Y mi higiene verbal? ¿Soy impecable con mis palabras? ¿Qué puedo decir de la higiene de mis actos? ... Tampoco salgo bien librado.

Hay mucha literatura, videos, memes sobre este tema. Hagamos un resumen personal y tomemos una decisión aquí y ahora. No esperemos la próxima pandemia.

Percy Bustes

<https://medium.com/@percybustes/listo-para-el-gran-cambio-el-coronavirus-es-el-menor-de-tus-problemas-d90348f0669e>

El trading y la superación personal en tiempos de coronavirus

Hoy les traigo un artículo no técnico, quizá para tener en cuenta en estos tiempos, y tiene que ver con el crecimiento personal que significa para muchos comenzar a dar los primeros pasos en este mundo del trading.

Cuando decidimos empezar nos acercamos, probablemente, mediante el estudio de algún curso de los tantos disponibles en Internet, o a través de un mentor que nos acompañó en el proceso. Y empezamos a darnos cuenta de lo importante que es –por ejemplo– la psicología si realizamos trading en forma manual. E, incluso, si realizamos trading algorítmico es necesaria la psicología, porque cuando el robot entra en una racha negativa, podemos cometer el error de querer pararlo sin esperar que el mismo se recupere y entre en términos positivos, como suele pasar con muchas estrategias aplicadas por estos.

Todas las estrategias tienen correcciones; es decir, momentos en que se empieza a perder, pero esas pérdidas son necesarias para un sano crecimiento de nuestro capital ya que si no las tuviéramos, y el capital creciera mucho en poco tiempo, siempre se produciría un pequeño efecto burbuja que terminaría comprometiendo todo nuestro crecimiento. Pero, como comentaba –y para no irme del punto al que quiero llegar–, todos pasamos por esas correcciones o rachas negativas antes de la

recuperación.

Y es en esos momentos en los que tenemos que tener la cabeza bastante fría, y no salirnos de las reglas de nuestra estrategia, aun cuando no veamos resultados. Si, por el contrario, abandonamos esas reglas, entramos en el caos del mercado, en no saber qué es lo que hay que hacer, y nos perdemos en ese mercado que prácticamente se come nuestra cuenta.

Así como eso pasa en el mercado financiero, también sucede en la vida: en ella también tenemos nuestras reglas, que pueden ser morales, religiosas –como los 10 mandamientos cristianos–, reglas de éxito de algún mentor que haya alcanzado algún objetivo que consideremos importante en la vida, reglas que nos enseñaron nuestros padres, etcétera. Y, si no seguimos ese conjunto de reglas, entramos en un caos; y entre no saber qué hacer y sumergirnos en ese caos, o elegir reglas que tuvieron el precedente probado de alcanzar un determinado objetivo, ¿cuál de las dos opciones piensan que es más racional?

Tanto el mundo como el trading te exigen ser más racional y menos emocional; en el trading se habla de psicología, de adherirse a nuestro plan con la cabeza fría. Suena difícil pero, quizá, no se trata de deshumanizarse: también se puede hablar de fe en nuestro plan o estrategia de inversión.

En la vida pasa exactamente lo mismo, tenemos que tener convicción y creencia o fe en ese conjunto de reglas que seguimos, aun en nuestros momentos malos. Porque, sin seguir ese conjunto de reglas, no podemos alcanzar la tan preciada recuperación y el posterior crecimiento, que puede ser personal, espiritual si seguís una religión, de nuestro

capital en las inversiones, o de nuestra misma felicidad. En la vida, como en el trading, también tropezamos y nos salimos de las reglas porque somos personas, pero en ese proceso aprendemos a mejorar nuestra fe y convicción en ese conjunto de reglas que nos quita la incertidumbre y nos lleva con más probabilidad estadística a alcanzar un resultado.

Y eso, como he dicho, no implica deshumanizarse. Comprender esto, después de ver algunas gráficas y analizar resultados en mis primeros pasos en esta carrera, me hizo ver la importancia de las reglas tanto en la vida como en el trading. He visto muchísimas recuperaciones en las estrategias que ejecutan mis robots; me cansé de verlas, lo suficiente como para darme cuenta de esta cuestión y poseer experiencia acerca de ella. Eso es lo que caracteriza al trading con algoritmos: que los mismos son racionales y no se rigen por emociones como los seres humanos.

No obstante, como ya señalé, no se trata de quitarnos esa condición natural humana y ser como esos algoritmos, sino que se trata de desarrollar nuestra fe o sistema de creencias en esas reglas que nos llevan a alcanzar el tan preciado objetivo. Y es justamente fe lo que necesitamos en estos tiempos.

Y para ustedes, ¿significó también el trading un crecimiento personal? ¿Cómo mejoro su vida? ¿O no tuvo influencia sobre ella?

Por *Fernando J De Mendonça*

Superación personal: ¿Es posible programar tu subconsciente para alcanzar objetivos?

uestra mente interviene a diario en la mayoría de nuestros actos, reacciones y comportamiento. Hay muchas cosas que hacemos de forma automática y todas ellas son regidas por el subconsciente.

¿Ahora nos crees cuando te decimos que hay un modo de adentrarnos en este lugar recóndito de nuestro cerebro para conocerlo mejor y controlarlo?

Lograrlo te ayudará a actuar con más acierto a dejar a un lado esos miedos que te atan para convertirte en una persona libre, plena y mucho más feliz.

Aprende a programar tu subconsciente y lograr la superación personal



Superación personal; la respuesta está en la mente

La respuesta es ¡Sí!

Es mucho más sencillo de lo que imaginas, solo necesitas tener la disposición y la confianza. Una vez que logres educarlo podrás alcanzar la superación personal que tanto anhelas.

¿Cómo?

En tu subconsciente se esconden tus miedos y pensamientos limitantes, esos que te impiden ser feliz. Por eso es vital que antes conozcas qué áreas problemáticas hay en él para así poder sanarlas.

La [hipnoterapia clínica](#) y [autohipnosis](#) resultan ser herramientas de gran utilidad para que puedas programar tu subconsciente sin que los pensamientos conscientes

intervengan.

Autoconocimiento, el paso previo al éxito de la superación personal



Superación personal que te ayuda programar el inconsciente.

Este paso te ayudará a tener una mayor conciencia acerca de ti para estar seguro de quién eres realmente. Aunque no lo creas, puede convertirse en un proceso muy gratificante en donde ganarás la confianza que necesitas.

El autoconocimiento es cuando te conectas con tu yo y empiezas a tomarte el tiempo para conocerte. El secreto es saber qué preguntas hacerte para lograr el objetivo, por eso debes

evaluar los siguientes aspectos:

- **¿Cuáles son tus valores?** Aquí nos referimos a esas virtudes que te identifican o definen como persona: tus metas, aspiraciones, sueños, etc. Una vez que lo hagas, piensa cuáles de estos cambiarías y cuáles te hacen sentir bien.
- **¿Cuáles son tus capacidades?** Para lograr la superación personal debes responderte qué eres capaz de hacer y cómo utilizas tus recursos (conocimientos, habilidades y aptitudes). Preguntas como: ¿Qué sabes hacer?, ¿cuáles son tus conocimientos? y ¿qué quieres hacer? te ayudarán a responder con facilidad este punto.
- **¿Qué quieres lograr?** Planea o visualiza lo que quieres lograr en un futuro, haciéndote preguntas como: ¿Dónde me veo en 5 años? ¿Cómo sería una mi vida ideal? Esto te ayudará a mantener el enfoque y la motivación.
- **¿Qué te gusta?** Aquello a lo que le das prioridad, que valoras o eliges por encima del resto, demuestra tus gustos o preferencias. Pregúntate: ¿Qué te gusta hacer? ¿Qué disfrutas? ¿Qué te hace sentir bien? ¿Con quién te gusta compartir tu tiempo? Una vez que respondas todas estas preguntas podrás tener un visión más clara de ti. En una libreta puedes anotar todas tus respuestas, así podrás leerlo cuando lo necesites. Si llegaste hasta aquí, felicidades, estás a un paso más cerca de lograr el objetivo: programar tu subconsciente para alcanzar la superación personal. Ahora estás listo para comenzar con el siguiente paso.

Programarte para alcanzar la

superación personal

Ahora que sabes cuáles son tus capacidades, preferencias y debilidades, puedes darle inicio a la programación de tu subconsciente.

Un aspecto clave es la constancia con la que hagas estos ejercicios. Lo ideal es que te tomes el tiempo para hacerlo a diario y seas persistente, de esta manera los resultados serán realmente efectivos.

¡Comenzamos!

Estas herramientas son las más eficaces y beneficiosas para ayudarte a alcanzar el objetivo:

- **La hipnosis clínica** Esta técnica se utiliza en terapia psicológica y consta de un conjunto de procedimientos que tienen como fin estimular cambios en la persona. Estos cambios se van induciendo a través de diferentes estrategias. Con la hipnosis clínica se puede trabajar la reducción de dolores agudos, depresión, manejo de estrés y ansiedad. Todo esto con ayuda de un especialista que guiará unas sesiones de terapia para poder programar tu subconsciente.
- **La autohipnosis** Esta herramienta te lleva a un estado de relajación donde la mente permite el acceso a lugares que suelen estar escondidos, convirtiéndose en uno de los métodos más poderosos para generar cambios positivos. Con la autohipnosis podrás llevar a tu mente a un estado de relajación para que, una vez ahí, puedas

realizar afirmaciones que se grabarán en tu subconsciente.

- **Practica la visualización** Imagina que estás manejando, o alguna situación donde tengas el control. Puedes ir a dónde quieras. Así mismo, puedes visualizarte en un lugar sereno y tranquilo donde puedas sentir paz. Una vez que lo hayas hecho, imagina que caminas hacia tus objetivos con seguridad, porque nadie podrá detenerte. Solo eres tú y lo que siempre quisiste. ¡No hay nadie que pueda detenerte!
- **Anota tus sueños** Escribe todo lo que sueñes apenas te despiertes, así no lo olvidarás. Luego intenta analizar los sueños y descifrarlos, podrían decirte mucho acerca de lo que hay en tu subconsciente.

- **Deja a un lado los pensamientos negativos** Muchas veces resulta difícil, pero solo es cuestión de costumbre. Comienza por reducirlos y poco a poco verás la mejoría. Haz este ejercicio: cada vez que digas algo negativo, piensa en el lado positivo de lo mismo, anótalo y repítelo. Esto te ayudará mucho a ejercitar tu mente para que de ahora en adelante comience a pensar en soluciones y formas para alcanzar la superación personal. Los límites existen solo en tu mente ¡Libérate de ellos!
- **Utiliza frases alentadoras** Escribe lo que quisieras sentir, mejorar o alcanzar y repítelo mientras lo visualizas. Con la repetición de un pensamiento lograrás abrir la puerta del subconsciente y esa idea podrá instalarse en tu mente. Frases como “merezo ser feliz y nada va a poder conmigo” o “ya no tengo miedo”. Repite estas afirmaciones a menudo, en especial antes de acostarte.
- **Disfruta del presente** Conéctate con el presente, siente tu respiración, el aire y despeja tu mente de las preocupaciones por lo que pasó o lo que pasará, esto te

distrae del objetivo. Tu foco debe ser el ahora, porque es aquí donde puedes hacer algo para mejorar.

- **Concéntrate en una sólo cosa** Hacer varias cosas al mismo tiempo genera estrés, por lo tanto, te aleja de la paz que necesitas. Además está demostrado que si te concentras en un sola actividad hasta terminarla, eres mucho más eficiente.

Tu subconsciente es un excelente aliado, reprogramarlo sí es posible y no tan complicado como parecía antes de leer este artículo, solo hay que dedicarle tiempo, muchas ganas y creer en el proceso.

Buscar ayuda profesional y leer libros es el complemento perfecto para todas estas actividades que te recomendamos, ya que pueden facilitarte el camino hacia la superación personal.



Superación personal para llegar a tus metas

Tienes el poder en tus manos ¡No esperes para comenzar a utilizarlo!

Montar un negocio online: consejos para emprendedores sin experiencia

Por si no lo sospechabas todavía, ya te lo decimos nosotros: **una tienda online no se monta en un mes.** Sencillamente, no se puede: hacer el estudio de mercado, dar con un modelo de negocio, encontrar proveedores, pedirles presupuesto, que te lo envíen, renegociar con ellos para que te salgan las cuentas, echar esas cuentas, contratar el proveedor de tecnología...

Vamos, por poder se puede, pero con pocas garantías y arriesgando ese **paro que estás pensando capitalizar.**

Montar una tienda online es una de las posibilidades más habituales. Para ello, los expertos aconsejan: darle vueltas a qué producto podrías vender; ver de qué forma ibas a conseguir ganar dinero; buscar y encontrar proveedores; testar los productos de esos proveedores; seleccionar los productos que finalmente se van a vender; hacer el estudio de mercado.. Vamos a echar a volar la imaginación y acompañarte en este ilusionante proceso. ¡Empecemos!

Y el producto es...

¿El primer paso? Ver qué producto vas a vender. Comienza a darle vueltas a qué opciones se te ocurren para la tienda. Algunas opciones:

1. -Púas para guitarras. Porque habías visto la idea en el extranjero buscando ideas de negocio extranjeras que han tenido éxito..
- 2.-Mandiles para cocinar. Porque te encanta una tienda francesa que vende, eso, mandiles: MadameChoup. Se toman el mandil como un elemento de moda, con diseños propios (nada de meter un dibujo o imprimir una foto).
- 3.-Chubasqueros para montar en bicicleta. Porque están en el catálogo de una empresa estadounidense de ropa para mujeres ciclistas a la que le tenías echada el ojo.
- 4.-Lápices táctiles para tabletas. Porque habías leído un artículo en el blog de la edición digital de la revista estadounidense de tecnología Wired Gadget Lab que consultas frecuentemente. Hablaba de un bolígrafo táctil alemán de calidad.
- 5.-Correas de seguridad para peques. Porque lo habías visto en un episodio en televisión de Modern Family antes de que tu hija comenzara a andar y habías pensado que era una tontería. Y ahora que tu hija anda, como que ya te parecen mejor idea.

iYa lo tienes!

Le das vueltas a todas estas propuestas y al final te quedas con los lápices táctiles. La idea que te gusta más es la que has leído en Wired y lo lees ahora con nuevos ojos. PUBLICIDAD – SIGUE LEYENDO DEBAJO

Siempre habías pensado que había vida más allá de los productos de Apple y que productos para los usuarios de iPad hay para aburrir, pero no para el resto de tabletas y marcas.

El artículo en cuestión hacía referencia a un producto alemán: AluPen. Así que lo buscas en Internet y les escribes a la dirección comercial para decirles que estás interesado en convertirte en distribuidor. Al verlo, te recuerda a los plastidecor con los que jugabas de pequeño. Es un diseño original de la marca y es caro: 24,95 euros, sin IVA y sin gastos de envío. Bueno, ya tienes por dónde empezar. ¿Lo fabricarán también en China...

LA IDEA, EN UNA SERVILLETA

“Voy a vender bolígrafos táctiles. Pero, ¿bolígrafos de primera calidad o me voy a precio y traigo producto de China con más margen?”

Esto es lo primero que apuntas en una servilleta. No tienes claro nada más –ni qué producto, ni a quién se lo voy a vender–, así que comienzas a darle vueltas. ¿Bolígrafos de primera calidad? ¿Bolígrafos de China? ¿Para ejecutivos? ¿Para artistas gráficos? ¿Para niños? **Tienes claro que un negocio es un buen producto a un buen precio con alguien al otro lado dispuesto a pagar por él** y todo ello a través de un canal que

funcione. ¿Cómo consigues ese buen precio? ¿Dónde tienes que buscar?

¿Qué diría un experto?

Puesto que tienes claro que te vas a poner a fabricar, **ttienes que encontrar fabricantes**. Un experto te diría: “el gran problema que tiene el emprendedor es con el distribuidor. Es el que tiene la llave del negocio de una tienda online. Los márgenes del sector de la electrónica, por ejemplo, están machacados. Siempre han sido muy cortos. Entre un 4%–9%”.

“Si, en principio, esos distribuidores marcan una línea de precios, puede ser interesante. Otra cosa son las condiciones que te propongan. Tienes que ir distribuidor por distribuidor y preguntarles qué condiciones te marcan. A ti te pueden hacer un 5% de descuento y a una gran superficie un 40%...”, continúa. “Si, de partida, te indican que tienes que comprar 100 unidades... eso ya va a complicar las cosas para un proyecto modesto”, pone como ejemplo.

TRES MODELOS DE NEGOCIO... ¿POR CUÁL APUESTAS?

Vale, quierese vender lápices táctiles, pero ¿cómo? ¿Sólo lápices? ¿De alta gama? ¿Vas a precio? Después de realizar el estudio de mercado, en una servilleta (por aquello del cliché) escribes estos tres modelos, que cuando arrancas con el proyecto son los únicos que se te ocurren:

MODELO A.

Se llamaría www.tulapizdigital.com: se trata de una tienda de lápices táctiles y recambios de esos lápices a buen precio. Piensas en traer producto de China, coger 6-7 modelos y

probarlos.

MODELO B.

Abrirías una tienda a la que llamarías algo parecido a www.bamboomania.com. Es un modelo de tienda de marca-distribuidor. En este caso, de los productos de la japonesa Wacom. Has buscado un producto de calidad en el mercado y te has encontrado con que la referencia es el Bamboo Stylus, y has pedido al contacto comercial que te explique cuáles son las condiciones para sus distribuidores. Puede tener sentido distribuir online este producto y otros de esta misma marca. Tu objetivo: clientes con alto poder adquisitivo y artistas gráficos.

MODELO C.

El último modelo consistiría en vender accesorios para tabletas y dispositivos móviles y centrarlo en un nicho: los niños. La tienda que abrirías sería algo parecido a www.babytablet.com, una tienda de productos táctiles para peques: bolis de colores, bolis para papás, leads para apps, fundas y protectores de pantalla. Incidiendo en la personalización de estos productos. La dificultad estaría en darlo a conocer, pero...

¿Qué diría un experto?

El experto te comentaría que “el modelo A no funcionaría al ser un único producto, con poca demanda. No tendría suficientes clientes como para hacerlo viable. Además, no tiene, en el fondo, suficiente margen”.**PUBLICIDAD – SIGUE LEYENDO DEBAJO**

“El B se cae por los mismos motivos. El problema de estos dos modelos es que es un universo pequeño”

El C, sin embargo, podría funcionar. ¿Por qué? “Hay un boom en la penetración de las tabletas en los hogares. Y el esnobismo de los padres se traslada ahora a los hijos. Funcionaría bien con estrategia de blogs y redes sociales”, señala. Además, quien tiene una tablet tiene un poder adquisitivo razonable.

DÓNDE ESTÁ TU PROVEEDOR

¿Por dónde empiezas? ¿Dónde encuentras a proveedores? Sabiendo ya qué quieres vender y con qué modelo de negocio, **comienzas tu estudio de mercado en Internet para ver qué tipo de fundas y bolígrafos táctiles** (stylus es el nombre que se utiliza en el sector) para tabletas se venden ahí fuera y qué otros accesorios pueden encontrar aquellos seres humanos que no tienen una tableta con una manzana grabada a sus espaldas. Tu punto de partida son las tiendas online de Pixmanía, Amazon e Imaginarium. Offline te pasas con tu mujer (que acaba, por cierto, hasta el gorro de tu experimento) y tu hija por ToysRUs, Imaginarium, El Corte Inglés, a ver qué tienen.

Luego **realizas búsquedas en Google** para descubrir al resto de vendedores online (en la primera y segunda página de resultados) a ver qué encuentras. También analizas el volumen de búsquedas en Google Trends –una herramienta gratuita que te permite analizar la popularidad de las búsquedas–. Tecleas en los buscadores: ‘Accesorios para tabletas’; ‘Lápices táctiles’; ‘Stylus’; ‘Lápices táctiles para Android’; ‘Bolígrafos táctiles’; ‘Tablet para niños’; ‘iPad cover smart’; ‘accesorios para tablets’; ‘fundas para tablet’; ‘personalización de tablets’; y ‘fundas para iPad’. La expresión que más búsquedas ofrece, tiene 1.500 diarias. Hmmm. Pocas te parecen.

Tu siguiente duda es: ¿Dónde están los proveedores? Como no sabes por dónde empezar, te das de alta en Alibaba.com, una plataforma de contacto entre vendedores y distribuidores, y comienzas a buscar proveedores por las categorías de producto. No tardas mucho en encontrar uno que fabrica un bolígrafo táctil que, si das crédito a la fotografía, es exactamente igual que el alemán AluPen. Para un pedido de 100 bolígrafos te piden 0,30 céntimos de euro (ya hecha la conversión a euros) por unidad. Teniendo en cuenta los gastos de transporte y aduanas, al final, traerte un boli chino te cuesta 2,92 euros la unidad. Le pides una muestra a este proveedor. Aquí se te ve el plumero. Les pidrd uno y ellos te dicen que haga un pedido de 100. Al parecer es lo habitual (más tarde lo sabrás), pero tú insistes en que sea uno solo. Pedir uno te cuesta 14 euros, y 100, 156 euros, gastos de transporte incluidos. Pides uno.

Aduanas y certificación

Mientras tanto, se te ocurre hablar con un emprendedor experto en import-export con China, para hablar con él de garantías, de tiempos, de cómo hacer negocios con los chinos, en el caso de que finalmente mis proveedores sean ellos.

Te pone al día de los trámites y costes aduaneros y te explica que si quieres dirigirte al público infantil, necesitas una certificación independiente para garantizar los productos y vigilar la fabricación. Y ahí se encarece la operación. Y ya no te interesa. El producto tarda en llegar, al final, dos semanas. Es más grande de lo que esperabas y mucho más pesado. Pruebas a ver la facilidad para extraer las piezas y no es difícil. Así, a las bravas, no es apto para niños. Llamas al experto y le cuentas. “Claro, han tardado tres semanas porque no te han visto serio. Tenías que haberles pedido 100”. Crees que no sólo te responde como experto en transacciones con China, sino como alguien con un espíritu emprendedor. Le

comentas que les dijiste que querías testar el producto y se molestaron. “Normal”, dice.

Personalizar

Se te ocurre entonces personalizar las carcasas de los dispositivos móviles. Te acuerdas de ForCover, una empresa sobre la que leíste hace unos años. Ellos quisieron hacer lo mismo y como no había fabricantes, al final se pusieron a fabricar ellos. Continúas con tu búsqueda de proveedores y te encuentras con el modelo Cosmonaut, de Studio Neat, les escribes... ¡y responden!

NECESITO ALGUIEN QUE...

“Tengo idea de vender online bolígrafos para pantallas táctiles de tabletas y dispositivos móviles. Ya cuento con precios de proveedores tanto europeos como chinos y estoy buscando ahora una plataforma de comercio online en la que establecer mi tienda. Estoy buscando precios y servicios”. Le escribes esto a un proveedor de servicios de Internet para hacer un poquito de mystery shopping. PUBLICIDAD – SIGUE LEYENDO DEBAJO [AdDisney+](#)

Tienes claro que la tecnología es la menor de tus preocupaciones, en el sentido de que es un servicio que se subcontrata a un experto. La tecnología, como te insistirán a lo largo del experimento los expertos con los que vas hablando, “no te puede poner barreras, tiene que ser útil y no dejarte colgado”.

¿Qué buscas exactamente?:

-Diseño y programación: desarrollo de tienda online,

mantenimiento técnico de la tienda online y alojamiento web.
-Marketing y comunicación: marketing online (SEO y SEM), social media y analítica web.
- Gestión: un ERP para gestionar pedido, facturación, contabilidad y logística-transporte.

A las dos horas ya obtienes respuesta del proveedor de Internet al que has escrito. Te llama directamente un consultor, no un comercial. Te pregunta exactamente por el tipo de producto que quieres vender, a qué precio y a qué tipo de público al que le vas a querer vender el producto. No sabes si le convences con lo que le cuentas, pero te parece positivo que haga ese tipo de preguntas. Al menos te da la impresión de que sabe de qué va esto.

Las primeras cosas que te cuenta después de preguntarte qué quieres vender, te suenan bien:

-“Es un sector que conocemos bien. No tenemos ninguna tienda con tu mismo posicionamiento, pero sí clientes en el mercado de los accesorios informáticos”.

-“Ten presente que no es tanto un negocio de precio, como de volumen. Te vas a mover en un margen de entre el 5% y el 8%”.

-“Queremos garantizarte la supervivencia de la tienda. Prefiero venderte algo más barato y que tengas un retorno de la inversión en ocho o nueve meses y en un año hacer evolucionar la web y que te gastes más”.

- “Vas a tener que entrar en la guerra de los

comparadores: Ciao, Mercamanía, Google Shopping...”.

Esto último es algo que no se te había ocurrido. ¿Es verdad? ¿Tienes que entrar en una guerra de comparadores? Luego ese mismo consultor ya entra en la parte más comercial, que no me suena tan bien.

Te comenta que todo te sale por 1.600 euros, unos 133 euros al mes, sin tener en cuenta temas de facturación, que suben el precio 49 euros al mes. Has leído en su web que hay un alta de 249 euros-590 euros (depende del paquete que compres), pero no te ha comentado nada y no sabes si está incluido dentro del precio total que te plantea por teléfono. Eso no lo sabes hasta que tres días después te llega el presupuesto. Al final, no son 1.600 euros al año, sino 1.744 euros más 3.996 euros (sumando todos los gastos adicionales mensuales). Total: 5.710 euros.

Logística y pasarela

A continuación buscas al resto de proveedores de servicios: logísticos y pasarela de pago. Los primeros no te pasan presupuestos, así que los extraes de sus webs, y para la pasarela de pago, dado que hablar con los bancos sin fuego real no tiene mucho sentido, apuestas por PayPal, cuyo coste es público y, en principio, no se negocia.

¿Qué opinan los expertos?

Los expertos independientes que consultas te comentan que un proveedor de servicios tecnológicos cobran entre 1.500 – 2.000 euros por montarte una tienda online a partir de una plantilla de calidad (estilo Prestashop, una solución contrastada), con

un diseño mínimo, funcional para un proyecto común y darte algo de formación. Eso no incluye seguimiento del negocio. Y tampoco el mantenimiento.

Es un punto de partida. Pero ¿está bien o está mal? No lo sé, así que le preguntas a un desarrollo de software para web. “A la hora de valorar un presupuesto, divide el total de la inversión que tienes que hacer entre 40 euros la hora [algo caro, ya lo sé] y así tendrás el número de horas que va a dedicar a tu proyecto”. Con el presupuesto que tienes en las manos, te da 45 horas para llevar a cabo mi proyecto.

Aunque hay precios más bajos, prefieres irte a precios medios de la tabla y a calcular costes de envío en la peor de las situaciones (en un volumen bajo de ventas). Los expertos insisten en que se puede negociar con estos proveedores. PUBLICIDAD – SIGUE LEYENDO DEBAJO

Y ESTO, ¿CÓMO LO VENDO?

¿Qué cuota de mercado te vas a quedar? ¿Qué cuota de mercado estimas para el corto, medio y largo plazo? Esta es la pregunta inicial –formulada de dos formas diferentes– que te hacen muchos expertos en marketing, antes incluso de que pienses cuál va a ser tu estrategia final. A ti, francamente, te parece difícil de responder para una tienda online como la que planteas y con el dinero que tienes de partida.

Si tu producto lo buscan 1.500 personas y te quedas con el 20% de ese mercado, venderías 300 lápices o 300 carcassas al día. Pero que lo busquen 1.500 personas no quiere decir que vayas a tener 300 ventas... Así que, ¿de qué te sirve, de verdad,

responder a esa pregunta? El papel no sólo aguanta las cifras, sino cualquier cosa que escribas.

Antes de ponerme a pensar en la estrategia de marketing, estás a punto de tirar la toalla. Crees que el experimento ya ha funcionado cuando estás a punto de tirar la toalla... y sigues adelante. En tu caso, flaqueas ante las dudas que todo el mundo te planteaba al hablarles de lo que quieres vender y a qué público.

“¿Niños? ¿Sólo tabletas y accesorios? ¿Cómo vas a llegar a ellos? No les va a interesar”, te decía todo el mundo. Estuviste a punto de creértelo hasta que recordaste (tardé varios días, después de volver a valorar otros modelos de negocio y estar a punto de retomar al tema de las correas) que el negocio se iba a apoyar en una estrategia de marketing basada en la generación de contenidos de calidad: recomendación de aplicaciones infantiles para esas tabletas y recomendación de productos (incluso invitando a los lectores que te propusieran traer productos, al estilo: si te interesa comprar este producto, escríbenos...).

Un proyecto ‘social’

Tienes que apostar por un proyecto muy social y vinculado al niño, o si no, no funcionará. Tiene que convertirse en una tienda que le apetezca compartir a los padres con los hijos a través de propuestas. Hoy os proponemos que os descarguéis esta aplicación para Android que hace esto y lo otro... y entremedio les colocas la funda de estrellitas, el boli diferente...

A la hora de emprender, siempre se dice que si no tienes dinero, necesitas tiempo. Y viceversa. En este caso, para el

proyecto que he planteado, no tienes mucho dinero para marketing, así que salvas la parte de marketing digital pura y dura, para el resto sólo vas a invertir tiempo. En este caso, te aprovecho de tu experiencia anterior en publicidad.

La idea que tienes, para ser sincero, es hacer un GeekDad, el blog de la revista Wired para padres –con hijos– aficionados a la tecnología, en español. No una traducción al castellano, sino un blog con contenidos propios, nada de copiar y pegar. Y mejorándolo, en el sentido de que esos padres se impliquen en la tecnología de sus hijos y centrándote en el tiempo de ocio de padres e hijos. La idea sería generar tráfico y participar en blogs de tiempo libre para padres con hijos –no en el sector de tecnología, que ya está copado y poco puedo aportar–.

¿El resto? SEM, para el que subcontrato a un proveedor, y el SEO natural que sea capaz de generar.

CON LOS PRECIOS, DE PUNTILLAS

Al final, **decides no competir en precio y poner precios razonables, que no precios bajos.** En realidad son precios altos, pero con las condiciones que me marcan los proveedores tienen que ser más elevados de lo que querría para poder mantener la empresa.

Además, si es verdad lo que explican los expertos en pricing **siempre es más fácil arrancar con precios altos y luego bajarlos, que empezar con precios bajos y luego subirlos.** Además, tengo muy claro que no quiero dirigirme a clientes que vayan sólo a precio, porque a esos no les voy a

retener nunca con mi propuesta de valor. En el caso de los productos que te traes de Estados Unidos y que trabajan con un PVP mínimo te quedas con ese precio y aprovechas para meterle más margen al producto personalizado, que es con el que, de verdad, ganas dinero... siempre, claro, que haya volumen. PUBLICIDAD – SIGUE LEYENDO DEBAJO

Aviso para navegantes: **sólo has podido echar cuentas con los presupuestos que te han enviado.** Sólo conseguíste presupuestos reales para la personalización (te sale a 10,89 euros la unidad, incluido el IVA y los gastos de envío), el bolígrafo COSMONAUTA (13,30 euros la unidad), y un ejemplo de carcasa, GLIF (9,50 euros la unidad). Para calcular un precio hipotético de las tabletas has tenido que hacer un ejercicio de economía ficción: has cogido el precio de venta al público del proveedor que te interesa, 199,99 euros, le has aplicado un optimista 10% de margen y, más optimista aún, has pensado que podrías negociar con él para que te dejara la unidad a 170,99 euros. De otra forma no te saldrían las cuentas. Ya sólo el IVA que se paga en la aduana y los costes aduaneros te ponen la unidad a 214,55 euros, lo que ya es una pasada de precio si luego quieres competir en el mercado. Menos mal que es un producto de calidad.

¿QUÉ NOMBRE...? ¿QUÉ LOGO?

Después de probar varios nombres apuestas por PequeTableta.com. Me gusta como suena, pero hasta un mes después no me doy cuenta de hasta qué punto me limita.

Como la cosa va de ahorrar costes, has diseñado el logo con tus manitas. No es lo mejor del mundo, se le pueden poner mil pegos, pero cuando no hay dinero, las estrategias de guerrilla

son tan apañadas.

Hace unos años leíste un reportaje sobre cómo ponerle nombre a una empresa y diseñar un logo. Recuerdas que una de las fuentes apostó por **vincular a la marca a un personaje**. Te pareció que para el mercado infantil –vamos, para los padres que consumen esos productos para sus hijos– entraría bien un personaje. De ahí el dibujo.

ECHANDO CUENTAS

Cuando echo cuentas, tratas de ser pesimista, pero... ¿hasta qué punto hay que ser pesimista? ¿Para ti, un tipo conservador con una gran aversión al riesgo? Vender cero patatero. Pero, claro, en ese escenario no monta una empresa ni Richard Branson. Así que ¿cuánto es vender poco?

Ahora piensas que todo este experimento tiene una trampa. **No se trata de cuánto te cuesta emprender sino de cuánto dinero dispones en realidad**, cuánto eres capaz de conseguir y hasta dónde estás dispuesto a invertir en el negocio, hasta dónde estás dispuesto a llegar. Crees que esa es la principal diferencia entre un emprendedor y un aficionado disfrazado de emprendedor que trata de montar una tienda online.

Al apostar por traer productos de calidad, ya estás hablando de traer pedidos estadounidenses. Traerte un pedido mínimo de 600 unidades, por ejemplo, del bolígrafo del proveedor estadounidense, te cuesta 7.979,24 euros, incluida ya la aduana (te cuesta 8.400 euros más 1.335,17 euros del 21% de IVA, más 286,11 euros del 4,5% de aduana que estimas para este tipo de producto). Vamos, que esto ya va más en serio que traerte 100 bolis de China por 152 euros.

¿Qué cuentas hay que echar? **¿Te pongo a hacer un plan financiero?** Elaborar el plan de tesorería te ayuda a entender que necesitas generar liquidez con otra fuente de ingresos que no dependa exclusivamente de la tienda online.

Después de preparar tu plan de tesorería a dos años, te das cuenta de que las perspectivas más negativas son tristes y desaniman, pero que tienes una posibilidad. Hace falta algo más. Ya sabes que los cálculos sólo tienen en cuenta tres productos (los únicos para los que tengo presupuestos y condiciones reales), pero te sirve para hacerte una idea sobre cuál es el escenario que te vas a encontrar.

Vender a colegios

Te das cuenta de que vas a necesitar una línea adicional de liquidez. Se te ocurre abordar la personalización de tablets y dispositivos móviles en colegios de élite. Al igual que los anillos escolares y universitarios en Estados Unidos, las tabletas en España: con el logo y el alma máter. A lo mejor también para profesores.

Comienzas a echar cuentas a la personalización de tabletas y dispositivos móviles en los colegios. Buscas listados de colegios de élite en Madrid (por algún sitio hay que empezar). Buscas centros privados con mejores notas. Te imagino que serán los que se sientan más orgullosos. Tu colegio, por cierto, está entre los 10 primeros. Hmmm. Podría ser un buen punto de arranque. Si sigue alguien conocido, lo mismo hasta te reciben. Calculas un precio más barato, una rebaja de cuatro euros en tu margen a cambio de volumen y las cuentas mejoran. PUBLICIDAD – SIGUE LEYENDO DEBAJO

Afinar con la facturación es, junto con un buen estudio de mercado, lo más difícil de un plan de negocio. Para tratar de

acertar, tienes que tener en cuenta un máximo: la facturación de tu competencia –vía Registro Mercantil y empresas que venden informes de empresas–; y un mínimo: el punto de equilibrio (cuánto tienes que vender de cada producto para cubrir todos tus costes, fijos y variables). A la primera parte, el máximo, no llegas por tiempo, así que te limitas a calcular las cantidades que tienes que vender para cubrir costes. Este análisis, a caballo entre el análisis económico-financiero y el estudio de mercado, te hace ver también hacia dónde va el sector.

¿Qué le pasa a tu competencia? ¿Van hacia arriba? ¿Van hacia abajo? Te interesa ver eso no sólo para hacer previsiones de facturación, sino para tomarle también la medida al sector en el que te quieres meter.

¿Qué verá mi cliente?

Lo lees. Incluso tienes ejemplos, y, sin embargo, cuando te pones a hacerlo tú, no funciona. Haces un boceto (sólo un boceto, no pretendías que fuera la homepage real de tu tienda online) para planteárselo luego a tu proveedor de servicios en Internet. Aunque tu tienda online se construirá sobre una plantilla que ya sabes dónde tiene que ir cada cosa para que funcione la venta, quieres hacer una distribución rústica de productos y de todos los elementos que quieres tener. Cuando ya lo tienes todo, antes de planteárselo a tu proveedor tecnológico, te vas a ver a un experto que es quien me pone los puntos sobre las íes: no has dado ni una.

Sin sorpresas para tus clientes

Sólo aciertas en dos cosas: una, en que aplicas –y asumes– el IVA en todos los precios y se lo dejas claro al cliente. Como usuario, a ti te da bastante rabia cuando empiezas a sumar el IVA a una compra online. Y también acierto con una política a

la que llamas 'transparencia total' en los gastos de envío. No vas a meterle absolutamente nada de margen a tus envíos. Los va a pagar el cliente –no los vas a asumir tú–, pero le va a costar única y exclusivamente lo que cuesta de verdad el servicio. No quieres ganar dinero con eso.

Puedes no tener el mejor precio, pero la logística –costes de envío reales– puede ser una ventaja competitiva.

¿CÓMO MEJORAS EL LOGO DE MI TIENDA ONLINE?

Cometes un error habitual: el logo grande ande o no ande. No tienes cuenta que tu marca no es conocida y que el diseño gráfico debería ser la última de tus preocupaciones, siendo las primeras la navegabilidad de la página web y el posicionamiento. Meter el logo grande te quita oportunidades para introducir contenido que sí que le interesa a Google.

Has desaprovechado por completo tu menú de cara a la usabilidad y posicionamiento, y un experto te sugiere las siguientes reflexiones:

– “¿Por qué expresiones te quieres posicionar? Porque no queda claro. Tiene que ir en el eslogan de tu empresa. No puedes perder esa oportunidad para tu SEO”. Lo de ‘Convierte tu tableta...’ no funciona para posicionarme y sólo confunde al buscador de Google”.

-“Falta el login/registro”.

– “¿Cuáles son tus expresiones para definirte en tu tienda? En tu home, la densidad de expresiones tiene que rondar el 10%”.

-“Tienes que definir la ficha de producto”.

– “Tienes que poner el nombre del producto y necesitas

explicar en qué consiste el producto”.

-“Tienes que definir mejor las categorías”.

- “Faltan pestañas, que ayudan con el SEO”.

-“Tienes que meter contenido de tus redes sociales, no puedes obligar a tu usuario a pinchar y perderle. Dale contenido”.

- “Los menús no son claros”.

-“Identifica tus marcas en los menús”.

El experto insiste en que, sobre todo, fallas en que **Google necesita texto** y tú, en este planteamiento, no lo das. Te apunta que no te queda clara tu definición de tienda online, ni de los productos, ni tampoco cuál es tu target. Te sugiere que trabajes en una relación de expresiones por las que te quieres posicionar. Señalas estas: PUBLICIDAD – SIGUE LEYENDO DEBAJO

‘Accesorios para tabletas’

‘Lápices táctiles’

‘Stylus’

‘Lápices táctiles para

‘Android’

‘Bolígrafos táctiles’

‘Tablet para niños’

‘iPad cover smart’

‘Accesorios para tablets’

‘Fundas para tablet’

‘Personalización de tablets’

‘Fundas para iPad’

Luego insistes en la importancia de incluir también descripción SEO en la pestaña del navegador. “Piensas: “Tienda online de accesorios de tablet para niños”.

¿Funcionará?

El experto continúa:

-“Huye del rotador. Mejor apuesta por un banner fijo, una imagen estática con un mensaje que puedes cambiar”.

-“Si apuestas por un tiempo de entrega y un precio de envío de productos, tiene que quedar mucho más claro y debería ir más centrado en la zona premium de la home page de tu tienda!.

- “El login (mi carro) tiene que quedar más claro. Necesitas información de tus consumidores”, me explica. Le comento que no quiero pedir muchos datos a los consumidores, y me contraargumenta que la única diferencia entre un cuestionario de registro y uno de pasarela de pago es que hay que pedir el correo electrónico. Para las páginas interiores de producto, le comento que tengo idea de coger los productos de la home y ponerlos tal cual, sólo que en grande. [Sí, ahora que lo escribo, me da vergüenza...].

- “Aprovecha para meter toda la info en la zona premium y tiene que aparecer el precio, los gastos de envío y la posibilidad de comprar”.

-“Apoya la ficha con una buena descripción de producto y fotos”.

CONCLUSIONES DE TU ESTUDIO DE MERCADO

Si has llegado hasta aquí, te darás cuenta de que todo este esfuerzo para elaborar un plan de negocio y poner en marcha una tienda online, no implica que el proyecto vaya a salir bien... ni mal.

Hay un trabajo previo antes de abrir una tienda online y un trabajo, diferente, cuando ya contratas al proveedor, apruebas el diseño de la tienda, te llegan los pedidos, te pones a

generar tráfico y abres la tienda. Cuando abres la tienda es cuando empieza el verdadero trabajo.

Entre las cosas que conviene que te queden claras, están éstas:

1.-Si no tienes el dinero que necesitas para emprender, no emprendas. Si no tuvieras esos 31.288 hipotéticos euros en el bolsillo, no te meterías en un negocio parecido, ni pedirías dinero para montarlo. Otra cosa es que sí dispusieras de esa cantidad... Sólo después pediría dinero.

2.-Aunque la inversión online sea menor que las inversiones que se requerían antes para emprender, el comercio electrónico sigue suponiendo un riesgo económico. Es cierto que antes de que existiera el canal de ventas de Internet era impensable –a ver, con matices– emprender un negocio –que no prestar servicios– por menos de 50.000 euros. ¿Un negocio por 35.000 euros? El personaje de Antonio Alcantara nos tildaría de locos. Sin embargo, es igual de arriesgado. Sigue siendo mucho dinero. Que te juegues menos dinero, no quiere decir que no haya dinero en juego. ¿Estás dispuesto a tirar por la borda tu capitalización del paro?

3.-Si tienes que cambiar el modelo de negocio porque te das cuenta de que no te lleva a ninguna parte o que se va a agotar, cambia. No te aferres a una idea. Es lo que los gurús llaman ‘pivotar’ y el resto de los mortales, sentido común.

4.-Y si el negocio no es viable, no te empeñes en sacarlo adelante. Al final, el proyecto que has diseñado se quedaría en una tienda para generar un dinero complementario a un

suelo, pero no me daría un sueldo para vivir.

El hombre que conocía el infinito

<https://www.youtube.com/watch?v=98A0w1R23J8>

Meditación CoronaVirus: Afrontar los Momentos Difíciles y Enviar Energía Positiva al Mundo

Ralph Waldo Emerson: confía en ti mismo

Ralph Waldo Emerson (1803 – 1882) fue un escritor, filósofo y poeta estadounidense.

Líder del movimiento del trascendentalismo a principios del siglo XIX, sus enseñanzas contribuyeron al desarrollo del movimiento del Nuevo

Pensamiento, a mediados del siglo XIX. He aquí algunos pensamientos del filósofo norteamericano:

– Cree en tu propio pensamiento. Cree en lo que consideras verdad en tu fuero interno. Eso es la verdad para todos los hombres: en eso consiste el espíritu.

– Lo más recóndito de tu ser será lo que mayor alcance ha de tener.

– Un hombre debería aprender a detectar y contemplar ese relámpago de luz que le atraviesa la mente desde el interior de sí mismo.

– Un hombre se siente cumplido y dichoso cuando ha puesto su corazón en su tarea y ha dado lo mejor de sí mismo.

– Confía en ti mismo. Acepta el lugar que la divina providencia reserva para ti.

– No existe sociedad que no conspire contra la condición humana de cada uno de sus miembros.

– La virtud más exigida es la aquiescencia. La confianza en

uno mismo es aborrecida. – Quien aspire a ser un hombre debe ser inconformista.

– Lo único correcto es lo que dicta mi manera de ser, lo único equivocado es lo que la contradice.

– Lo único que me concierne es lo que debo hacer, no lo que la gente crea que debo hacer.

– Siempre encontrarás a aquellos que creen saber mejor que tú en qué consiste tu deber.

– El gran hombre es aquel que, en medio de la multitud, mantiene con impecable dulzura la independencia de la soledad.

– Ser grande es ser mal comprendido.

– Sea como sea, haz el bien ahora. Desdeña siempre las apariencias, y así podrás hacer el bien siempre. Cada uno de los días previos de virtud contribuye al bienestar de este instante.

– El curso de la historia se resume con facilidad en la biografía de unos cuantos hombres tenaces y decididos.

– El viaje es el paraíso del necio. Hago mi baúl, abrazo a mis amigos, me embarco y, por fin, despierto en Nápoles...Mi gigante (yo) me

acompaña allá donde voy.

– Afirma tu personalidad y no imites jamás...Todo gran hombre es único.

– Haz lo que te ha sido designado, y no esperes demasiado ni te atrevas a demasiado.

– Solamente tú puedes darte paz. Solamente el triunfo de los principios puede traerte la paz.

Qué es la resiliencia y cómo conseguirla

La resiliencia puede parecer una palabra larga, difícil de pronunciar e incluso fea, pero su significado es clave para alcanzar la ansiada felicidad. Ser resiliente supone **salir fortalecido de las malas experiencias, crecerse en la adversidad, encontrar oportunidades donde otros sólo ven desdichas**. Y, por eso, la resiliencia es una cualidad imprescindible para tener una vida plena.

Resiliencia es un término que procede del latín y cuya raíz significa 'saltar hacia atrás, rebotar', es decir, volver a la normalidad. Según la Real Academia Española, resiliencia es la

“capacidad de **adaptación** de un ser vivo frente a un agente perturbador o un estado o situación adversos”, lo que en psicología podemos traducir como la capacidad de amoldarse a las adversidades.

El concepto es relativamente novedoso. Fue la psicóloga norteamericana **Emmy Werner** la primera en mencionarlo en un estudio, allá por la década de los 70. Werner observó durante varios años a un grupo de **niños desfavorecidos de la isla de Kauai**, en Hawaii. Muchos tenían padres alcohólicos, o con enfermedades mentales, y todos vivían en situación de pobreza. Cuando alcanzaron la adolescencia, la mayoría de ellos desarrollaron comportamientos autodestructivos y se enfrentaron a problemas como el abuso de drogas, embarazos no deseados, desempleo... Únicamente un tercio de los jóvenes evitó este tipo de situaciones y llevó una vida más o menos exitosa, entendiendo por ‘exitosa’ la ausencia de situaciones traumáticas. Para Werner, este último grupo eran los resilientes.

Las personas resilientes no nacen, se hacen

A partir de entonces, mucho se ha estudiado y comentado sobre la resiliencia, y lo que de momento parece claro es que no se trata de una cualidad, sino de **un proceso**. Dicho de otro modo, las personas resilientes no nacen siéndolo ni se convierten en ellas de la noche a la mañana, sino que cuando se enfrentan a una experiencia negativa pasan por distintas etapas hasta salir fortalecidas.



Es decir, cualquiera puede iniciar y concluir con éxito un proceso resiliente. La **American Psychological Association** propone 10 sencillas técnicas para lograrlo:

Cuidar las relaciones sociales, no sólo porque las personas que nos rodean pueden sernos de gran ayuda incluso cuando creemos que no las necesitamos, sino también porque en las interacciones sociales reside **la fórmula para ser feliz**.

Rechazar la existencia de problemas insuperables. Cualquier situación, incluso la muerte de un ser querido, puede superarse. El **dolor** forma parte de nuestra vida y tenemos que ser capaces de convivir con él.

Aceptar las circunstancias que no podemos cambiar o, lo que es lo mismo, no pretender controlarlo todo. En otras palabras, ser flexible.

Fijarnos **objetivos realistas** y encaminar nuestros pasos a hacerlos realidad.

Tomar decisiones. Ante una mala experiencia, hay que evitar el bloqueo y actuar. El mundo sigue moviéndose, y nosotros con él.

No dejar pasar la oportunidad de conocernos a nosotros mismos cuando nos enfrentamos a una pérdida. El **autoconocimiento** es indispensable para seguir adelante y salir fortalecido.

Relativizar las malas experiencias: el mundo es muy grande y las oportunidades son infinitas para bloquearnos ante un suceso negativo.

Cultivar el **pensamiento positivo**, mantener una actitud optimista ante la vida.

Hacer ejercicio con regularidad: *mens sana in corpore sano*.



Vive el presente con una sonrisa

En términos generales, ser resiliente tiene mucho que ver con pensar en positivo. Ante una mala experiencia siempre tenemos dos opciones: **caer derrotados y rendirnos, o levantarnos y salir fortalecidos**. La resiliencia supone escoger la segunda opción.

Además de los 10 pasos de la American Psychological Association, estas otras técnicas también te ayudarán a sacar algo bueno incluso de las situaciones más negativas.

Evita las personas tóxicas y rodéate de gente positiva.

Practica el mindfulness. Las personas resilientes viven el presente, son conscientes de que el pasado ya se ha ido y no les asusta la incertidumbre del futuro. Tú también puedes

aprender a apreciar ese presente que, según los expertos, apenas dura 4 segundos con estas sencillas **técnicas de mindfulness**.

Afronta la adversidad con **humor**. No te puedes imaginar hasta dónde llega el **poder de una sonrisa**.

Sé creativo. Es la última etapa del proceso resiliente, cuando descubrimos el lado positivo de una mala situación, cuando encontramos la oportunidad que estábamos buscando o la solución que parecía imposible de hallar.



Y ahora, ¿no te sientes con más fuerzas para afrontar cualquier circunstancia?

Los secretos de la mente millonaria



Lo mejor es enemigo de lo bueno.

Y esta es la razón que explica que con bastante frecuencia acabe no comentando muchos de los libros que leo y que me hacen vibrar. Cuando encuentro un libro que merece la pena, pienso que ya encontraré un rato para hacer un comentario excelente. Y lo que sucede es que finalmente ese rato es fácil que nunca aparezca.

Conclusión 1: los más de los libros que leo [a razón de al menos uno por semana] se quedan sin comentar.

Conclusión 2: Si quieres hacer algo, hazlo. No esperes a que llegue el mejor momento porque nunca llegará [Y mira que le dedico un capítulo a este asunto en Vivir sin miedos pero hay cosas que cuesta aprenderlas...].

En fin, que ayer tuve un momento de lucidez y di con la clave: en lugar de hacer el mejor comentario cuando encuentre una joya, simplemente transcribiré las notas que voy tomando

durante la lectura del mismo a Pensamiento Positivo.

No es lo mejor, pero creo que es bueno, que es mejor que nada...

Espero que de alguna manera te sea útil.

“Los secretos de la mente millonaria” es un libro que he leído por varias razones. Primero porque me lo han recomendado dos amigos y eso ya es razón suficiente. También porque todo lo que tenga que ver con desarrollo personal suscita en mí un profundo interés. Y, desde luego, incrementar mi inteligencia financiera es un asignatura que, nos guste o no, hay que aprobar para vivir en nuestra sociedad.

Te dejo con algunos de los pasajes que más me han gustado de Los secretos de la mente millonaria, libro que te recomiendo. Salvo que seas multimillonario, claro. Aún en ese caso, no estaría mal que salieras a comprarlo como regalo. Seguro que alguien te lo agradecerá.

Por cierto, una declaración general antes de empezar con el resumen: Para mí, el dinero tiene que ser siempre una consecuencia por el trabajo bien hecho; nunca un fin en sí mismo. Una recompensa por el trabajo de dejar una huella significativa en este mundo. Creo en las empresas conscientes y en las personas conscientes que otorgan una especial atención a la forma en la que ganan el dinero. Para mí, prestar atención a la cuestión económica sin esta consideración previa carece en absoluto de sentido.

Dicho lo cual, vamos con las notas...

...

“No es lo que ignoramos lo que nos impide prosperar; lo que constituye nuestro mayor obstáculo es lo que creemos que sabemos y luego resulta que no es así”. Josh Bilings

“No basta con estar en el lugar adecuado en el momento justo; además hay que ser la persona adecuada en el lugar adecuado en el momento justo”

“Los pensamientos llevan a sentimientos, estos llevan a acciones y éstas a resultados”.

“Las investigaciones han demostrado que independientemente del tamaño de sus ganancias, la mayoría de las personas que ganan en la lotería al final acaban volviendo a su estado económico original, es decir, a la situación que les resulta cómodo manejar”.

“Principio de riqueza: si quieres modificar los frutos, tendrás que modificar primero las raíces”.

“La esfera física es simplemente una impresión de las otras tres.”

El dinero y la riqueza es un resultado. La salud es un resultado.

¿Qué oías en tu infancia sobre el dinero, la riqueza y la

gente rica?

CONCIENCIA, COMPRENSIÓN, DISOCIACIÓN, DECLARACIÓN...

1. Escribe todas las afirmaciones que oías acerca del dinero, la riqueza y la gente rica cuando eras niño.

2 Escribe cómo crees que hasta ahora han afectado dichas afirmaciones a tu economía.

3. ¿Te das cuenta de que esos pensamientos no son tú ni forman parte de tu anatomía?

4. Pon la mano sobre el corazón y di: Lo que oí acerca del dinero no es necesariamente cierto.

Puedes tener todos los conocimientos pero si tu patrón no está programado para el éxito, estás condenado a fracasar económicamente.

Si estás ahorrando tu dinero para cuando lleguen las vacas flacas, qué es lo que vas a tener... ¡Pues vacas flacas! Concéntrate en ahorrar para un día de júbilo o para lograr pronto tu libertad financiera.

No hay ningún pensamiento que viva en tu cabeza sin pagar alquiler...

El dinero es extremadamente importante en las áreas en las que funciona y extremadamente poco importante en las que no.

Deberes para casa que te prometo que cambiarán tu vida: en los próximos siete días te desafío a no quejarte en absoluto.

Si una persona no estuviese fracasando de algún modo, ¿tendría necesidad de culpar, justificarse o quejarse? La respuesta obvia es que no [...] No existe ninguna víctima que sea rica.

Hay una enorme diferencia entre estar cómodo y ser rico. Si tu meta es estar cómodo, probablemente no te hagas rico jamás. Pero si tu meta es ser rico, lo más probable es que acabes estando inmensamente cómodo.

Dígame algunos de los posibles aspectos negativos que podría tener el hecho de ser rico o tratar de hacerse rico

El valor es función de la cantidad, la calidad, la oferta y la demanda. El reto para la mayoría de las personas es la cantidad.

Anota cómo puedes solucionar los problemas a diez veces más personas de las que ahora abarcas en tu empleo o negocio.

Preparados, fuego, apunten! Prepárate lo mejor que puedas en el menor tiempo posible y pasa a la acción; después ve corrigiendo por el camino

Aprenderás más barriendo un restaurante y lavando platos que con diez años de investigación desde fuera.

Ve a una librería y lee una biografía de una persona extremadamente rica y próspera.

Los líderes ganan mucho más que los seguidores.

Nada tiene significado excepto el que nosotros le damos.

Si un roble de 30 metros de altura tuviese la mente de un ser humano, solamente crecería hasta una altura de tres metros! [...] Invéntate una historia nueva y mucho más productiva y vive en ella.

Si eliges cobrar por tu tiempo, estás cargándote casi todas tus probabilidades de obtener riqueza: jamás pongas techo a tus ingresos.

Con frecuencia, gastarte dinero que no tienes es consecuencia de gastar emociones que sí tienes. El hecho de gastar más de la cuenta no viene como consecuencia de tus emociones inmediatas, significa que surge de tu patrón del dinero.

Al principio de mis seminarios en vivo presento a la gente lo que yo llamo “las tres palabras más peligrosas”; esas palabras son “Ya lo sé”.

Eric Hoffer: Los que están aprendiendo estarán perfectamente

equipados para vivir en un mundo que ya no existe.

El objetivo de crear riqueza es cultivarte para cercar hasta convertirte en la mejor persona que puedas ser

Para cobrar la mejor paga debes ser el mejor

La gente rica consulta a personas que sean más ricas que ellos. La gente pobre consulta a sus amigos, los cuales están igual de arruinados que ellos.

Sergio Fernández

<https://www.pensamientopositivo.org/2010/11/10/361-los-secreto-s-de-la-mente-millonaria/>

Conversaciones con Dios