

ANDRÉS PÉREZ ORTEGA

MONETÍZATE

CÓMO GANARTE (BIEN) LA VIDA CON LO QUE ERES Y LO QUE HACES

PRÓLOGO DE CLAUDIO INACIO



TODO LO QUE NECESITAS SABER PARA CONVERTIR TU PASIÓN EN TU PROFESIÓN

Índice

Portada

Sinopsis

Portadilla

Prólogo

Introducción. Llega un momento en el que debes hacer algo

1. Lo que está ocurriendo

2. Encontrar tu idea «genial»

3. Monetizar tus cualidades y experiencia

4. Lecciones aprendidas de un PROFESIONAL en serie

Conclusión

Bibliografía

Créditos

Gracias por adquirir este eBook

Visita Planetadelibros.com y descubre una nueva forma de disfrutar de la lectura

¡Regístrate y accede a contenidos exclusivos!

Primeros capítulos
Fragmentos de próximas publicaciones
Clubs de lectura con los autores
Concursos, sorteos y promociones
Participa en presentaciones de libros

PlanetadeLibros

Comparte tu opinión en la ficha del libro
y en nuestras redes sociales:



Explora

Descubre

Comparte

SINOPSIS

Definitivamente los tiempos han cambiado. Los límites entre empleados, desempleados, autónomos, emprendedores, empresarios o freelances se están diluyendo. Hoy todos somos profesionales que vendemos nuestros servicios. Ya no tendremos un único «cliente» que nos pague una nómina, sino que debemos aprender a diversificar nuestras fuentes de ingresos. Esto implica un cambio enorme de mentalidad. Esta es una buena noticia si se gestiona adecuadamente. El libro explica cómo adquirir esa mentalidad y cómo convertirte en un nuevo tipo de profesional que dependa de sí mismo y que pueda construir su propio proyecto laboral.

Andrés Pérez Ortega

Monetízate

Cómo ganarte (bien) la vida
con lo que eres y lo que haces



Prólogo

Es agosto de 2018, estoy en el Algarve. Hace cuatro años estaba como tú hayas estado en algún momento: sin trabajo ni perspectivas de futuro. Hace cuatro años estaba en una playa mirando esas olas y pensando: ¿qué pasará en septiembre? ¿Qué haré para salir de esta situación? Había terminado una etapa. Una etapa de cuatro años, donde había invertido 30.000 euros en una carrera universitaria. Había sacado un grado superior, pero estaba sin trabajo y me sentía más perdido que nunca.

Hace cuatro años estaba en una playa buscando una luz... y esa luz vino leyendo un libro. A veces, un libro puede cambiar muchas cosas en nuestra vida. Yo, como posiblemente tú ahora, necesitaba ese empujón, ver nuevos horizontes y posibilidades. Y ese empujón vino con un libro de Andrés Pérez Ortega, *Marca personal para Dummies*, con el que aprendí lo importante que era para mí diseñar un plan de posicionamiento con el fin de convertirme en un profesional relevante, fiable y reconocido en el sector en el que deseaba trabajar.

Hace cuatro años aprendí que si sabes identificar y utilizar tus cualidades y fortalezas y lo mezclas con trabajo, constancia y una estrategia, podrás salir adelante. Y no como uno más, sino como alguien referente en tu temática. Hace cuatro años, un libro de Andrés hizo clic en mi cabeza. Y, como me pasó a mí, espero que este libro que tienes en tus manos te ayude a dar ese paso.

¡Monetízate! Es posible. Tú eres la clave de no depender de otros para salir adelante. No importa de dónde vienes ni lo que has hecho en el pasado, sino hacia dónde quieres ir o las metas que quieres alcanzar.

Gracias a saber sacar provecho a mis cualidades y fortalezas, cuatro años después, paso gran parte de mi tiempo laboral dando clases, conferencias en eventos y congresos de marketing digital, ayudando a otros profesionales a potenciar su marca personal, entre otras muchas cosas. Siento que he descubierto algo que me gusta hacer. Y lo mejor: me gano la vida con ello.

Pero esto no siempre ha sido así. Posiblemente como te ha ocurrido a ti, mi vida en los últimos veinte años ha pasado por diferentes etapas que me han ayudado a crecer como persona y como profesional. Algunas bonitas y otras no tan bonitas. Y para que veas que esto de trabajar por tu cuenta no es sólo para unos cuantos o para gente con suerte, te cuento mi experiencia hasta llegar aquí. No tenía idea de cómo iba a conseguir mis objetivos. Posiblemente te sientas identificado con mi historia en algún momento: de albañil de la construcción a community manager de Coca-Cola y Powerade.

Mi mayor sueño desde que era un niño pequeño era ser jugador de fútbol profesional. Vivía por y para jugar. Tenía claro que quería ser el mejor y vivir de ello. De los seis a los dieciocho años, mi vida giró en torno a este deporte. Me acuerdo de que mis padres siempre me decían: «Si eres bueno en algo y trabajas mucho, verás cómo lo lograrás». Pero a los dieciocho años, la vida me mostró la cruda realidad. No basta sólo con querer o ser bueno, necesitas algo más: suerte, es decir, que alguien te vea, que te encuentres en el momento y el sitio adecuado, entre otras muchas cosas. Y así, a los dieciocho años, mi sueño como futbolista empezó a derrumbarse. Pasé de tener un futuro prometedor en el equipo principal donde jugaba a quedar relegado a un segundo plano, por una decisión externa a mí. No tuve más remedio que empezar a trabajar con mi padre de ayudante de albañil para seguir jugando y pagar mis gastos. La alegría desapareció de mi ser durante los dos años que trabajé en la construcción. Era algo que detestaba, pero tenía que hacerlo: no había mucho más en lo que trabajar durante aquellos tiempos.

Mi sueño continuaba siendo el fútbol, y sabía que tenía que seguir intentándolo. Por eso, fui probando otros empleos que me permitían una cierta conciliación mi pasión, y como el de albañil era un trabajo muy duro físicamente, opté por buscar otros: transportista, controlador de productos industriales, etc. Hasta que con veintiocho años, viendo que ya no iba a ser Cristiano Ronaldo y que necesitaba dar otro empujón a mi vida, decidí dejarlo todo (familia, sueño, amigos) y emprender la mayor aventura de mi vida: dejar mi Portugal natal y mudarme a Madrid para labrarme un futuro mejor.

Las cosas en Madrid no fueron fáciles, nada fáciles. Comencé a trabajar de ferretero. No sabía nada del sector y el idioma era un gran hándicap (porque una cosa es hablar un idioma convencional y otra muy distinta es tener que saber más de 10.000 términos técnicos en un idioma nuevo y para qué servían), pero necesitaba dinero para poder seguir en Madrid.

Pasados unos años, gracias a la crisis (es verdad, por absurdo que parezca decirlo, la crisis me ayudó a emprender este camino), decidí estudiar el Grado de Turismo y hacer algo más por mí que apostar por otro trabajo similar. Gasté todos mis ahorros en esta carrera, pues pensaba que era una oportunidad única para conseguir algo. Di lo mejor de mí. Terminé el grado con media de 9,5. Tenía treinta y cuatro años y en esos momentos mi manera de ver la vida era distinta a la que tengo ahora. Los palos te hacen crecer y ver que la vida no es un camino de rosas. Yo pensaba: «Si doy lo mejor de mí y consigo buenas notas, apuesto que lograré una buena oportunidad laboral...», pero lo mejor que conseguí fue trabajar en una agencia de viajes online. Sí, era un trabajo, pero estaba muy lejos de lo que imaginaba que iba a lograr con tanto esfuerzo. No obstante, en la agencia de viajes descubrí la figura del community manager. Busqué en internet un curso y encontré el de AulaCM, el inicio de algo que iba a transformar mi vida laboral.

Ese verano, me fui de vacaciones y sin empleo, pero pensando que a la vuelta comenzaría el curso de CM, y aquel verano fue cuando leí el libro de Andrés que mencionaba antes. Todo ello resultó en lo que yo llamo el «efecto clic» de mi carrera

profesional. Descubrí lo que era la marca personal, un blog y que podría hacer algo por mí mismo sin tener que estar esperando que alguien me diera una oportunidad. Todo lo que aprendí con ese libro tumbó muchas de las creencias sobre el mundo laboral que me habían inculcado desde pequeño. Empecé a ver que existía otra forma de hacerme valer como profesional.

Terminado el curso, abrí mi blog. Aprendí cómo mostrar mis habilidades y fortalezas a aquellas personas que me interesaban. Y aquí, amigo mío, todo empezó a cambiar. Crear un blog y obtener visibilidad no es fácil. Hay mucho trabajo duro detrás, horas interminables delante de una pantalla y una constancia infinita. Pero te aseguro que merece la pena, y mucho. Gracias a trabajar mi marca personal y al blog conseguí mi primer trabajo. Algo que no me podía creer. Pasé de estar en el INEM esperando malas ofertas de trabajo a que me contactara Coca-Cola y a ser community manager de esta empresa y de Powerade.

Sin embargo, mi historia no termina ahí: sólo fue el inicio. Como habrás visto, mi vida ha sido un no parar, pero creo que estaba buscando algo especial y tenía que seguir intentándolo. Quería vivir de lo que me apasionaba y necesitaba seguir buscándolo. Dejé mi trabajo en Coca-Cola y comencé a ser el community manager de Raiola Networks, y centré todos mis esfuerzos en crear una estrategia para hacer crecer mi blog y mi marca personal. Creía que eso sí me llevaría a mi gran objetivo: vivir de lo que me gustaba y ser un profesional reconocido en mi sector.

La felicidad es para los valientes. Y hoy puedo decir que lo soy a nivel profesional. Ha sido un camino duro, es cierto, pero igual de apasionante por todo lo que descubrí en el proceso. ¡No se trata de dónde vienes, sino a dónde quieres ir! Todos tenemos una historia y ésta es la mía. ¿Serás el siguiente en contar una historia de éxito?

Éste es un libro que te va ayudar a replantearte el mundo laboral y a cuestionarte si realmente haces lo que te gusta. Un libro escrito por alguien que dejó atrás su trayectoria profesional para centrarse en lo que le apasionaba, y que hoy día es un experto en su campo. Por eso, no te tomes sus consejos a la ligera: son verdaderos y funcionan, porque no son teoría, sino resultado de probar y errar.

Hace cuatro años estaba como tú estás posiblemente ahora: de vacaciones y sin perspectivas de futuro, pero tenía un libro entre mis manos, COMO TÚ AHORA, que cambió todo.

Aprovéchalo y disfrútalo.

Algarve, agosto de 2018

Claudio Inacio Russo
www.claudioinacio.com
[@cinacio06](https://twitter.com/cinacio06)

Introducción

Llega un momento en el que debes hacer algo

QUIÉN ME MANDA METERME EN ESTO

Es toda una experiencia vivir con miedo, ¿verdad? Eso es lo que significa ser un esclavo.

ROY BATTY. Replicante de *Blade Runner*

Basado en hechos reales

Año 2004. Penúltimo jueves de febrero. Se acerca a mí (minúsculo) despacho el director de la empresa en la que trabajaba. El hombre hace el esfuerzo de venir personalmente para decirme que quiere reunirse conmigo al día siguiente a primera hora. Como el viernes tengo una auditoría en la fábrica, le pido que no espere para decirme lo que sea. Tiene que comunicarme algo. La empresa no va bien, y como ha habido algunos despidos ese «algo» es fácil de adivinar: me comunica que ése será mi último mes en la compañía. No puedo decir que aquello fuese un disgusto ni que no lo viese venir. Más bien estaba deseando ese desenlace desde hacía tiempo, pero como no tuve el valor para tomar la decisión que ese director general tomó por mí, aquello fue una liberación.

Aunque mi trayectoria profesional iba bien en el sentido tradicional (ése que esperan nuestros padres), me parecía cada vez más deprimente ir cada día al mismo despacho/cubículo. Secretamente deseaba ese despido porque no tenía valor para renunciar. Y, algo peor, no quería enfrentarme a los reproches y los consejos bienintencionados de familia y amigos por dejar un «buen» puesto.

¿Por qué tenía miedo de renunciar? Para empezar, casi me olvido de que nunca quise un empleo (mamá, no me lo tengas en cuenta). Nunca quise cambiar mi libertad por un puñado de pesetas primero y de euros después. Nunca me ha gustado obedecer órdenes, y, todavía menos, obedecer peticiones muchas veces absurdas de jefes tan desilusionados como yo. ¿Cómo acabé así? Supongo que, como mucha gente, en algún momento, me centré en ejecutar los planes de otras personas y me olvidé de seguir los míos a cambio de una nómina cada mes. Caí en la trampa de la seguridad. Ya sabes, conseguir un empleo ¿fijo?, tickets restaurante y una cesta en Navidad.

Cada empleo de los que tuve hasta aquel jueves de febrero parecía ilusionante al principio, pero, al cabo de pocos meses, esos trabajos cada día más importantes y mejor pagados me hacían sentir que estaba perdiendo mi vida en lugar de ganármela. Ya no era mi estrategia para alcanzar objetivos sino la de otras personas. Durante quince años y hasta aquel momento había trabajado en multinacionales de petróleo, distribución, alimentación y bebidas, teleco e investigación de mercados. Pero había llegado el momento de volar solo.

Hacía tiempo que me rondaba por la cabeza que no quería trabajar para pagar facturas y seguir la misma rutina año tras año. Supongo que a todos nos llega un momento en que sentimos que debemos hacer algo, que el tiempo y las oportunidades se acaban. Quería disfrutar de mi familia y no preocuparme por el tiempo y el dinero. Siempre quise ir a mi bola, ser un trabajador por cuenta propia, un agente libre, pero ¿quién no sueña alguna vez con no recibir órdenes?

Ese día entendí que ya no hay caminos lineales. Que los planes de carrera son reliquias del pasado reciente. Que debemos pensar y actuar como profesionales independientes capaces de generar ingresos sin seguir una trayectoria monolítica ni depender de una única fuente de ingresos. Aquel día, bueno, un poco más tarde, decidí que me dedicaría a aplicar lo que había aprendido en el mundo de la empresa para ayudar a los profesionales a gestionar su trabajo como un negocio. Y, sobre todo, a reducir al mínimo la dependencia de decisiones ajenas.

Siempre he querido hacer lo que me da la gana. Otros desean acumular dinero, pero mi prioridad era, y es, la libertad de manejar mi tiempo, tomar mis decisiones y escoger mis objetivos. Libertad de desaparecer unos días sin miedo a que no le encajasen en el cuadrante de vacaciones al responsable del departamento de turno. Libertad para elegir mi actividad, lo que quiero cobrar por lo que apporto o rechazar proyectos de clientes que no me interesan o que no casan con mis valores. Y no recordé todo eso hasta que me dieron el empujón (gracias de nuevo, jefe). Parece que deba ocurrir una desgracia para despertar y descongelar ese propósito que todos tenemos.

En realidad, no planeé desvincularme de las empresas, simplemente no quería seguir recortando costes ajenos exprimiendo a los proveedores o ayudar a hacer crecer a organizaciones que nada tenían que ver conmigo. Aquel momento fue el punto de inflexión.

Cuando ganarse la vida se convierte en perderse la vida

Aquella tarde de febrero de 2004 tenía treinta y siete años y hacía tiempo que había perdido la ilusión en mi trabajo. ¿Te imaginas lo que significa pensar que te quedan treinta años de vida laboral hasta jubilarte (suponiendo que puedas hacerlo)? Claro que te lo imaginas. Lo veo en la cara de muchas de las personas que asisten a mis conferencias y talleres.

Muchos profesionales, especialmente los de mi generación (tengo cincuenta y uno al escribir estas líneas), hemos estado tan ciegos pensando en lo que TENÍAMOS que hacer que no vimos que nuestro trabajo ya no era lo que nos dijeron que sería. Recortes presupuestarios, jornadas interminables, desaparición de compromiso por ambas partes. Y lo peor de todo, llegar a casa cada noche transmitiendo ese estado de ánimo a la gente más cercana.

La buena noticia es que hay alternativas. Hay formas de escapar de eso que algunos llaman «carrera profesional» y que han definido otros. Lo que algunos consideran estabilidad profesional no sólo se volvió inestable hace mucho, sino que se ha convertido en una pesadilla. Hoy escribo este libro como el profesional independiente en que me convertí (o me convirtieron) aquella tarde de febrero.

Cómo me convertí en un PROFESIONAL

Hoy estoy en San Juan (Alicante), en el porche de la casa que compré mucho antes de que me «liberasen». Ya sé que suena a tópico de vendehúmos que va a prometerte hacerte rico. Pero este libro no va de eso. Ni mucho menos. Ni siquiera pretendo convencerte de que dejes tu empleo (si lo tienes) y te conviertas en emprendedor, autoempleado o profesional independiente de la noche a la mañana.

Sí, escribo este libro desde la playa (bueno a quince minutos andando). No es Bali ni Tailandia ni ninguna playa exótica. Ni puñetera falta que hace. Es el sitio en el que he escrito tres de mis cuatro libros anteriores. Pero igual podría ser la casa del pueblo de tus padres, el chalet de los suegros en la sierra, el apartamento de unos amigos en Mazarrón o el cuarto de estar de tu casa. No pretendo venderte la idea de que, en poco tiempo y sin apenas esfuerzo, puedes ser millonario y trabajar en un entorno paradisiaco al otro lado del planeta. Además, estoy cansado de recetas milagrosas que te prometen la tan cacareada libertad financiera, o incluso vivir sin trabajar antes de los treinta.

Lo importante no es el sitio, sino el tiempo y la libertad. La posibilidad de organizar tu vida como te parezca o retirarte unas semanas a hacer algo que te gusta y que te genera ingresos sin tener que dar explicaciones a nadie. Mi intención es contarte que hay vías alternativas o complementarias al empleo para ganarte la vida y que te permiten ser cada día menos empleodependiente. Pero sobre todo quiero animarte a experimentar con tus propias ideas y proyectos que puedes poner en marcha en pocas semanas o incluso días. Lo que te voy a explicar no es cómodo. Requiere esfuerzo y encontrar un tiempo que cada día es más escaso. Pero si lo gestionas bien los resultados pueden ser muy satisfactorios. Mi propósito es darte opciones y herramientas para que consigas autonomía, independencia y libertad personal y profesional y, sobre todo, dejar de vivir con miedo... como los replicantes de *Blade Runner*.

Quién soy yo para hablarte de libertad

Aquella tarde de febrero decidí ayudar a gente como tú y yo a buscar fórmulas alternativas de generación de ingresos. A posicionarte como referente en tu sector para sobrevivir en un entorno tan complicado como el actual. Mi trabajo, como dice mi amigo Guillem Recolons (www.guillemrecolons.com), consiste en «sacar brillo» a los buenos profesionales y rentabilizar, monetizar, sus cualidades.

Mi período profesional más estable y estimulante empezó cuando me liberé de eso que llaman contrato indefinido y diseñé un proyecto para dedicarme a lo que me apetecía. Pero mi idea no es forzarte a elegir, sino ayudarte a compatibilizar y gestionar varios proyectos profesionales al mismo tiempo... incluido un empleo (si lo tienes).

No soy licenciado en empresariales, soy químico agrícola y tengo un MBA como tantos otros de mi generación. Ni siquiera tengo un posgrado en marketing o finanzas. Tampoco he creado una empresa en el sentido clásico. Mi vida ha sido completamente normal. Incluso aburrida. He tenido altibajos, momentos mejores y peores, pero no me puedo quejar. La mía no es una familia adinerada. Mis padres, como los de tantas familias de clase media de las décadas de 1970 y 1980, han luchado por salir adelante y dar lo mejor a sus hijos con gran sacrificio. Así que, a diferencia de algunos autores, especialmente anglosajones, no puedo «presumir» de terribles dramas personales y de increíbles historias de superación dignas de una película de domingo por la tarde. Estoy cansado de los que utilizan sus dramones (auténticos o exagerados) para dar lecciones morales o para convertir en categoría una situación personal muy particular. Este libro tiene un componente de superación personal, sí, pero de la que podemos afrontar cualquiera de nosotros a lo largo de una existencia normal.

He publicado cuatro libros y decenas de artículos. He impartido multitud de talleres y conferencias. He asesorado a muchos empleados, emprendedores, desempleados o autónomos para que les valoren como se merecen. Así que entenderás que no he hecho muchos amigos en los sectores más casposos de los recursos humanos.

Utilizo herramientas como el marketing personal, el branding personal, internet, el autoanálisis o la creación de modelos de negocio para aumentar el valor y las opciones de los profesionales. He orientado y mentorizado a centenares de personas de todo tipo, edad y situación laboral a la hora de iniciar sus propios blogs, publicar libros, lanzar sus canales de vídeo, diseñar estrategias y posicionarse como referentes. Algunos han tenido éxito en sus proyectos, otros no, pero todos ellos han aprendido por el camino y yo con ellos. Este libro es el resultado de decenas de libros y artículos leídos y escritos. De horas y horas de seminarios como ponente y como asistente. Pero lo más importante es que llevo más de una década estudiando y aplicando la ingeniería inversa a centenares de pequeños negocios. He visto como mis enfoques y propuestas han ayudado a mejorar, progresar y trabajar en lo que les gusta a profesionales que buscan caminos alternativos. Pero ya sabes, en casa del herrero cuchillo de palo, y no siempre me he aplicado mi

propia medicina. No te voy a engañar, yo he sido el primero en tener que aprender a generar ingresos con lo que hago porque estoy trabajando con muchos conceptos y enfoques nuevos que todavía nadie había desarrollado a fondo cuando empecé.

He tardado en darme cuenta de que si tienes una idea, ilusión, una historia, una forma de mejorar algo y algunas cosas más, puedes vivir de ello o, al menos, tener unos ingresos que pueden ser un salvavidas o un medio para sentirte más libre. Al final, he aprendido a hacer cosas de un modo más eficaz, menos estresante y, sobre todo, más rentable. He descubierto cómo ser más libre a la hora de elegir mis proyectos. He puesto (y ayudado a poner) en marcha muchas ideas. Unas han funcionado y otras no tanto. Pero cada una de ellas me ha enseñado a arrancar y desarrollar un proyecto profesional.

En este libro quiero ayudarte a rentabilizar económicamente (o monetizar, como se dice ahora) tu credibilidad, cualidades y experiencia.

NO TE VOY A CONTAR NINGÚN «SECRETO» INFALIBLE

Tenemos dos vidas, y la segunda comienza cuando nos damos cuenta de que sólo tenemos una.

CONFUCIO

No voy a contarte

cómo hacerte rico en poco tiempo

Antes de seguir, quiero insistir en que éste no es un manual para hacerte rico. No digo que no llegues a conseguirlo si ése es tu propósito, tienes una idea valiosa, trabajas duro y bien y te acompaña la suerte. Mi intención es guiarte para que puedas comprar tu libertad con tus cualidades, experiencias y trabajo. Mi compromiso contigo es que, si trabajas las opciones que te propongo y creas las tuyas propias, podrás dar un gran paso adelante para lograr tus objetivos profesionales y utilizar esos resultados para tener una vida mejor. Seguro que no te estoy descubriendo nada que no sepas. Esto no va de secretos místicos de ésos que entusiasman a quienes esperan que el universo o algún ente sobrenatural resuelvan sus problemas sólo con pensarlo.

Debo confesarte que hay algo que me chirría en ciertos conceptos que circulan por internet como ingresos pasivos, ganar dinero mientras duermes y cosas parecidas. En lo que te voy a explicar no hay nada de pasivo. Y si generas ingresos mientras estás en la cama, es porque has trabajado mucho durante el tiempo de vigilia.

Si estás realmente preparado para gestionar tu propio proyecto y pagar el precio correspondiente, sigue adelante. Si no es así, busca a alguien que esté dispuesto y regálale este libro.

No voy a venderte ideas irrealizables ni voy a crearte expectativas poco realistas sobre cómo tener éxito sin esfuerzo. Lo que voy a hacer es guiarte a través de la ruta más eficaz y honesta para rentabilizar tu experiencia y tus cualidades y crear oportunidades

para generar ingresos alternativos. Mi propuesta no incluye secretos infalibles, atajos ni trucos. No te voy a pedir que te pases el día haciendo ejercicios de visualización ni que te mires al espejo soltando frases motivadoras. Si eres de los que piensan que vas a conseguir que te paguen simplemente por pensarlo con mucha fuerza, deja este libro ahora mismo. Tampoco voy a explicarte cómo trabajar poco, sino cómo trabajar mejor y obtener más rentabilidad de lo que te hace valioso. El objetivo no es hacerte rico rápidamente, sino sentar las bases para que otras personas valoren lo suficiente lo que ofreces como para pagarte lo que mereces.

Te aviso: el camino es duro. No te prometo unicornios y ni arcoíris profesionales. Algunas (o muchas) noches dormirás poco o mal porque estarás dando vueltas a tus proyectos. Tendrás la cabeza en otra parte mientras los demás se divierten. Pero cuando decides pensar como profesional libre es muy difícil que alguien consiga convencerte de que el cubículo es tu única alternativa. Ese día comprenderás que éste es un camino sin retorno.

Puedes ganar dinero para crear la vida que quieres, y puede suceder más rápido de lo que piensas, pero no ocurrirá de la noche a la mañana. No se trata de llenar tu cabeza con fantasías de dinero caído del cielo o una especie de gordo de la lotería que te haga rico mañana. Tendrás que trabajar para ello, pero ese trabajo puede y debe ser divertido y será insignificante en comparación con la recompensa. Créeme, sé lo que te digo.

Si eres Elon Musk, Florentino Pérez

o Amancio Ortega, este libro no es para ti

Desde muy pequeño he disfrutado leyendo biografías y viendo documentales sobre personas que han alcanzado sus objetivos. He aprendido a modelar (o, al menos, a perfilar) las estrategias de profesionales a los que les ha ido bien en sus proyectos. Modelar significa que, si quieres conseguir algo, debes encontrar a quienes lo hayan hecho antes que tú, averiguar qué elementos comunes hay entre ellos, probarlo y quedarte con lo que funciona.

Pero también quiero decirte que no voy a convertir este libro en una colección de ejemplos ajenos, y todavía menos de emprendedores de éxito de Estados Unidos. No me entiendas mal, me encanta la filosofía empresarial de los estadounidenses, pero, como lector de libros de empresa y de desarrollo profesional, siempre he tenido la sensación de que muchas de esas historias dan una visión parcial, en una coyuntura muy concreta y que obvian datos importantes. Leer una historia de un tipo de Wisconsin que se hizo rico vendiendo camisetas puede ser interesante, pero sus circunstancias son irrepetibles. Y cuando esos casos de éxito se refieren a proyectos que han acabado facturando millones de euros, entonces son más desmotivadoras que estimulantes, por lejanas e inalcanzables.

Un típico libro de negocios o un documental de temas empresariales suele incluir uno o varios perfiles de algún empresario famoso, alguna celebridad o una persona que ha triunfado. Se suelen analizar ciertos hábitos y algunos aspectos de la personalidad de esas personas para acabar extrapolando y sacando conclusiones generales sobre lo que hay que hacer. Los blogs y las revistas están llenos de artículos de consejos y listas de recomendaciones que nos explican «cómo invertir como (pon aquí el millonario que prefieras)» o «cómo dirigir como (pon aquí el directivo que te apetezca)». Si tienes centenares o miles de euros, podría interesarte, pero, para el resto, quizá sería más útil conocer formas de generar cifras más «humanas» de ingresos.

Este tipo de historias nos transmiten que si nosotros también hiciéramos X, Y y Z, tendríamos el mismo éxito que Amancio Ortega, Florentino Pérez, Juan Roig o cualquier otra figura empresarial relevante. Pero ¿sabes qué? Pues que el problema de esos consejos es que lo que funciona para Ortega, Pérez o Roig no necesariamente funcionará para nosotros. No somos ellos, ni tampoco Penélope Cruz, futbolistas de élite ni ningún otro famoso. No somos multimillonarios con dinero de sobra para invertir ni tenemos miles de personas trabajando para nosotros, preparadas para hacer lo que pidamos. Por ejemplo, en todas las biografías de Steve Jobs que he leído coinciden en que era un visionario genial pero también que era bastante insoportable, por decirlo suavemente, con su gente. ¿Ése es tu modelo a seguir?

Como la mayoría de nosotros no somos ninguno de ellos, no podemos limitarnos a aplicar simplemente las mismas tácticas y esperar resultados similares. Necesitamos pensar por nosotros mismos y elegir nuestras propias acciones. Creo que uno de los factores de éxito de una idea es que tenga en cuenta la personalidad y las circunstancias de su impulsor y no se limite a imitar a otros en cada detalle.

Te pido que confíes en mí y aceptes que en este libro he extraído y reunido los elementos comunes de cada experiencia, propia y ajena, que he gestionado. He encontrado patrones que hacen que esas estrategias tengan éxito y también lo que lo impide. Ése es mi trabajo y ése es el valor que pretendo aportar. Así que, en lugar de llenar este libro con ejemplos de otros, prefiero centrarme en proporcionarte opciones y transmitirte una forma de pensar y actuar desarrollada durante años, primero como empleado y luego como independiente.

Al participar en la creación, desarrollo y puesta en marcha de muchos pequeños o grandes proyectos unipersonales, he visto como muchos de ellos han fallado. Pero es que este libro no es de gente que ha tenido éxito siempre. Es de personas que arriesgan, tienen éxitos y fracasos, y siguen, seguimos, intentándolo.

Quiero animarte y ayudarte a que también te lances a encontrar el modo de subsistir primero y progresar después valiéndote de tus cualidades y experiencia. Hay miles de personas anónimas que han puesto en marcha con éxito sus proyectos siguiendo esta forma de entender el trabajo, especialmente en la última década. ¿Por qué no seguir su camino?

A los lectores de mis libros anteriores

Desde aquel año 2004, he trabajado ayudando a muchos profesionales a aumentar su valor y sus opciones desarrollando métodos para gestionar su marca personal y sus estrategias de posicionamiento.

Mis libros anteriores *Marca personal*, *Expertología*, *Te van a oír* y *Marca personal para Dummies*, decenas de artículos, centenares de publicaciones en mi blog (www.andresperezortega.com), gigas y gigas de contenidos en todos los formatos posibles y montones de cursos y talleres han estado centrados en estrategias para dejar huella. Sin embargo, hasta hace relativamente poco, no he sido consciente de que todo eso es necesario pero no suficiente para sobrevivir y progresar en el entorno actual. Es estupendo ser conocido y reconocido como un experto en tu campo, pero no sirve de mucho si no te ayuda a generar ingresos y a tener la vida que deseas.

Este libro empieza ahí, justo donde los demás y yo mismo nos habíamos estancado. Es el momento de sacar el jugo a tu prestigio, a tu valor profesional. En este libro no te voy a explicar cómo desarrollar tu marca personal sino cómo monetizarla. Este libro va de vender lo que sabes para comprar tu libertad.

1. Lo que está ocurriendo

LO QUE ESTÁ OCURRIENDO

Trabajar para otra persona no te sacará de la pobreza.

DAN MILLER

Un poco de historia

Cuando explico a la gente que «tenemos que buscarnos la vida, sí o sí», y me responden que eso que digo no es para todo el mundo, que no todos pueden ser autónomos o emprendedores, les digo que lo raro, lo atípico, es lo que están haciendo ellos. Lo que no tiene sentido es depender sólo de la búsqueda de empleo. Básicamente porque no nos queda otra.

La mayoría de la gente en el mundo desarrollado trabaja para empresas, grandes y pequeñas, pero se nos ha olvidado que el empleo es un concepto relativamente nuevo en la historia.

Los primeros humanos sobrevivieron como cazadores y recolectores y tuvieron que encontrar formas de mantener a sus familias usando su ingenio, sudor, palos y piedras. Y nadie les daba órdenes. Al crearse clases sociales y asentamientos permanentes, llegaron los jefes pero también los emprendedores, aunque no se llamaban así. La gente trabajaba la tierra para alimentarse y alimentar a sus familias. Si la cosecha de un año era especialmente abundante, podrían intercambiar sus productos excedentes por otros que necesitaban. Eso dio lugar a los mercados y a un nuevo profesional, el comerciante. Eran personas especialmente dotadas para vender, intercambiar y comerciar. Desarrollaron nuevas formas de obtener beneficios haciendo de intermediarios de bienes creados por otras personas. Con la llegada de las grandes organizaciones, la cosa cambió. En el siglo XVII, la Compañía Holandesa de las Indias Orientales se convirtió en una compañía autorizada y, según muchos expertos, en la primera multinacional de la Historia. Otros negocios comenzaron a imitar su comportamiento, intentando construir organizaciones que rivalizaban con gobiernos de pequeños países. Con la revolución industrial, la gente se mudó a las ciudades para trabajar en las fábricas, que eran algo así como el germen de la oficina moderna. La idea era incorporar personas al menor coste posible para que desempeñasen un trabajo muy definido y mecánico. Realmente eran «recursos humanos».

A fines del siglo XX, nueve de cada diez personas tenían un empleo y ni se les pasaba por la cabeza algo diferente para ganarse la vida. Hace algo más de un siglo, el 90 por ciento de la gente no tenía un empleo. Hace poco más de cien años, nueve de cada diez personas no eran asalariados. Pero en el siglo XX, se sacrificó la libertad personal y el trabajo independiente por una falsa estabilidad y seguridad.

Ahora los vientos están cambiando de dirección. Los empleos desaparecen o dejan de proporcionar lo necesario para vivir dignamente y hay cada día más gente buscando alternativas para complementar sus ingresos. Hoy, casi el 30 por ciento de la fuerza de laboral mundial trabaja por su cuenta. Y en los países occidentales está creciendo cada día.

La novedad está en lo rápido que se puede crear hoy un negocio y llegar a los clientes. Hoy día, el proceso de lanzamiento es más rápido y barato que nunca. Pasar de la idea al inicio de tu proyecto puede necesitar menos de un mes y costarte un par de cientos de euros. Te lo digo porque lo he vivido en mis carnes y en la de la gente a la que he asesorado. Por tanto, los negocios personales existen desde el principio del comercio, sólo que hoy es más fácil empezar.

Éste no es un fenómeno único del mundo occidental. En África y Asia, desde siempre, muchas personas trabajan como compradores y vendedores en una economía informal. Puede que no sean blogueros o desarrolladores de aplicaciones móviles (aún), pero saben encontrar el modo de utilizar lo que tienen. No hay más que ver lo rápido que se buscan la vida los profesionales de esos países cuando llegan a Europa.

Nacimos libres pero nos convirtieron en empleados. Cuando vivíamos en cuevas, todos trabajábamos por cuenta propia. Ahí es donde comenzó la Historia. Cuando llegó la civilización acabamos con eso y nos convertimos en «trabajadores» porque nos lo inculcaron. Nos olvidamos de lo que fuimos. Así que el concepto de empleo se limita a los últimos cien años de historia humana. El empleo no va a desaparecer de la noche a la mañana, pero los cambios en el mundo del trabajo se están acelerando. Mi intención es darte pautas para que estés preparado para eso.

Mi propósito es que volvamos a ese estado natural de jugador, cazador, explorador, comerciante. Mi intención es echarle una mano si estás dando tus primeros pasos para hacer realidad tus ideas y tus negocios. Hay un mundo lleno de ideas que puedes desarrollar y te sorprenderás de lo rápido y fácil que puede ser lograrlo.

Todos los empleos son temporales

No puedes conectar los puntos mirando hacia delante; sólo puedes conectarlos mirando hacia atrás.

STEVE JOBS

Aunque perder un trabajo nunca es divertido, me enseñó un par de lecciones. La primera es que el problema no es el empleo, sino la falta de ingresos. Cuando te quedas en la calle, lo urgente no es encontrar un trabajo asalariado sino alguna forma de generar ingresos para pagar facturas. La segunda es que ya no existe la seguridad de tener un trabajo. La percepción de lo que es arriesgado y lo que es estable ha cambiado radicalmente. La seguridad en el trabajo es una idea rancia, un lujo que la mayoría de la gente de hoy no disfruta, tanto si son conscientes de ello como si todavía no se han dado cuenta. Muchos de los empleos que desaparecieron en la última crisis no van a volver.

Antes había dos opciones: o trabajabas para otro o te arriesgabas a montártelo por tu cuenta. Hoy, trabajar para otros puede ser la opción más insegura. Limitarte a trabajar para un solo empleador/cliente es más arriesgado que diseñar un camino profesional con varias opciones. Hay que empezar a entender que, si la empresa en la que ocupas un puesto te despide, entonces pierdes tu único «cliente», mientras que, si vas por libre, perder un cliente sólo implica perder una parte de tus ingresos.

Mi propuesta con este libro es que tomes lo mejor de ambos mundos, que consideres un empleo como un proyecto más y sin romper con todo lo que has conseguido hasta ahora. Creer que un empleo a tiempo completo es seguro es de locos. Hay excepciones, por supuesto, como sacar unas oposiciones para alguna de las múltiples administraciones, pero a la mayoría de la gente una llamada de su jefe es lo que los separa de quedarse en la calle. Es curioso, pero hoy podríamos decir que hay pocas cosas más impredecibles que la seguridad de un empleo. Como ya te he dicho, mi intención no es que pases de un estado a otro, sino que busques el modo de encontrar ingresos alternativos que puedas combinar con tu puesto actual y, quizá, mañana, si quieres y lo consideras apropiado, puedas eliminar por completo la opción «empleo».

La «carrera profesional» está muerta

Una vez vi lo siguiente como definición de carrera profesional: «Una profesión para la cual te preparas y que se lleva a cabo como una vocación permanente». Me temo que eso ha perdido mucho o todo su sentido. Conozco pocas personas con una «carrera» en la actualidad. Conozco personas con trabajos, proyectos y empleos, pero dudo de que ninguna de estas personas considere que lo que hace para llevar un sueldo a casa es el «trabajo de su vida» o una «vocación permanente». Eso suena a tiempos más tranquilos. Por otra parte, creo que hoy es imposible encontrar ninguna empresa dispuesta a comprometerse a mantenerte en plantilla hasta que te jubiles.

Para mi generación (nací en 1967, así que debo de ser de la Generación X) había una trayectoria profesional estable, basada en una formación proporcionada por una institución reconocida. Una carrera no implicaba «vocación» o pasión. Simplemente era algo que elegías o te elegían para ser un hombre o mujer «de provecho». Era un subproducto de la industrialización. Pero los días en los que se podía planear toda una

carrera profesional han terminado. No tiene demasiado sentido planificar cada detalle de tu vida para dentro de cinco años. Piensa en lo que estabas haciendo cinco años atrás: ¿podías haber previsto dónde estarías hoy?

La palabra *carrera* en sí misma está muerta, es como retroceder a una época que no volverá. Aunque a algunos les desagrade la idea, lo cierto es que nos dirigimos hacia una economía de proyectos. Una carrera profesional en el momento actual no es más que una serie de puntos entre los que moverse. El reto ahora es estar activos, permanecer alerta y tratar de unir esos puntos u oportunidades que aparecen ante nosotros. Al aprender a conectar los puntos mirando hacia atrás y luego hacia delante, podemos mejorar las conexiones profesionales sobre la marcha, sin esperar demasiado hasta que nos quememos, nos sintamos infelices o nos veamos forzados a cambiar.

Como nos han metido en la cabeza que somos nuestro trabajo, estos cambios pueden ser traumáticos si no tienes una estrategia para manejarlos. Por eso tanta gente considera que, al perder un empleo, pierden su identidad con él. Pero no es así. Quiero convencerte de que tu valor como profesional va mucho más allá de un contrato en una organización.

Las trayectorias profesionales ya no son lineales. Las carreras ya no son 1D, sencillas, ascendentes y predecibles, como una escalera. Ahora son 3D, modulares, personalizables y dinámicas, como un teléfono inteligente. Nuestra educación y nuestra cultura son como el sistema operativo que nos han instalado. Pero ahora nos corresponde a nosotros descargar las «aplicaciones», habilidades, intereses, experiencias y educación que queremos y necesitamos.

Entiendo que a muchos de los que viven felices en un empleo todo esto les genere desasosiego y quieran que todo vuelva a ser como antes. Pero si eres uno de ellos, ve quitándotelo de la cabeza.

Trabajar para otros no es rentable ni seguro

Cuando explico que tenemos opciones alternativas para monetizar nuestras cualidades, muchos me dicen que es muy difícil que la mayoría de la gente sea capaz de sobrevivir sin un contrato. Me argumentan que esto de que alguien te pague por tu trabajo si no estás en una empresa es algo para unos pocos y además es muy arriesgado. Sin embargo, no se dan cuenta DE que hay muchos profesionales excelentes que tienen un empleo y que no ganan lo que merecen. Da la sensación de que la razón por la que se han multiplicado las empresas con la filosofía de «bajo coste» es porque el *low cost* eras tú. Conozco muchos profesionales de primer nivel que apenas ganan una mínima parte de lo que valen. Hemos llegado a un momento en el que, aunque seas muy bueno en lo tuyo y por mucho prestigio que hayas logrado tras años de trabajo en tu sector, puedes acabar ganando mucho menos de lo que mereces.

Internet y la globalización nos permiten ser conocidos y reconocidos por mucha gente, pero, para una gran cantidad de profesionales, eso no ha servido de mucho. Parece que ser bueno en lo tuyo y hacer un gran trabajo cada día está menos relacionado con lo

que vas a ganar. Cada día que pasas en el trabajo tienes más experiencia, aprendes más cosas, desarrollas nuevas habilidades y conoces más gente. Es decir, que tu valor aumenta cada día. Sin embargo, tu salario apenas se mueve. Hemos llegado a creernos que, como empleados, merecemos menos dinero del que valemos (excepto algunos altos directivos), por lo que acabas convenciéndote de que sólo vales lo que estén dispuestos a pagarte. Aceptas que tu techo profesional es lo que cobras a final de mes. Y no sólo eso, sino que si deciden que tu puesto ya no justifica esa cantidad o que otros lo pueden hacer por menos, ten muy claro que te van a señalar la salida en un abrir y cerrar de ojos.

¿Y qué haces? Nada. Simplemente porque el miedo y la percepción de riesgo te mantienen pegado al cubículo. Y si se te ocurre comentarlo, siempre aparecerá un compañero de trabajo que te dirá, algo mosqueado contigo, que «deberías estar contento y agradecido de tener un empleo». El mundo de Calamardo frente al buenismo de Bob Esponja.

¿Vas entendiendo la necesidad de empezar a crear algún proyecto complementario? No estoy hablando de dejar tu empleo hoy, quizá no tengas que irte nunca si no quieres. Estoy hablándote de crear una red de seguridad, una inversión en proyectos que conviertas en activos profesionales. Más opciones, menos preocupación, más libertad.

Nadie se hace rico trabajando para otros. Un empleado cobra por horas, por tiempo. Es como si alquilase su cabeza durante unas horas cada día. Lo que yo te estoy proponiendo es que cambies tu mentalidad y empieces a pensar en cobrar por resultados. La gente que gana dinero de verdad trabaja en sus propios proyectos y gestiona su tiempo como le parece oportuno.

Lo que te voy a decir ahora te va a sonar raro, incluso puede que te escandalice, pero tu tiempo y trabajo te pertenecen. Evidentemente en las empresas no quieren que lo veas así. Para ellos, tus ideas son propiedad de la compañía. Estás dejándote la piel para encontrar soluciones a problemas que harán ganar dinero y permitirán vivir bien a los accionistas y a gente a la que nunca conocerás. Ya no se trata sólo del trabajo que realizas en tu puesto. Quizá has firmado un acuerdo de propiedad intelectual, que entrega a la empresa todo lo que escribas, crees o desarrolles mientras trabajas ahí.

Los empleadores han reclamado los derechos sobre Facebook, Twitter, LinkedIn y otros contenidos de las redes sociales. Y si deciden que publicar tus contenidos en un blog o en YouTube en tu tiempo libre les puede perjudicar aunque no tengan nada que ver con tu trabajo, te pueden sugerir amablemente que los elimines. Así está la cosa.

No me entiendas mal. Soy el mayor defensor de la libre empresa y ni siquiera sugiero que, en la mayor parte de los casos, haya mala intención por su parte. Simplemente, las cosas están montadas así y tú has decidido entrar en el juego cambiando tiempo, ideas y cualidades por un salario y una aparente seguridad.

*Harto de trabajar para otros
por menos de lo que mereces*

Quieres crear un cambio en tu vida y tu trabajo, pero, por mucho que lo intentas, parece que siempre hay algo que te frena. Te pagan menos de lo que mereces por aportar tu experiencia y conocimiento, por dejarte el alma en una empresa, pero parece que ni lo aprecian ni lo notas en tu nómina. De hecho, intuyes que tu ordenador o la silla ergonómica en la que te sientas son más importantes que tú. Y como recompensa por todo ese esfuerzo, ganas el dinero justito para pagar facturas y darte algún capricho que te permita saborear un poco de lo que realmente se siente al ser libre. Antes de que te sientas demasiado cómodo cuando disfrutes de tus vacaciones tendrás que volver al trabajo, donde podrás esperar otra lúgubre existencia de cincuenta semanas hasta que te puedas escapar de nuevo.

¿Es ésa la vida que quieres vivir los próximos veinte años? ¿Los próximos diez años? ¿Los próximos cinco años? Para la mayoría de las personas, su trabajo no proporciona seguridad financiera, sino todo lo contrario. Peor aún, la mayoría de los trabajos no son más que cárceles bien pagadas: en prisión, no eres libre de ir a donde quieras o vivir como lo deseas debido a barreras físicas; en la mayoría de los trabajos, no eres libre de ir donde quieras o vivir donde te apetezca debido a las barreras financieras. Mientras tengas esas barreras, nunca podrás ser verdaderamente libre.

Puede que algo o mucho de esto te suene. Simplemente no puedes conformarte con que otros digan a qué hora tienes que levantarte por la mañana, cuánto tiempo tienes para comer y, lo que es más importante, cuánto vales. Sabes que puedes hacer más y tienes que encontrar la manera de hacerlo por ti mismo. Sabes que hay que escapar o, al menos, hacer tu vida más cómoda, pero no quieres jugártelo todo a una carta. Quizá exista una tercera vía como dicen los políticos. Una forma de empezar a construir un camino paralelo, tomar una vía de servicio por si decides abandonar la carretera del empleo o, al menos, no ser tan empleodependiente.

Es en ese momento cuando empieza a aparecer una sonrisa en tu cara. Cuando te das cuenta de que hay alternativas. Cuando piensas en tu familia y en ti mismo y decides investigar para ver cómo puedes poner en marcha ese proyecto, negocio o idea que siempre tuviste en mente y que quizá, sólo quizá, te permita conseguir la independencia o, al menos, tener más grados de libertad y mayor control sobre lo que te sucede. Por otra parte, entiendes que si no sales pronto de esta trampa, temes que nunca lo harás.

Los mejores años de tu vida

Hubo un tiempo no demasiado lejano en que la trayectoria de un profesional estaba casi escrita desde la adolescencia. Te formabas, intentabas sacar buenas notas, obtenías un título, preferiblemente una licenciatura universitaria y luego un MBA. Con un poco de suerte ocupabas un puesto en la parte baja del organigrama de una empresa. Si te portabas bien y no metías mucho la pata, a los cuarenta y cinco años estarías colocado, como decían nuestros padres. Y a los sesenta y cinco, si no te prejubilaban antes, te ibas a Benidorm con el IMSERSO a bailar *Los pajaritos*.

El problema es que ese camino ha saltado en mil pedazos y lo más probable es que te pases encadenando a trabajos precarios hasta los treinta y cinco y, si tienes mucha suerte, tendrás un empleo inestable y mal pagado hasta esos míticos cuarenta y cinco que habían establecido nuestros progenitores.

En ese intervalo, al menos con el planteamiento antiguo, era muy probable que te casases o tuvieses una pareja estable, quizá uno o más hijos, una hipoteca, acumulasen unos cuantos préstamos y una cifra considerable de cargos en la tarjeta de crédito. Hasta que todo eso se convierte en una condena que te impide escapar. Es como un agujero negro que te ata a una vida que manejan otros.

Solías tener un sueño. Todos lo teníamos. Pero en algún lugar del camino, adultos bienintencionados nos lo quitaron cuando éramos niños, nos quitaron la ilusión. Poco a poco sucumbimos bajo el pretexto del realismo. Desde profesores que seguían las reglas hasta padres preocupados y celosos compañeros de clase. Nuestras visiones fueron eliminadas en nuestro camino para conseguir un título superior o universitario. En lugar de animarte a crear tu propia vida, te dijeron que buscaras un buen trabajo, preferiblemente en una buena empresa. Sonaba genial. Te daría seguridad. Pero ¿era así como querías pasar tu vida?

Cuando eras más joven y te emocionabas por tu futuro, ¿te ilusionaba la idea de luchar por un asiento en un tren lleno de zombis? ¿O de ir sentado en el coche en el atasco de cada día? Llegar a casa demasiado tarde para pasar tiempo con tus hijos, noche tras noche, ¿suena atractivo?

El síndrome del domingo por la tarde

¿Has sufrido el síndrome del domingo por la tarde? Seguro que sí. Es esa sensación de agobio por tener que superar otra semana de atascos, de marrones, de tertulianos matinales en la radio mientras vas en el coche o en cercanías. Y es entonces cuando te preguntas: ¿cómo he acabado así? ¿Cuándo se convirtió mi vida en esto? Vale, todo esto lo haces por tu familia, por los tuyos, a los que curiosamente apenas puedes ver, y, cuando lo haces, te has quedado sin fuerzas. Cada vez son más raros los momentos en los que disfrutas de tu gente y, no menos importante, de aquello que te apetece. La relación con tu pareja se ha enfriado. Lejos quedan los tiempos en los que os divertíais y hacíais locuras o, al menos, os dabais algún homenaje de vez en cuando. Hoy, todo eso lo han invadido los problemas de dinero, la falta de tiempo y las horas perdidas de sueño. Lo más cercano a una relación es sentaros a elegir (nunca a ver) una serie en Netflix antes de caer dormidos.

A punto de llegar a tu parada de autobús o cercanías, piensas en todos los proyectos que tuviste, en esa idea de negocio algo descabellada pero que podías poner en marcha sin demasiado riesgo, en esos viajes que ibais a hacer. Todo eso se ha esfumado. Bastante tienes con mantener ese puesto que apenas te da para cubrir gastos. Y por si esto no fuera suficiente, tienes todo el día la espada de Damocles sobre tu cabeza:

despidos, recortes presupuestarios y gente más joven, productiva y sobre todo barata que va a dejarte en evidencia. Pero ¿quién tiene ganas de innovar en la empresa (o intraemprender como se dice ahora) si la satisfacción laboral está por los suelos?

Dale la vuelta a la tortilla

Conscientemente o no, muchos tendemos a seguir un guion predeterminado. Por guion me refiero a cualquier expectativa o suposición acerca de cómo deberíamos actuar. Ya sea en el lugar de trabajo o en la sociedad en general, esas reglas y normas son importantes para mantener el orden. Por ejemplo, con independencia de a quién votemos, la mayoría de nosotros pagamos impuestos porque entendemos que la sociedad del bienestar cuesta dinero y, sobre todo, porque no queremos ir a la cárcel. Sin embargo, hay guiones que se establecieron en su momento pero quizá ya no son útiles. Y cuando se trata de trabajo, algunas ideas asumidas pueden ser particularmente dañinas. En este sentido, parece que se ha potenciado un pensamiento que tiende a desanimar a quienes quieren encontrar el trabajo o profesión que desean.

Algunos ejemplos de guiones preinstalados en nuestro sistema operativo personal:

- Hay que seguir un plan de carrera (a veces sin tener en cuenta las habilidades y fortalezas no relacionadas con los títulos o estudios) para ir ascendiendo dentro de una organización hasta llegar a los puestos de dirección y conseguir un despacho con ventana.
- Una vez que has elegido a lo que vas a dedicarte, ya estás encasillado. Ni se te ocurra cambiar de profesión o liberarte explorando otras oportunidades, cualidades, intereses o actividades.
- Si te surge una buena oportunidad profesional, cualquier oportunidad, cógela, ni lo dudes. Lo más seguro es que eso sólo te pase una vez en la vida.
- Deberías trabajar de treinta y cinco a cuarenta horas a la semana, principalmente en una oficina, generalmente en los mismos días y horarios (aunque las investigaciones muestran que éste es, en gran medida, un calendario improductivo para la mayoría de las personas).

Con reglas más o menos implícitas como éstas y otras que se empeñan en restringir tus grados de libertad profesional, estás, en el mejor de los casos, un poco perdido, y, en otros, aunque no sea culpa tuya, directamente fuera de control. Mi intención es generar opciones, enseñarte cómo obtener resultados mucho mejores si te saltas el guion y adoptas un enfoque distinto o incluso contrario a todo lo que nos han dicho. Cuando cambias algunas ideas preconcebidas, o simplemente actualizas, remezclas o, en algunos casos, das la vuelta completamente a los consejos profesionales tradicionales, empiezas a ver que tienes más opciones de las que pensabas.

El sistema no quiere rebeldes

La economía en España parece que se basa en la idea de que los trabajadores tendrán empleos en trabajos tradicionales y los gobiernos hacen todo lo posible para favorecer únicamente esa situación profesional. Por ejemplo, aunque los autónomos pagamos impuestos como todos los demás, por lo general no tenemos acceso a programas de desempleo si las cosas vienen mal dadas. Cuestiones como pedir un crédito pueden ser muy complicadas debido a los requisitos de los bancos para analizar el riesgo si tu fuente de ingresos se basa en proyectos independientes en lugar de tener un salario fijo. Estas barreras y muchas otras, además de los costes personales de ir por libre, no facilitan precisamente que los profesionales busquen fórmulas complementarias para monetizar el trabajo y aún menos para dejar un empleo.

¿Tiene que ser así? Con frecuencia me pregunto por qué nuestros políticos se empeñan en complicar la vida a los millones de trabajadores que nos ganamos la vida complementando los empleos tradicionales con ingresos paralelos o directamente tratamos de abrir vías alternativas. De hecho, en nuestro país, la mayoría de las empresas son pequeñas y muchas de ellas son de una sola persona. Somos muchos los que somos autónomos o tenemos proyectos sin empleados. Y creo que muchos hemos decidido no contratar empleados por una simple razón: porque no queremos. Y no hay nada malo en ello.

El sistema está montado para convencernos, desde pequeños, de algo que no es cierto. Te meten en la cabeza que un empleo es lo más adecuado, que es lo normal y que debe ocupar todo tu tiempo. Te dicen que estás en la parte ancha de la campana de Gauss, que eres una persona normal y que un empleo y sólo un empleo es la opción más segura y apropiada para alguien como tú, que hacer trabajos «normales» para personas «normales», una y otra vez, es la mejor forma de alcanzar tus objetivos.

Ni siquiera parece que te hayan lavado el cerebro porque parece lo normal. Y aquí está la clave. Cuando esta mentalidad es la dominante parece que todo va bien. Pero, como dijo Erich Fromm, «que millones compartan las mismas formas de patología mental no hace que la gente esté cuerda».

Donde acaba la formación tradicional

Hace poco, en un programa de formación para emprendedores, tutorizaba a una profesional que estaba iniciando su primer proyecto empresarial. Ella tiene un buen trabajo y su intención no es poner en marcha un negocio a tiempo completo. Lo que quiere es crear algo propio que pueda gestionar fuera de sus horas de trabajo «normal».

Es licenciada en psicología y no tenía muy claro cómo monetizar sus ideas, así que se apuntó a un curso de emprendedores de varias semanas en una escuela de negocios. No tardó en darse cuenta de que aquello que le explicaban no estaba pensado para emprender. Me comentó que, siendo generosos, sólo le sirvió el 15 por ciento de lo que aprendió. El resto se centraba en cosas completamente irrelevantes para su proyecto.

Desgraciadamente, en el colegio no te enseñan lo que necesitas para poder progresar profesionalmente más allá de un empleo. Pero ése no es ningún secreto, constantemente escuchamos noticias que nos hablan de que el gobierno (el que sea) está adaptando el sistema educativo para facilitar la empleabilidad. Salvo que fueras especialmente afortunado y crecieses en una familia de empresarios o personas con mentalidad comercial, probablemente tampoco lo aprendiste de tus padres. No todo el mundo tiene el tiempo y dinero necesarios para ir a una escuela de negocios a aprender a emprender. Una inversión de muchos meses y varios miles de euros ya no es una buena opción para quienes quieren ponerse en marcha por su cuenta o simplemente generar ingresos alternativos.

Es para estas personas para quienes escribo este libro. Quiero compensar, al menos un poco, esas carencias sobre la forma de ganarnos la vida. En lugar de explicarte cómo crear sesudos planes de negocios, dirigir equipos de decenas de personas o participar en rondas de financiación con inversores de riesgo, voy a compartir contigo recomendaciones, ideas, estrategias y lecciones aprendidas para que entres en acción y monetices cuanto antes. Esto va de ganar dinero con tus cualidades, no de dirigir Repsol o Inditex.

El colegio es la versión infantil de la oficina

En el colegio te preparan para un empleo. De hecho, la escuela es como la versión infantil de la oficina. Te sientas en un pupitre con tus compañeros para seguir las instrucciones de un superior. Te preparan para conseguir un trabajo y te meten en la cabeza que cualquier cosa que hagas por diversión sólo es una afición para tu tiempo libre. El sistema educativo nos entrena para ser pasivos, quedarnos quietos, esperar instrucciones, buscar la aprobación de los demás y pedir permiso antes de hacer cualquier cosa. ¿No te parece la mejor forma de introducirnos en el mundo de la empresa? Yo creo que sí. Pero es la peor forma de prepararte para conseguir tus objetivos o para encontrar formas de monetizar tu valor.

El colegio fue creado durante esa revolución industrial de la que te hablaba antes, para crear trabajadores obedientes. Nos han lavado el cerebro hasta convertirnos en empleautómatas, empleodependientes, profesionales monoproyecto. Pedimos instrucciones a los demás, tratamos de encajar en las oportunidades que se nos ofrecen en lugar de crear las nuestras e infravaloramos enormemente nuestras cualidades. Así que no es sorprendente que la mayoría de nosotros crezcamos sin considerar siquiera la búsqueda de fuentes alternativas de ingresos.

Lo peor de todo es que este sistema ya ni siquiera funciona. Hoy, si eres una pieza sustituible que desempeña una misma tarea año tras año, lo más probable es que alguien de otro país pueda hacer tu trabajo a un coste mucho menor. O, lo más probable, es que alguna tecnología lo haga. Para esto has estado tantos años preparándote...

Las carreras convencionales y las empresas de toda la vida ya no funcionan para la gente con iniciativa. Nos han educado para ser normales, pero normal ya no implica bueno. ¿Por qué casi nos obligaron a obtener un título universitario? Para que pudiésemos hacer un buen trabajo. ¿Y sabes lo que ha pasado? Pues que muchas de las empresas más avanzadas ya no requieren un título universitario para ofrecer un empleo. Y la lista crece cada día. Ese enfoque que equipara un título a un buen puesto está agonizando, y necesitamos crear una forma diferente de pensar y de actuar.

Ni negocios en la escuela ni escuelas de negocios

Las universidades y escuelas de negocios entrenan a empleados y directivos para que formen parte de las empresas, no para emprender o para crear negocios. Estas instituciones se empeñan en vender la idea de que todos sus titulados trabajarán como empleados de alta remuneración y a tiempo completo en empresas importantes. Pero para mucha gente, eso de dedicar toda una vida a ocupar puestos cada día más altos en un organigrama ha perdido todo el interés. Además de que cada día es más raro que permanezcas el tiempo suficiente como para ascender varios escalones.

Si estuviste doce años en el colegio, cuatro o cinco años de universidad y uno o dos más en un posgrado, la idea de crear proyectos por ti mismo puede dar mucho miedo. La educación tradicional está diseñada para que obedezcamos órdenes, no para asumir responsabilidades y poner en marcha ideas por nosotros mismos.

¿Cuántos padres estarían dispuestos a costear toda esa formación si supieran que sus hijos podrían estar preparándose para no tener un único cliente, sin depender de un contrato indefinido y trabajando por proyectos? Los padres trabajan para proporcionarte un buen futuro, es decir, un trabajo seguro. Y eso es algo que, todavía, se asocia a tener «un buen empleo». ¿Cuántos jóvenes estarían dispuestos a dedicar los mejores años de su vida si lo que esperasen conseguir con todo ese esfuerzo no fuese un trabajo de éstos de los que tu madre se siente orgullosa, sino un puesto a tiempo parcial en una empresa desconocida donde el salario es tan bajo que tendrás que trabajar como repartidor en tu tiempo libre?

La mayoría de los profesionales con mentalidad independiente de hoy día nos hemos visto obligados a desarrollar negocios unipersonales sin apenas preparación y sin más aprendizaje que el que vamos adquiriendo en cada proyecto. Así que la cuestión es: ¿cómo podemos aprender a monetizar nuestro trabajo?

Excepto algunos programas para emprendedores, pocas veces se aborda la posibilidad de que los alumnos terminen trabajando por sí mismos ni se enseñan habilidades que los ayuden a crear sus propios proyectos. No es difícil entender por qué ocurre esto. En muchas instituciones educativas te enseñarán a gestionar un negocio, pero te dirán que debes crear una gran empresa. Teóricamente, hay muchos lugares para aprender a manejar un negocio. Pero si recurres a los expertos en puesta en marcha de

proyectos, es probable que te digan que, para tener éxito, tienes que crear un GRAN negocio, convertirlo en una máquina de creación de empleo, pues, de lo contrario, no eres lo suficientemente ambicioso.

Existe la idea de que es mejor invertir en diez personas que van a intentar crear negocios de tamaño grande que en cien que van a dirigir negocios de una sola persona. No se apoya a los profesionales en solitario porque dicen que no pensamos en grande y no creamos empleo (excepto el nuestro, claro). Muchos programas de posgrado están respaldados por grandes empresas o subvencionados con fondos públicos que prestan servicios a pequeñas empresas y piensan que los negocios unipersonales son de tercera división y están gestionados por personas que nunca crearán empleo porque piensan que son irrelevantes. Pero no todo el mundo quiere ser Amancio Ortega o Juan Roig, soñar con el próximo gigante de la distribución, ni todos desean ser directores generales de una gran multinacional.

Muchos ponemos en marcha negocios e ideas para controlar nuestro tiempo y disfrutar de independencia, una libertad que puede desaparecer a medida que crece una organización. Y ésta es una elección consciente. Lo hacemos porque es nuestra decisión, no porque tengamos que hacerlo. A medida que la sociedad se vuelve más avanzada, las personas tenemos más posibilidades de realizar el trabajo que queremos. Y cuando empieces a lanzar tus ideas, te darás cuenta de que una persona disfruta más del viaje que de la seguridad. Crear tus propios proyectos es una opción más emocionante y optimista, aunque haya algunos riesgos involucrados.

Debes aceptar que lo que aprendiste sobre el trabajo en el colegio no se ha actualizado con las oportunidades nuevas, emocionantes y bien remuneradas para ganarse la vida que nos ha traído internet y otras tecnologías. Por eso, lo mejor es elegir lo antes posible los temas que te apasionan para aprender todo lo que puedas sobre ellos y acabar convirtiéndote en un experto monetizando todo ese valor que has adquirido.

¿Estás listo para cambiar las formas obsoletas de trabajo por una que te permita experimentar la libertad?

Los nuevos libertos

Muchos profesionales (de todas las edades) estamos aprendiendo a desarrollar nuestros propios proyectos porque nos apetece y, también, porque no queda otra. Cada vez más gente está buscando formas alternativas de complementar sus ingresos. Pero todavía nos queda mucho por aprender para dominar la monetización de nuestras cualidades.

No me cansaré de insistir a lo largo de todo el libro que lo que te planteo no va de abandonar en masa los empleos (quienes los tengan) y montárnoslo todos por nuestra cuenta. Se trata de pensar en desarrollar ideas y proyectos profesionales rentables. Un empleo puede ser uno de esos proyectos. Un empleo puede formar parte de esa «cartera» de trabajos que deberías gestionar como una cartera de inversiones.

Cada vez más gente se está dando cuenta de que, si tienen los conocimientos y cualidades necesarias, les irá mejor si aprenden a poner en marcha negocios paralelos que si únicamente se empeñan en ocupar un sitio en una pirámide organizacional cada día más inestable.

Parece evidente que, en los próximos años, una gran parte de la población trabajará por su cuenta o compatibilizará diferentes fuentes de ingresos. Así que mirar hacia otro lado y empeñarse en no conocer las posibles opciones para monetizar tu trabajo te sitúa en el lado equivocado de la ecuación. Creo que el mundo se está moviendo hacia un mercado de profesionales más libres, más independientes. Y esto puede llegar a asustar bastante.

Pero todos podemos crear proyectos propios y escapar del trabajo tradicional o combinar ambos mundos si te apetece. La revolución de los negocios unipersonales está a nuestro alrededor. Cada vez más gente busca alternativas al trabajo asalariado, eligiendo su propio rumbo y creando el futuro que desea. Unas veces por devoción y otras por obligación, pero está ocurriendo.

Autónomo, *freelance*, profesional independiente, agente libre, llámalo como quieras, el nombre es lo de menos. Lo que trato de transmitirte es que esto no va de definiciones administrativas sino de formas de pensar.

En realidad, nada de esto es nuevo, pero nunca antes se habían juntado tantas posibilidades en el lugar correcto y en el momento adecuado. El acceso a la tecnología se ha generalizado y los costes de muchas tareas que antes necesitaban muchos recursos y mano de obra han disminuido enormemente. Hoy es más fácil que nunca crear un negocio personal (o varios). Puedes poner a prueba tus ideas de forma instantánea, sin esperar meses para evaluar cómo responderá el mercado a tus propuestas. Internet ha conseguido que sea más fácil y asequible que nunca comenzar un negocio. Aunque trabajes en casa, puedes llegar a clientes internacionales. Puedes abrir una cuenta de PayPal en cinco minutos y recibir pagos de compradores de todo el mundo. Si tienes algo que ofrecer, algo que vender, claro.

Mucha gente está cambiando su forma de trabajar, consiguiendo un mayor nivel de independencia. En todo el mundo, y de muchas maneras diferentes, miles de personas están haciendo exactamente eso. Están reescribiendo las reglas del trabajo, convirtiéndose en sus propios jefes o, más bien, en sus propios empleados, y gestionando su vida sin que otros decidan por ellos. Y esta nueva forma de trabajar está al alcance de todos. De hecho, muchos de los que he conocido, incluido yo mismo, nunca nos habíamos considerado a nosotros mismos como hombres o mujeres de negocios hasta que nos dimos de frente con ello. Como te digo, esto no va de abandonar un empleo, se trata de generar formas alternativas de ganar dinero mientras construyes una vida de independencia con sentido.

Un liberto o *liberatus* es un esclavo al que de algún modo se le concedía la libertad. Solía utilizarse este término para denominar a los gladiadores liberados por el emperador en la época del Imperio romano, después de salir vencedores de grandes batallas en anfiteatros y más adelante en el Gran Coliseo de la Roma imperial. Los libertos son figuras existentes en todas las sociedades esclavistas. La realidad actual me recuerda a la de esos libertos, metafóricamente, claro. Creo que, cada día más, los «esclavos» asalariados tienen más opciones de escapar de sus ridículos cubículos en oficinas herméticamente cerradas en las que les controlan su agenda, sus actividades, sus ingresos e incluso sus movimientos en las redes sociales.

Seguramente, un proyecto propio te obligará a trabajar unas cuantas horas más y no ganarás mucho dinero al principio. Pero aunque trabajes duro para ti mismo, es mucho más satisfactorio que hacerlo para otros. Para la mayoría de los que hemos descubierto cómo conseguir que nos paguen por lo que ofrecemos, hay una mayor satisfacción laboral, una sensación de orgullo y, una vez establecida, mayores recompensas financieras.

Hoy no puedo imaginar una oferta de trabajo que me tiente a trabajar únicamente para otra persona. He sufrido dificultades y altibajos, pero ahora tengo una sensación de libertad e independencia que no podrían imaginar quienes ni se han planteado mirar más allá de su trabajo en una empresa.

Por qué ahora

A lo largo de la historia, personas de todo el mundo han tenido buenas ideas: servicios, productos, libros, negocios, eventos, marcas e innovaciones. Siempre ha habido rebeldes más o menos solitarios que desafían al sistema. Las microempresas y los negocios impulsados por una sola persona han existido desde el comienzo del comercio. Pero, en los últimos diez años, ha sucedido algo que ha cambiado el mundo para siempre. En todo el planeta, la gente normal decide compatibilizar o abandonar su empleo tradicional por sus propios proyectos. No es un grupo elitista. En lugar de luchar contra el sistema, están creando su propia forma de trabajo, generalmente sin mucha formación y, casi siempre, con muy poca inversión. Han convertido su pasión en dinero mientras se forjan una vida más significativa para ellos.

Lo que ocurre es que ahora es más fácil hacer que esas ideas sucedan, y también ganar dinero con ellas. Ya no tienes que pedir permiso a nadie para hacer algo interesante. Hoy puedes publicar tu propio libro, vender tu propia música o crear tu propia tienda en una o dos horas. No hace falta convencer a un banco para que financie tu idea de negocio. No tienes que pagar una cifra absurda a una empresa de publicidad para que dé a conocer tu proyecto. Lo que está ocurriendo nos da mucho poder a las personas.

Internet nos facilita a los profesionales con mentalidad de empresa generar nuestras propias oportunidades de forma económica y rápida. Nos proporciona un conjunto completo de sistemas y herramientas a las que podemos acceder. Tienes acceso a

dispositivos muy potentes para crear lo que se te ocurra y llegar a todo el mundo. Afortunadamente, el desarrollo y el uso generalizado de la tecnología móvil con programas de videoconferencia, tabletas, teléfonos inteligentes o sistemas para compartir archivos han creado la tormenta perfecta para que el trabajo independiente prospere. De hecho, yo diría que los proyectos independientes y las fuentes de ingresos alternativas son la nueva estabilidad laboral.

Si tu objetivo es poner en marcha un pequeño negocio o simplemente desarrollar un proyecto que te genere ingresos mientras mantienes tu empleo, hay más oportunidades que nunca. En muchas empresas, cada día es más frecuente contratar los servicios de profesionales independientes y especializados. Cada día más personas están experimentando con este tipo de proyectos, mientras mantienen la opción de un trabajo tradicional. El trabajo independiente llegó para quedarse.

Es un momento emocionante para poner en marcha tus ideas y monetizarlas. Me encuentro cada día con personas que quieren dejar simplemente de sobrevivir o incluso de luchar por unos objetivos que no les interesan, para empezar a construir una vida con sentido.

Generar ingresos con proyectos sencillos

Quienes hemos decidido montar pequeños proyectos unipersonales tenemos el reto de generar cada día más ingresos con modelos de negocio sencillos y rápidos. Especialmente quienes somos más perezosos e impacientes. Pero, ojo, estoy hablando de generar ingresos pronto, no de convertirte en millonario.

Con el conocimiento y la mentalidad adecuados, podemos conseguir algo mucho mejor que el trabajo tradicional «seguro» o, como te repito constantemente, una combinación de ambos mundos. Pero tenemos que aprender a liberarnos de todos aquellos que deciden el destino de nuestros proyectos profesionales. Creo que tendremos más opciones de alcanzar nuestro verdadero potencial y obtener mayores ingresos si gestionamos nuestros propios planes.

Nos irá mejor si generamos alternativas que nos permitan descartar de la ecuación a quienes hasta ahora nos han descartado a nosotros más o menos descaradamente. Por ser demasiado jóvenes, demasiado viejos, por ser mujer, por tener una discapacidad, por querer trabajar desde casa, por tener ideas propias o por cualquiera de las múltiples razones por las cuales muchas personas son desterradas de su profesión, independientemente de sus cualidades y su valor. Como dijo alguien, «no trates como prioridad a quien te considera una opción».

Muchos profesionales libres apenas hemos empezado a desarrollar nuestro potencial. Creo que muchos de los que hemos salido a cazar, en lugar de limitarnos a recolectar, apenas hemos comenzado a descubrir lo que podemos hacer para sacar todo el partido económico y personal de nuestras ideas. En todo el mundo hay gente que, por ejemplo, directamente se salta la fase de creación de una tienda física y empieza poniendo en marcha negocios en internet a un coste casi nulo y sin abandonar su empleo.

No necesitas contratar personal, no necesitas un local, no necesitas miles de euros para empezar, ni tampoco una formación previa para crear productos, gestionar tu marketing o definir tus tarifas. Es curioso, pero cuando te metes en esta dinámica ni siquiera te das cuenta de que estás creando algo por lo que te puedan pagar. Simplemente empiezas a generar ideas, alguien las considera interesantes y útiles y te preguntan si podrían contratarte, comprar tus productos o pagar por prescribir los suyos. Bienvenido a este extraño y divertido mundo nuevo de los proyectos paralelos.

¿Y si pudieras hacer esto también? ¿Y si pudieras tener la misma libertad para establecer tu propio horario y tus propias prioridades? Pues tengo buenas noticias: la libertad es posible y, todavía mejor, puedes empezar ahora mismo sin importar cuál sea su punto de partida.

Cada vez somos más los que vamos por libre, algunos por elección, otros forzados por las circunstancias y algunos más por ambas razones. Pero no importa cómo llegues. Da igual si mantienes tu empleo mientras gestionas tus proyectos o si directamente te lanzas al ciento por ciento como profesional independiente. Con la información y la planificación correctas, puedes empezar a monetizar pronto y sin muchas dificultades. No tiene por qué ser un camino aterrador. Puede ser gratificante, emocionante y satisfactorio; de hecho, lo es. Y eso es lo que quiero transmitirme con este libro.

Cuando lo extraño se convierte en lo normal

Quienes me dicen que estoy loco y que esto que les explico no es para todos porque no todo el mundo tiene esta mentalidad, les explico que nuestro estado natural es ser «jugadores», «cazadores», «descubridores», «aventureros», «exploradores». Me refiero a que tenemos que buscar las oportunidades más emocionantes, estar dispuestos a probar cosas y divertirnos con ellas. No se trata sólo de sentarse y darle vueltas a las ideas, sino de mancharse las manos probándolas en el mundo real. No puedes salir adelante y mucho menos tener éxito en este nuevo mercado con mentalidad de empleautómata o empleodependiente.

Hoy, el potencial de lanzar tus propias ideas es brutal, pero si lo abor das con mentalidad de empleado, vas a fracasar. Un profesional libre se centra en la creación de valor. La mentalidad de empleautómata se enfoca en planificar en lugar de experimentar, en retrasar los proyectos buscando la perfección o evitando cometer errores y en perder el tiempo en problemas secundarios irrelevantes. La mentalidad de empleado no te ayudará a hacer que las ideas sucedan. En el mundo en el que vivimos necesitas un enfoque completamente nuevo.

Son nuevos y buenos tiempos para los profesionales con mentalidad de proyectos. Hoy están en todas partes, desde los conductores de Uber hasta los consultores independientes de estrategia corporativa de alto nivel. Está desapareciendo el estigma de tener un trabajo «temporal» porque hoy todos los trabajos son temporales. Cada vez más vas a encontrar excelentes profesionales libres en cualquier momento, en cualquier lugar y de cualquier sector.

Esta pérdida de cierto pudor por trabajar de manera flexible, en los sitios más insospechados, a tiempo parcial o completo, temporal o permanentemente bajo demanda se está transformando en orgullo. Y creo que está animando a muchos a intentarlo al menos. Estamos sustituyendo la «tarifa plana» del empleo por los proyectos profesionales. Aunque pueda pensarse lo contrario, el trabajo por proyectos no es algo que hayan inventado los millennials, sino que el perfil de los profesionales que entran en esta dinámica se parece mucho a la fuerza de trabajo tradicional: hay gente de todas las edades, formación, ingresos y profesiones.

Trabajar con mentalidad de proyectos te hará sentirte más respetado, comprometido y con más poder (eso que algunos llaman ahora «empoderarse»), además de tener libertad y flexibilidad. Evidentemente no todo es bonito. Por ejemplo, te encontrarás con una falta de regularidad en los ingresos o la pérdida de algunos beneficios que tendrías en una empresa. Pero, en mi opinión, los pros superan a los contras.

Debo decir que, a medida que construyes una cartera diversificada de proyectos, te irás dando cuenta de que llega a ser más estable que tener un solo empleador/cliente.

La tecnología ha dejado de ser una amenaza para convertirse en una aliada

Hay algo de justicia poética en que la misma tecnología que ha acabado con tantos empleos también nos ofrezca más oportunidades que nunca para crear nuestras propias fuentes de ingresos. Hoy puedes sacar partido de tu esfuerzo, habilidades y experiencia de un modo sin precedentes que te dan la opción de elegir cómo vivir tu vida. Ahora puedes trabajar de manera totalmente independiente sin que tenga relevancia el lugar donde vivas. Si quieres crear una plataforma potente y reconocida internacionalmente, internet te ayuda a que ese objetivo sea más alcanzable que nunca. Si quieres estar más tiempo con tus hijos, puedes utilizar la red para conseguirlo. Lo mejor de todo es que hacer todo esto no implica renunciar a tus ingresos «normales» para obtener esa libertad e independencia.

Pero muy poca gente lo está aprovechando. Yo mismo he tardado demasiado en darme cuenta de que tenemos la caja de herramientas más poderosa de la Historia y, sin embargo, la estamos utilizando para compartir tonterías en las redes sociales o retuitear ideas de gente que no conocemos. Es como si nos hubieran regalado un Ferrari y lo utilizásemos para ir al hipermercado. ¿Cómo puedes desperdiciar incluso un día más sentado sin sacar partido a la mayor oportunidad de la historia? Si no espabilas, podrías tener una desagradable sorpresa...

Prepárate para el mundo postempleo. Los trabajos son escasos y mal pagados. Y lo curioso es que todo el mundo podría trabajar por su cuenta monetizando sus cualidades. Es hora de que te des cuenta de hacia dónde va todo esto si no quieres convertirte en una víctima.

Ahora que todos podemos trabajar en remoto, ya no necesitas una oficina y contratar personal. De hecho, las empresas recurren cada vez más a profesionales independientes para satisfacer sus necesidades. Especialmente cuando necesitan resolver

problemas muy específicos.

El potencial para poner en marcha proyectos unipersonales es enorme. Es mucho más fácil crear un producto o servicio, gestionar las operaciones y o publicitar un negocio. Para crear una página web, puedes utilizar plataformas gratuitas como WordPress, puedes conseguir ayuda para el diseño de tus sitios en la red, e incluso puedes contratar a alguien que te genere los contenidos a un precio muy asequible. Gracias al almacenamiento en la nube ya no necesitas complicarte la vida contratando servidores caros. La publicidad digital en las redes sociales como Facebook y motores de búsqueda como Google hace que sea fácil llegar rápidamente a una gran audiencia a un coste muy bajo. Y en cuanto empiezas a tener clientes es sencillísimo procesar los pagos desde cualquier rincón del mundo de forma virtual.

Todavía estamos aprendiendo a monetizar internet. Aunque parezca que todos estamos inmersos en el mundo dospuntocero, lo cierto es que poca gente lo conoce a fondo. Incluso en muchos congresos relacionados con las plataformas digitales a los que asisto, los ponentes reconocen que les queda muchísimo por aprender y, si esto no fuera suficiente, cada día cambia algo. Simplemente, todos estamos descubriendo cómo monetizar el activo intangible más valioso del mundo, tus cualidades.

Así que o formas parte de los que saben ganar dinero o te quedas fuera. Cualquier necesidad, problema o demanda que alguien quiera resolver o solucionar tiene una solución en internet, lo que significa que o no vas a ganar dinero con ello porque otros ya lo tienen resuelto o te buscas la vida para encontrar la manera de situarte entre el 1 o el 2 por ciento superior de las personas que saben cómo hacerlo.

Ser un profesional conocido y reconocido no siempre se traduce en dinero

Durante años desarrollando y trabajando en modelos de marca personal he terminado aceptando que convertirse en un experto reconocido en estos días no necesariamente se traduce en dinero. En el entorno empresarial actual ocurre con frecuencia que incluso las personas más respetadas de su sector no siempre rentabilizan ese prestigio como merecen. Aprender a hacer dinero con tu experiencia es un conjunto de habilidades que va más allá de lo que se necesita para hacer bien tu trabajo o ser conocido en tu sector.

Mi intención es darte pistas para sacar mucho más rendimiento a ese prestigio y esas cualidades que posees. Quiero insistirte en que el objetivo principal no es hacerte rico (aunque eso va a depender de tu implicación en los diferentes proyectos que pongas en marcha), sino de generar ingresos suficientes como para ir adquiriendo más grados de libertad e independencia. Se trata de encontrar las ventajas del sistema para crear algo rentable de la forma más rápida posible. Diseñar estrategias, fórmulas y herramientas que puedas usar para ahorrar drásticamente tiempo y dinero, reducir el riesgo y comenzar a crear algo exitoso antes de lo que alguna vez considerases posible. El objetivo del negocio unipersonal es tener más opciones para vivir como quieres.

Ahora, imagina

Imagina un mundo en el que cada persona pueda controlar su vida. Imagina un mundo en el que creamos negocios que funcionan haciendo algo que nos motive y, además, que beneficie a otros. Un mundo donde tienes el control de tu dinero, en lugar de que tu dinero te controle.

Si no tuviésemos que obsesionarnos por perder un empleo, porque nosotros mismos creamos nuestras fuentes de ingresos, el poder de muchas organizaciones disminuiría. Los impuestos disminuirían. El coste de la Seguridad Social también disminuiría porque, como sociedad, estaríamos más sanos. Menos problemas de salud implican más ahorro para todos. Menos estrés significa menos adicciones. Menos adicciones significan menos problemas. Vale, vale, ya paro. De momento, me conformo con que te vaya bien a ti y a tu entorno.

Imagínate a los profesionales sin pasarse el día estresados por el dinero. ¿Cómo serían las relaciones con sus hijos? Me imagino un futuro infinitamente más brillante que si sus padres estuvieran cansados, estresados, deprimidos y endeudados hasta las cejas. ¿Cómo mejoraría la vida de sus hijos? ¿Cuán felices serían sus familias? ¿Cuánto tiempo podrían pasar juntos? ¿Cómo mejoraría eso las relaciones con sus vecinos? ¿Cuánto mejoraría eso a nuestro país, que tanto lo necesita?

No sólo tenemos que aprender a dominar nuestro dinero, sino que debemos volver a trabajar para nosotros mismos haciendo algo que tenga un propósito y un significado. No sólo podemos hacerlo, sino que es la dirección a la que se dirige el mundo.

PROFESIONALES Y PROYECTOS PARALELOS

Lo que te propongo

El secreto de la felicidad es la libertad. El secreto de la libertad es el coraje.

TUCÍDIDES

El descontento es el primer paso en el progreso en cualquier hombre.

OSCAR WILDE

Negocios que pueden ejecutarse rápida y automáticamente, y sin estar presente

Vale, ya no te voy a dar más la lata con lo difícil que es salir adelante con un empleo o una trayectoria profesional como las de «toda la vida». Supongo que ya vas viendo por dónde voy. Así que voy a hacerte mi propuesta.

Lo que te voy a contar a partir de ahora va de conseguir lo que necesitas y lo que deseas haciendo algo útil y monetizándolo. Ya te he dicho que no pretendo que abandones tu empleo si lo tienes. Ni que no aproveches una oportunidad en un «trabajo alimenticio» (de los que te permiten pagar facturas) si se te presenta algo interesante.

Voy a ayudarte a generar opciones para crear proyectos profesionales que puedas gestionar sin estar físicamente presente o que no exijan más que unas pocas horas por semana.

A lo largo de los últimos años he visto que muchas de las personas que ponen en marcha su propio negocio desperdician el 90 por ciento de su tiempo. Lo confieso, a mí también me ocurrió. Como verás, he cometido todos los errores posibles. Lo que ocurre con frecuencia es que dedicamos meses a investigar y a analizar información. Buscamos en Google cómo escribir un plan de negocios. Cuidamos cada detalle irrelevante de un logotipo. Nos bloqueamos con la creación de una página web «perfecta» que cambiaremos poco después. Mi intención es explicarte cómo evitar muchos de estos errores de novato y ahorrar gran cantidad de tiempo.

Por otra parte, cuando tienes la oportunidad de ver cómo trabaja alguna persona que ha puesto en marcha varios proyectos te das cuenta de lo ágiles que pueden llegar a ser. En más de una ocasión he estado charlando con alguno de esos colegas sobre alguna idea interesante y he visto como, casi sobre la marcha, hacía algunas llamadas, compraba un dominio de internet y creaba una página web muy básica en la que la gente pudiese meter sus datos y su correo electrónico.

Recuerdo un caso en el que nos entusiasmos tanto en una conversación que estuvimos a punto de contratar a un asistente virtual para que trabajase a tiempo completo y nos permitiese concentrar nuestro tiempo en las actividades que tienen el mayor impacto en el negocio. Es lo que tiene poder hacerlo todo desde una pantalla de un portátil o una tableta.

Con el tiempo y con algunos proyectos a tu espalda verás que hacer eso no es tan complicado. Casi diría que es más una cuestión de actitud que de aptitud. Aunque también es cierto que, hasta hace relativamente poco, nadie podría imaginar que podríamos hacer tantas cosas en una cafetería con wifi y una simple tableta o un portátil.

Cuando vayas asimilando la filosofía de los proyectos paralelos, acabarás moviéndote igual de rápido en las próximas semanas o meses. De momento, quédate con que la mayoría de las cosas se pueden hacer mucho más ágilmente de lo que piensas.

Lo que quiero es que te acostumbres a poner en marcha ideas de negocio que puedas (y quieras) explicar a tu madre o a tu abuela sin que se asusten. Así que vamos a descartar proyectos altamente técnicos o sofisticados o que requieran habilidades especiales para lanzarlos.

Este libro va de negocios que apenas requieran inversión, sin empleados y basados en ideas sencillas. De este modo, podrás tener un trabajo complementario (o varios) que exija pocos tiempo, dinero o formación. Mi propuesta va de personas que, en la mayoría de los casos, comienzan sus propios micronegocios sin una planificación formal. Es más, en muchas ocasiones he trabajado con proyectos exitosos que nacieron sin un plan de

ningún tipo, sino únicamente un «venga, tira, vamos a probar y a ver qué pasa». La mayoría de las veces, la idea se lanza rápidamente, sin esperar la autorización de nadie. Es lo bueno de trabajar con proyectos ágiles pero con potencial.

La investigación de mercado se produce al mismo tiempo que lanzas tu proyecto. «¿Hemos vendido algo?», «¿Tenemos comentarios en el blog?», «¿Viene la gente a vernos cuando impartimos una conferencia?». Si la respuesta es sí, bien. Si no, simplemente hay que preguntarse: ¿qué podemos cambiar? y cambiarlo.

Muchas de las personas a las que he asesorado iniciaron proyectos de este tipo tras perder un empleo, tener problemas de ansiedad y estrés generados por su trabajo u otro tipo de puntos de inflexión y «señales» en su vida.

Lo que te cuento en este libro se puede aplicar para hacer realidad prácticamente cualquier idea. Una transición profesional, un libro, un blog, un producto físico, un evento, un concierto en el local de un colega, una barbacoa con los amigos en el campo, un modelo de suscripción (ya te lo explicaré más adelante), una marca personal, una carrera artística, una aplicación móvil, una tienda virtual, un servicio de asesoramiento a empresas, un programa de *coaching*, un servicio como entrenador personal, vender artesanía, o hacer de intermediario virtual. Por ponerte unos ejemplos.

Mi objetivo es ayudarte a comenzar algo rápidamente, con poca inversión y sin una gran infraestructura. A cualquiera de estos proyectos con estas características y que puedes compatibilizar con otros proyectos o un empleo, que no es más que otro tipo de proyecto, los denominaremos «proyectos paralelos». Puedes empezar con una idea más o menos concreta, sin web y sin ventas. Tranquilo, muchos de los proyectos que ahora tenemos en marcha empezaron así. Lo importante es empezar y las cosas irán tomando forma.

En definitiva, esto va de conseguir tu libertad pasando por alto todo lo que nos dijeron que era un requisito previo. Por ejemplo, recuerdo que existe una cierta obsesión en la generación de mis padres por montar una empresa, con todas las complicaciones y gastos que eso acarrea. Llegas a convencerte de que no hay término medio entre trabajar para otros y crear algo con decenas de empleados y una enorme infraestructura.

Pero en lugar de contratar empleados, estos proyectos los vas a poner en marcha solo, utilizando tus cualidades y tratando de rentabilizar lo que te encanta hacer. En lugar de ir a una escuela de negocios de renombre (que, como hemos visto, en realidad no te prepara para gestionar este tipo de proyectos), te vas a ahorrar unos cuantos miles de euros en matrícula, un puñado de meses y vas a aprender sobre la marcha.

Crear un negocio con una estructura muy básica

Lo que es realmente genial es que puedes conseguir que todo esto suceda trabajando encontrando ratos libres, desde tu casa, utilizando un portátil, un micrófono y una cámara. Y vas a crear un negocio muy básico pero rentable. En lugar de pedir dinero prestado, puedes empezar casi sin ningún tipo de gasto o inversión y, en algunos casos, no se requiere dinero en absoluto. Guarda tus tarjetas de crédito y olvídate de buscar

capital o pedir un préstamo a alguien. De hecho, algunas de estas cosas (el dinero, el tiempo, incluso la formación) pueden ser más perjudiciales que beneficiosas para tu plan. Si tienes dinero para gastar, lo gastarás. Si tienes una gran cantidad de tiempo libre para perder, lo desperdiciarás. En mi caso, creo que las etapas más productivas de mis proyectos han sido aquellas en las que más trabajo se me acumulaba. Y los momentos financieramente más eficaces han sido aquellos en los que no andaba precisamente sobrado de dinero.

No vas a necesitar muchas horas. Por eso puedes compatibilizarlo con un empleo o con otros proyectos. El tiempo requerido para comenzar un proyecto paralelo debe ser mínimo. La clave está en compatibilizarlo con tus otros proyectos existentes y lo más probable es que, una vez puestos en marcha, gestionarlos no requiera más de una hora al día. Pero si quieres trabajar más rápido o llevar tu proyecto a un nivel más alto a corto plazo, puedes dedicarle más tiempo. Aunque esta decisión, como muchas otras que tendrás que tomar, es sólo tuya.

Lo que sea que hayas aprendido sobre negocios en la universidad o en un máster de administración de empresas puede desvirtuar o incluso evitar que tomes las medidas necesarias para convertir tu idea en acción. Te han dicho que debes hacer tantas cosas que se te quitan las ganas antes de empezar. A mí me pasó.

No es necesario ser un «emprendedor» ni tener experiencia para comenzar un proyecto paralelo. Con los consejos y las ideas que te propongo y un poco de sentido común, no vas a tener problemas para llevar tu proyecto paralelo hasta donde quieras. Tampoco necesitas empleados, equipos o socios comerciales. Quizá, en el futuro, quieras obtener algún tipo de ayuda o de apoyo, pero no ahora. El objetivo es comenzar por tu cuenta, utilizando tus propias habilidades y recursos. Quizá, en algún momento, consideres que debes formar un equipo, pero, al principio, cuando tienes que hacerlo todo tú mismo, tendrás que utilizar todos tus recursos personales.

Y el hecho de que no tengas experiencia en la venta de un producto o servicio en particular no significa que no puedas tener éxito en ese tipo de negocios. Cuando empecé a comercializar mis cursos y talleres sobre marca personal, por ejemplo, nunca había vendido nada y jamás había creado un curso propio. No tenía experiencia ni en eso ni en muchas otras cosas. Quizá por eso me funcionó. Cuando no sabes que algo es imposible, nada te frena. Bendita inconsciencia. Lo importante es que aquello de posicionar a los profesionales para aumentar su valor me interesó y me emocionó. Más importante aún, creía que podría tener éxito. No buscaba la fama mundial, simplemente quería generar ingresos suficientes como para no volver a un cubículo.

Descubrir lo que te gusta y monetizarlo

El tipo de proyectos con los que vamos a trabajar no empiezan elaborando un presupuesto e identificando las opciones disponibles. Ésa es una mentalidad perdedora. Esto va al revés: primero identificas lo que quieres hacer y luego buscas el modo de

hacer que ocurra. Aprender a crear tu profesión, igual que aprendes a hacer todo lo demás, empieza con una idea y luego vas descubriendo el resto en el camino.

Lo cierto es que los conceptos básicos para poner en marcha un negocio son muy simples. No necesitas un MBA, capital de riesgo o ni un plan detallado. Tan sólo un producto o servicio, un grupo de personas dispuestas a pagarlo y una forma de cobrar.

Como te decía al principio, la mayoría de la formación para directivos te enseña cómo ocupar un alto cargo en una empresa. Eso está muy bien si ése es el trabajo de tus sueños y esperas quedarte ahí. Pero con un proyecto paralelo, estás iniciando tu propio negocio, no administrando el de otra persona. No tendrás que usar un software complicado ni hojas de cálculo infinitas. Tus previsiones financieras se pueden escribir en una servilleta o en un post-it.

Una vez que adquieras la capacidad de generar ideas, no tendrás problemas para encontrar muchas otras cuando lo necesites. Lo mejor es que una vez que descubres como generarlas, sólo tienes que encontrar el modo de monetizarlas. Aunque reconozco que, en mi caso, al principio fue más fácil decirlo que hacerlo.

Quiero explicarte o, al menos, abrirte los ojos sobre la necesidad de cambiar tu forma de aportar valor, ganar dinero e invertir tu tiempo. Porque aunque vamos a hablar de monetizar tus cualidades, en realidad, eso sólo es un medio para hacerte valer y generar un impacto en otras personas. En definitiva, de sentirte vivo. Quiero ayudarte a encontrar formas de ganar dinero haciendo lo que te gusta. Creo que muchas pequeñas empresas que tienen éxito a menudo empiezan por una afición o interés personal. En mi caso, mi pasión por los libros de gestión y desarrollo personal junto con mis ganas de cambiar las cosas acabaron trayéndome hasta aquí y no tengo ni idea de dónde acabaré. Pero lo que está claro es que cuando empiezas, no paras.

Ésta puede parecer una forma extraña de pensar para aquellos de nosotros a los que el sistema educativo trató de convencernos de que no tenemos grandes cualidades, ¿verdad?

Crear blogs con seguidores fieles, publicar libros, lanzar cursos virtuales, atraer la atención de los medios, tener un impacto positivo en la vida de los demás, olvidarse de volver a echar currículos y encima poder vivir de ello es algo que te cambia la vida. Este proceso para encontrar ideas y hacer que sucedan es una de las aventuras más estimulantes que he vivido. Pero es algo que también veo en los ojos de muchas de las personas a las que asesoro.

La capacidad de establecer tu propio rumbo profesional es una fuerza muy liberadora, siempre y cuando puedas monetizar tus ideas y tus proyectos. No somos oenegés... aunque también podrías aplicar estos principios si lo fueses. Pero ésa es otra historia.

Ganar dinero vendiendo lo que sabes

Rentabilizar tu experiencia, crear múltiples fuentes de ingresos y prosperar. Ésta es la idea. Te voy a dar opciones para convertir tus cualidades en dinero. Tú, como tantos otros, puedes reorientar (no me gusta mucho eso de reinventar, me suena a huida hacia delante) tu vida y crear un negocio rentable aprovechando, empaquetando, comercializando y monetizando tus cualidades.

Vas a diseñar uno o varios proyectos profesionales combinando, alternando y gestionando varios trabajos o tareas, pero todo bajo un tema unificador que podríamos denominar «profesión paraguas».

Monetizar tu experiencia. Obtener rendimiento económico de tu estatus de especialista en algo. En otras palabras, crear un oficio diseñando ofertas de servicios profesionales, como la consultoría. Porque puedes ganarte la vida o, al menos, una parte consiguiendo que te paguen por tus consejos y asesorías. Puede parecerse utópico en este momento, especialmente si crees que nadie pagaría por escuchar tus consejos. Incluso a mí me lo sigue pareciendo cuando lo pienso, pero la realidad es que hay miles de personas a tu alrededor haciendo exactamente eso en este momento. Al final acaban pagándoles lo que valen y ganándose el respeto que merecen.

Hay una nueva generación de profesionales a los que verás trabajando con sus portátiles tomando un café en alguno de esos locales con sillones y un estudiante extranjero con un Mac (siempre hay uno), ya sabes a cuáles me refiero. Están siempre conectados ofreciendo consejos a otras personas para ayudarlas a transformar sus vidas y negocios. Viajan por el mundo, si quieren, conociendo diferentes culturas, y ganan dinero en piloto automático. Mientras tanto, los que han quedado atrapados se ahogan en trabajo, deudas y estrés.

Cada día, millones de personas buscan en Google y en las redes sociales las respuestas a sus preguntas. Preguntas por cuyas respuestas podrían estar dispuestas a pagar. Especialmente si les va algo importante en ello. Existe una necesidad mayor que nunca de obtener información útil. El problema ya no es la cantidad de información sino la forma de gestionarla y procesarla. Si eres de los que sabe separar el grano de la paja y explicarlo de tal modo que sirva para solucionar problemas o mejorar la vida de otros, tienes un tesoro. Tanto si te consideras un experto (este término es un poco espinoso) como si no, si sabes cosas que otros no saben, todo eso que sabes es monetizable. La gente busca asesoramiento, orientación y consejos en muchos aspectos de su vida. Están buscando personas como tú, que puedan echarles una mano para ayudarlos.

No sólo estoy hablando de dinero, también estoy pidiéndote que reconozcas el enorme potencial (lo de ilimitado me parece un poco exagerado) que tienes dentro de ti para hacer más de lo que puedes imaginar.

Ser empleado y emprendedor al mismo tiempo

Este libro te dará una ventaja en ambos mundos, el asalariado y el libre. Incluso si no tienes el menor interés en tener tu propio negocio y eres completamente feliz trabajando en una empresa convencional, existen muchas tácticas y estrategias para convertir ese

trabajo en el proyecto para el que naciste. Aunque si has leído hasta aquí, supongo que no quieres conformarte y esperas, al menos, tener la tranquilidad que genera no depender de un único «cliente».

Tener dos trabajos puede parecer imposible. Claro, para algunas personas la idea de dejar su trabajo diario y ponerse manos a la obra es estimulante. Para muchos otros, sin embargo, puede ser aterrador. Después de todo, tengas o no una familia que mantener o una hipoteca que pagar, un trabajo que produce unos ingresos regulares además de otro tipo de beneficios es difícil, si no imposible, de abandonar.

Si quieres seguir con tu empleo (y es lo que yo te recomiendo, al menos cuando lances tus primeros proyectos), te darás cuenta de lo bien que sienta tener un dinero extra entrando en tu cuenta. Lo ideal, aunque implica más esfuerzo, es mantener tu trabajo diario mientras desarrollas esos proyectos paralelos en los que tienes muchas ganas de trabajar. La confianza y la motivación que se generan son inmensas.

En cualquier caso, todo esto va de diversificar la inversión profesional en un momento en el que nada es seguro. Podríamos decir que tener un empleo es algo así como poner todo tu dinero a plazo fijo. Los proyectos paralelos son como inversiones alternativas con más o menos riesgo pero sin jugártelo todo. La cuestión es: ¿en cuántas cestas pones tus huevos? ¿Cómo vas a maximizar tu inversión profesional?

Crear una forma sostenible de ganarte la vida sin perdértela

Éste es un enfoque que puede funcionar para cualquier persona, en cualquier sector, para cualquier producto o servicio y, sí, eso te incluye a ti, aunque empieces de cero. Por ejemplo, en su momento y casi por casualidad, encontré una forma de utilizar lo que sabía. Y eso me ha funcionado desde entonces, me ha ayudado a tener el estilo de vida que quiero, me permite elegir a mis clientes y, si no fuera suficiente, es rentable, emocionante y gratificante. Lo que quiero es que hagas lo mismo: aprovechar, empaquetar, comercializar y monetizar lo que sabes.

Muchos profesionales que ponen en marcha negocios unipersonales no son conscientes de que es posible facturar 100.000 euros al año, o más. Yo mismo me quedé sorprendido cuando una colega y amiga me lo confesó y más tarde pude confirmar que ocurría con otros profesionales de distintos sectores. Como ves, aquí no te estoy hablando de millones de euros ni de cifras absurdas. Creo que puedes conseguir facturar bastante dinero si eliges bien tus proyectos y los gestionas bien. Como te digo, éste es un libro realista y no quiero venderte la moto de que podrás ser millonario «al instante», por lo que prefiero centrarme en números más conservadores y, sobre todo, en darte opciones para que seas tú quien establezca las cifras que deseas.

Poner los huevos profesionales en varias cestas

No tienes que dejar tu trabajo, gastar los ahorros de toda tu vida o arriesgarte a hacer alguna estupidez para que tu idea salga adelante. Un proyecto paralelo evita todo eso al comenzar poco a poco, en tu tiempo libre, para empezar a alcanzar tus metas en poco tiempo y luego ajustar tu estrategia en función de los resultados. También te va a evitar una de las principales causas por las que falla un negocio: hacer algo que no te apetece.

Poner en marcha proyectos paralelos es la nueva forma de conseguir seguridad laboral. Puedes pensar que, como un profesional independiente, vas a depender del éxito de tu próximo proyecto. Me vas a argumentar que cuanto más gente decida desarrollar sus propios proyectos, más competencia habrá, y eso no parece que lleve precisamente a la seguridad laboral. Sin embargo, si sigues pensando como empleado a tiempo completo, vas a estar tan seguro como decida tu empleador actual, porque has apostado todo a un único número. Si la empresa matriz en Londres o en San Francisco decide que la sede en Murcia o en León no es tan rentable como esperaban, tu empresa podría venderse, reorganizarse o directamente cerrar. ¿Dónde te deja eso? Potencialmente sin trabajo. Eso es algo que yo he vivido en más de una y de dos ocasiones cuando trabajaba para otros.

Como empleado asumes que estás seguro, pero podrías ser despedido mañana por la mala decisión de otra persona. Como empleado asumes que tienes el control de tu vida pero, en realidad, estás a merced de alguien a quien crees conocer, pero que mañana puede sorprenderte o, simplemente, velar por sus propios intereses antes que por los tuyos.

Al desarrollar proyectos paralelos, tienes más de un cliente. Si uno de ellos desaparece (se vende, se reorganiza o cierra), no lo pierdes todo porque tus huevos financieros están en varios cestos. Y no olvides que uno de esos cestos puede ser un empleo tradicional. Lo importante es que pienses siempre en diversificar: cuando tus ingresos vienen de diferentes fuentes, ya no dependes de los caprichos de un solo empleador/cliente.

Un trabajo alternativo implica más dinero, más seguridad, más opciones, en definitiva, más libertad. En el entorno actual, donde la idea de una empresa que tiene algún sentido de lealtad y de compromiso hacia sus trabajadores casi ha desaparecido, un proyecto paralelo es la nueva seguridad laboral. Te da la capacidad de decidir.

Si no diversificas tu portfolio profesional, asumes demasiado riesgo. Nos dicen que debemos diversificar nuestras carteras de inversión porque es una tontería poner todo nuestro dinero en una sola acción. Pero somos mucho menos cuidadosos cuando se trata de nuestro trabajo. El modelo anterior, aquel en el que crecimos la mayoría de nosotros de «trabaja duro, consigue un buen trabajo y serás recompensado» se ha esfumado. Un proyecto paralelo puede ofrecerte la oportunidad de explorar tus pasiones o dedicarte a lo que te gusta, sin sacrificar el salario regular de un trabajo «normal». El proyecto paralelo no sólo proporciona una inyección de flujo de dinero extra a tu cuenta, sino que también puede ayudarte a aumentar la satisfacción en tu vida.

Como no hay un requisito mínimo para dedicar un tiempo determinado a tu proyecto paralelo, puedes poner en marcha dos o tres, o incluso más negocios alternativos, en cualquier momento, y según lo permita tu tiempo y tus ganas. Esto puede ayudarte a crear un flujo ilimitado de ingresos adicionales.

Insisto, cuando digo ilimitado me refiero a un goteo constante, no que vayas a nadar en billetes. Y en el caso en que las cosas empeoren en tu «trabajo alimenticio», tienes una red de seguridad que te permitirá no quedarte sin ingresos hasta que consigas tu próximo trabajo a tiempo completo... si es que deseas volver al cubículo.

Hoy día, la mayor seguridad laboral es una combinación de una mejora constante como profesional, la construcción de una marca personal conocida y reconocida y la generación de múltiples fuentes de ingresos sostenibles. Si has conseguido un buen nivel en esos tres aspectos, tu profesión se ha protegido frente a posibles decisiones ajenas. Tienes el control.

No se trata sólo de cubrir gastos, de seguir sobreviviendo a duras penas, por supuesto. Pensar en cómo monetizar tu experiencia, de varias formas posibles, también te da la libertad de elegir lo que realmente quieres que sea tu vida.

Antes de la llegada de internet, las opciones eran relativamente limitadas. Tal vez podrías tener suerte en una carrera glamurosa como escritor de libros de éxito, como profesor de idiomas en el extranjero o como consultor independiente de alto nivel. Pero esas oportunidades eran raras, y para la mayoría de la gente, mantenerse a sí mismo significaba ir a una oficina todos los días, trabajar de nueve a cinco (o mucho más tarde) y contentarse con unas cortas vacaciones que estarán condicionadas por lo que los compañeros y los jefes decidan. Hoy podemos utilizar los beneficios que la tecnología nos ha dado. Para aquellos que desean probar y cambiar, las oportunidades son ilimitadas. Por ejemplo, sólo porque los periódicos estén en horas bajas no significa que no puedas convertirte en un periodista especializado creando tu propio medio digital. El que no puedas rodar una película en Hollywood no te impide hacer algo muy creativo con medios mucho más asequibles. Estamos creando nuestras propias profesiones y aprendiendo a hacer dinero con ellas.

Se avecinan tiempos de ansiedad y depresión para quienes insisten en aferrarse al pasado. Pero si estás dispuesto a echarle imaginación para convertir tu conocimiento y experiencia en múltiples fuentes de ingresos, puedes aumentar tus alternativas y, por tanto, evitar el estrés que implica depender de una sola opción.

Monetizar tus ideas y asumir el espíritu empresarial, ya sabes el YO S.L., significa, simplemente, que tienes más posibilidades de elegir. Puedes mantenerte en tu empleo, si tienes uno, sabiendo que tienes la seguridad de un plan de respaldo. Y si trabajas por tu cuenta, tienes la capacidad de remodelar tu vida y tu carrera como consideres oportuno.

Lo que NO te propongo

Renunciar a tu trabajo

o mandar a la porra a tu jefe... todavía

En este libro no te voy a decir que dejes tu trabajo y te lo montes por tu cuenta, ya lo sabes. Ése, además de un mal consejo porque cada cual tiene sus propias circunstancias, es una decisión únicamente tuya. Es un error pensar que todo el mundo debería ser sólo emprendedor o empleado. Se trata más bien de mantenerte abierto de mente. Sería un error asumir que todos debemos seguir un camino u otro, o juzgar cada opción como buena o mala. La mentalidad de PROFESIONAL que subyace tras los proyectos paralelos no tiene nada que ver con dejar tu trabajo o cerrar un negocio ante el primer signo de disgusto o las primeras dificultades. Se trata de entrar en una dinámica de cambio natural dentro de tu profesión y tus intereses pasando de una posición a la siguiente y mientras permaneces abierto a una amplia variedad de opciones en el camino.

Muchas personas con las que he trabajado entran y salen de sus proyectos por cuenta propia de forma natural y sin traumas. Unas veces trabajan para sí mismos a tiempo completo, otras veces se involucran en un proyecto de consultoría a largo plazo en alguna gran empresa, y en otras ocasiones vuelven a trabajar en otras organizaciones a tiempo completo o parcial. Los profesionales que conozco a los que mejor les va son expertos en trabajar con empresas, asesorándoles como clientes mientras construyen sus propios negocios. Después de todo, incluso los más inconformistas pueden acabar realizando proyectos para las empresas del tipo que detestaban, pero el cambio de papel, de empleado a proveedor o profesional libre, supone un cambio de actitud tremendo.

Los amigos que mantienen sus empleos en las empresas en las que trabajé y a los que mejor les va suelen ser buenos creando e innovando dentro de las organizaciones para las que trabajan. Podría incluirlos en el perfil de intraemprendedor. Muchos cambian de puesto dentro de las compañías en las que están a gusto, incluso creando posiciones totalmente nuevas en el proceso. Saben que pueden tener un gran impacto aprovechando los recursos de la compañía, al tiempo que reciben su nómina cada mes. Pueden recibir mucha formación útil, adquirir experiencia y desarrollar una red de contactos dentro de estas compañías en las que desearían mantenerse.

Dejar un empleo para montar un negocio tradicional

Por tanto, esto no va de dejar un empleo para montar un negocio tradicional. Los profesionales con mentalidad de proyectos gestionan sus propios negocios, pero también eligen el tipo de trabajo que les da la libertad que desean.

En la mayoría de los casos, los profesionales que desean generar ingresos paralelos suelen evitar la puesta en marcha de negocios tradicionales. No tiene nada de malo montar tu propia tienda, gastrobar o taller de reparación de coches si eso es lo que realmente deseas hacer, pero se alejan de la filosofía que hay tras estos proyectos alternativos.

Un negocio tradicional requiere una inversión antes de empezar. Esto puede incluir inventario, alquilar un local, comprar equipos y contratar empleados. Una vez que has establecido la empresa y gastado un puñado de billetes, el siguiente paso es dedicarle

tiempo al negocio (el ojo del amo engorda al caballo). Y si lo que querías era alejarte del típico trabajo de nueve a cinco, administrar este tipo de negocios a menudo puede implicar una dedicación de diez a catorce horas al día o más.

Competir con negocios tradicionales es casi siempre una propuesta perdedora. Por muy optimista y motivado que estés, competir contra gigantes o empresas establecidas en casi cualquier categoría de productos es una batalla difícil. No sólo hay una competencia brutal, sino que estar atado a un negocio cinco o siete días a la semana no parece precisamente que sea el estilo de vida ideal del que estamos hablando. Y si esto no fuera suficiente, un típico negocio «físico» te mantiene fijo en un lugar concreto. Así que no sólo estás hipotecado por el tiempo que debes dedicarle, sino también por la localización. Para muchos dueños de negocios de este tipo, simplemente significa cambiar las cadenas de un empleo por otras más brillantes y caras, las de administrar sus propios negocios.

Si no te has dado cuenta, no te convertirás en un profesional libre ocupando un puesto en una empresa y ni tampoco montando negocios tradicionales de ladrillo y cemento como suele decirse. Por tanto, no voy a dedicarme a hablarte de modelos de negocios tradicionales, complejos o que requieran mucha inversión. Si estás esperando que te explique cómo crear una sociedad anónima o cómo darte de alta como autónomo, éste no es tu libro. Sin embargo, una buena parte de lo que aprenderás también es aplicable a empresas de rápido crecimiento como una startup de internet.

Simplemente PROFESIONAL

Antes de seguir avanzando y de meternos a fondo con las diferentes formas de monetización de tu trabajo, me gustaría terminar de definir un par de términos para utilizar un lenguaje común. Cuando empecé a trabajar en este libro pronto me di cuenta de que no había un perfil de trabajador que encajase como un guante en el tipo de proyectos alternativos que planteo. Desde hace algún tiempo, suelo hablar en mis cursos y talleres de *neoprofesionales* para describir a quienes se mueven por proyectos, independientemente de que sean propios o ajenos. Pero es como si estuviésemos hablando de algo nuevo cuando, en realidad, vemos que el estado natural del ser humano es precisamente el de aventurero y experimentador.

Incluso, ya un poco preocupado porque no encontraba el término adecuado, llegué a darle una vuelta más al concepto y pensé en algo así como *metaprofesional*. Es decir, algo que va más allá del profesional, que trasciende lo profesional. Vamos, que se me estaba yendo la cabeza. Pero, al final decidí que lo mejor era volver a las fuentes. Dejarse de tonterías y simplemente utilizar el término que mejor define a alguien que, como dice el diccionario de la RAE:

- Dicho de una persona: Que practica habitualmente una actividad, incluso delictiva, de la cual vive.

- Dicho de una persona: Que ejerce una profesión.
- Dicho de una persona: Que ejerce su profesión con capacidad y aplicación relevantes.

Es decir, simple y llanamente, un PROFESIONAL. Y si seguimos tirando del hilo, una PROFESIÓN es, también según el diccionario, «Empleo, facultad u oficio que alguien ejerce y por el que percibe una retribución». Y es que, en esta vida, muchas veces lo que buscamos está delante de nuestros ojos. Así que, a partir de este momento, utilizaré el término PROFESIONAL (con mayúsculas, como merece) para referirme a personas como tú y como yo que queremos vivir de nuestra profesión independientemente de nuestra situación administrativa. Así que me da igual que te etiquetes como empleado, autónomo, emprendedor, funcionario, desempleado, *freelance*, agente libre, empresario o como te dé la gana. Si quieres ganarte la vida poniendo en marcha o participando en proyectos relacionados con lo que te gusta y/o con lo que sabes hacer, eres un/a PROFESIONAL. Punto.

PROFESIONAL		
Desempleado	Empleado	Autónomo, <i>freelance</i>
Emprendedor	Empresario	Funcionario

Qué es un PROFESIONAL

Así que, para entendernos, usaremos el término PROFESIONAL para denominar a quienes quieren seguir esa forma de vida laboral en la que va a desarrollar diferentes negocios alternativos o proyectos paralelos. Por supuesto, uno de esos proyectos puede ser un empleo tradicional en el que trabaje para otros y cobre una nómina.

Un PROFESIONAL está enfocado en proyectos en los que se tiene en cuenta tanto los ingresos como la creación del estilo de vida que desea. Suele organizar su trabajo y sus actividades comerciales en torno a sus objetivos personales. Crea y gestiona negocios que pueden ser total o parcialmente automatizados.

Un PROFESIONAL aprovecha sistemas y servicios de otras personas para hacer funcionar sus negocios. Suelen ser independientes de la ubicación y, a menudo, trabajan desde casa o mientras viajan.

Un PROFESIONAL no intercambia tiempo por dinero trabajando hasta que ya no puede más. De hecho, esta forma de ganarse la vida es completamente opuesta a la filosofía de los proyectos paralelos.

Un PROFESIONAL quiere hacer lo que le gusta sin que un jefe le diga qué hacer cada día. No quiere pasarse la vida yendo a una oficina o fábrica cada semana para hacer siempre lo mismo. Quiere tener control sobre su horario.

Un PROFESIONAL quiere poner en marcha ideas que le generen ingresos sin tener que ir a una escuela de negocios y sin endeudarse.

En resumen, podríamos decir de un PROFESIONAL que:

- El potencial de ganancias depende únicamente de su propio esfuerzo.
- El trabajo le divierte y le emociona porque hace lo que le gusta.
- Está relacionado con muchas de las ventajas que nos proporciona la economía global.
- Establece su propio ritmo y puede meter el acelerador en el momento que desee.
- Genera ingresos recurrentes dedicándole el tiempo del que dispone.
- Aunque deje de trabajar, obtendrá ingresos de los proyectos que están funcionando.
- La inversión en un edificio, inventario o equipo es opcional y, casi siempre, innecesaria.
- No requiere ningún equipo especial o tecnología que no esté al alcance de todo el mundo.
- Puede establecer su propio horario y la cantidad de horas para trabajar.
- Puede seguir generando dinero de sus proyectos incluso después de la jubilación.
- Puede trabajar donde sea que esté, ya sea su casa, mientras viaja o en su lugar del mundo favorito.
- Se puede gestionar durante el horario comercial o cuando todo el mundo descansa.
- Se puede iniciar independientemente de la situación económica o tecnológica.
- Su ingreso no depende de vender horas de trabajo por euros.
- Su potencial de monetización es, en teoría, ilimitado.
- Sus ingresos dependen de sistemas fácilmente replicables que pueden empezar en cualquier momento.
- Sus negocios pueden ejecutarse automáticamente y sin presencia física.

Hay más de una forma de trabajar

Piensa en las personas que conoces que son felices en sus trabajos. Tal vez tengan un trabajo genial en una de esas empresas «modernas» que ofrecen vacaciones ilimitadas y la oportunidad de establecer sus propios horarios. Tal vez puedan trabajar desde casa. O quizá prefieran trabajar con un equipo de personas, pero el equipo que ellos elijan. Si pudieras elegir entre dos trabajos con el mismo salario pero uno de ellos fuese como éste y ofreciera mejores condiciones de trabajo y más flexibilidad, ¿no lo elegirías? Pues eso es justo lo que te propongo cuando te animo a crear tus proyectos paralelos, sólo que el jefe eres tú. Pero ojo con lo que desees. Simplemente convertirte en tu propio jefe, poner en marcha tus propias ideas de negocio no es necesariamente la respuesta si no lo planificas correctamente.

Cuando la mayoría de las personas comienzan un proyecto, acaban sustituyendo un trabajo que acapara todo su tiempo con un negocio que devora aún más su tiempo. Y eso si sustituye uno por otro. Así que imagina como sería si decidiesen compatibilizarlos.

Hay una tendencia muy arraigada en nuestra cultura que nos aconseja centrarnos en ganar dinero con una única fuente de ingresos o sólo en trabajos que estén completamente alineados con nuestra profesión, ya sabes, el clásico «tengo que trabajar en lo mío». Esta forma de pensar tan convencional es la que se suele transmitir en escuelas de negocios, libros de gestión y formación para directivos. Pero la mentalidad del PROFESIONAL es diferente, o al menos debería serlo. Después de todo, es algo que estás llevando a cabo paralelamente a tu proyecto principal que llamamos «empleo». No estás tratando de construir una nueva empresa en Silicon Valley o en una petroquímica. Estás haciendo esto para ganar dinero para ti.

Construye tu cartera de proyectos paralelos

Como espero que haya quedado claro, la idea de este libro no es descartar el empleo como forma de monetizar, sino complementarlo con otras fuentes de ingresos. El objetivo es tener una cartera, un catálogo de proyectos de negocio unipersonales que puedas gestionar a lo largo de tu vida profesional. En algunos casos, un empleo o alguna fórmula tradicional de ganarte la vida será el «campamento base» sobre el que construirás tus proyectos paralelos. En otros, como cuando pases por un período de desempleo, un año sabático o simplemente decidas que consigues generar suficiente dinero desarrollando ideas de negocio alternativas, quizá no te preocupe volver a trabajar en una empresa.

Lo importante es que analices cuánto tiempo te requiere cada uno de los proyectos paralelos, incluido un empleo, cuántos ingresos te genera y qué riesgo estás asumiendo en cada uno de ellos.

Lo maravilloso de todo esto es que existen opciones. Por ejemplo:

- Si te encanta tu empleo, genial. Haz todo lo posible para desarrollarte en la empresa que te paga la nómina. Pero eso te da libertad para probar otros proyectos sin meterte demasiada presión. Y quién sabe si, en el futuro, puedas introducir esa idea en tu compañía.
- Si estás desempleado o estudiando, puedes desarrollar ideas de negocio que te permitirán sentirte útil, posiblemente generar algunos ingresos y, por supuesto, adquirir experiencia y justificar ante un potencial empleador que no estás «parado».
- Si decides trabajar como un profesional por cuenta propia (emprendedor, empresario, autónomo, *freelance* o cualquier otra fórmula). Los proyectos paralelos son tu estado natural y si salen adelante con éxito, estarás diversificando tus fuentes de ingresos por si alguno de los negocios flaquea.

Creo que te vas haciendo a la idea. Lo he resumido en este cuadro, que es simplemente una forma sencilla de visualizar lo que te estoy proponiendo. Pero creo que sirve para aclarar lo que digo.

PROFESIONAL						
	Modo salario	Modo producto	Modo producto digital	Modo servicios	Modo experto	Modo colaborativo
	Empleo	Comercio electrónico Marketing de red	Marketing de información Cursos y webinarios Marketing de afiliados Suscripción Congresos virtuales	Servicios profesionales Servicios personales Licencias y certificaciones	Hablar en público Blog y videoblog Podcast Libros Influencer	Proyecto colaborativo
h/día						
€/mes						
Riesgo						

Si te fijas, las posibilidades son muy interesantes. Por ejemplo, supongamos que en tu empleo ganas 2.000 euros al mes, pero decides crear un blog en tu tiempo libre en el que vas a hablar de cómo mejorar la productividad personal o creas un canal de YouTube explicando cómo gestionar las finanzas de una pyme. Poco a poco vas consiguiendo cierto prestigio entre aquellos a los que les interesan esos temas, y quizá te inviten como ponente a dos o tres jornadas cada mes en las que te paguen 300 euros por intervención. Pero, además, te piden que pongas publicidad en tu web y, también, vendes un curso virtual que te genera 800 euros al mes. Y además...

Lo que quiero que veas es que puede llegar un momento en el que la monetización de tus «otros» proyectos llegue a ser tan interesante o más que tu empleo y éste se acabe convirtiendo en otro proyecto paralelo más.

Encontrar tu fórmula de trabajo ideal

Para encontrar tu fórmula perfecta como PROFESIONAL, no sólo debes descubrir tus condiciones de trabajo ideales, sino también el tipo de trabajo con el que te sientas más cómodo. Hasta hace poco, las opciones se limitaban a ir a trabajar en una empresa (cuanto más grande, mejor) o iniciar un negocio por tu cuenta. Pero hoy, la cantidad de opciones se ha multiplicado. Hoy hay todo un buffet de posibles alternativas:

- Empleo tradicional
- Empezar o convertirte en empresario
- Oposiciones, ejército u otro servicio público

- Autónomo, *freelance*
- *Coach*
- Consultor independiente
- Empleo a tiempo parcial, estacional u otro tipo de empleo informal
- Híbrido o *knowmad* (trabajos ocasionales o una combinación de diferentes tipos de trabajo sin un sitio fijo)
- ...

Al elegir entre estas formas de trabajo, hay algo que debes tener en cuenta. Así como existen diferentes profesiones, a menudo hay muchas especialidades distintas dentro de estas profesiones. Si eres consultor, por ejemplo, puedes realizar tus asesorías de muchas formas diversas: ser un consultor de Marketing, dedicarte a la cultura empresarial, a la gestión de recursos humanos o a crear modelos de gestión, por nombrar algunos. Estos papeles son bastante distintos y tienen responsabilidades muy diferentes. Y dentro de estas actividades también hay diferentes estructuras de empleo. Por ejemplo, si eres responsable de comunicación en las redes sociales, puedes trabajar para ti, trabajar para clientes pero con un contrato temporal o trabajar para una empresa u organización en un puesto «fijo».

En los ejemplos anteriores de consultor y especialista en redes sociales, cada uno de los puestos específicos es bastante distinto, con una gran diferencia en las condiciones de trabajo. Lo fundamental es que no importa qué trayectoria elijas, lo realmente importante es escoger las condiciones de trabajo adecuadas para encontrar tu proyecto perfecto.

Si bien el número de formas de mezclar tus pasiones, habilidades, conocimientos y experiencias puede ser inmenso (como las combinaciones en el cubo de Rubik), la clave está en identificar un objetivo y perseguirlo con toda tu alma y en descubrir tus valores (lo que realmente te importa) y aferrarte a ellos con fuerza. De cualquier modo, el primer paso siempre es el mismo: identificar lo que realmente quieres.

Lo más normal es que todavía no tengas todas las respuestas (quizá no las tengas nunca del todo). Sólo recuerda que hay más de un camino, pero el objetivo es hallar el que más se ajuste a lo que te apetece hacer y conseguir. Debes encontrar un trabajo que se ajuste todo lo posible a lo que te apasiona, que te genere ingresos y que se adapte a las mejores cualidades que te hacen valioso. Cuanto más cerca se encuentre de la intersección ideal de esos tres factores, más probabilidades tendrás de ser feliz y lograr éxito (en el sentido de conseguir lo que realmente quieres).

Proyecto paralelo

La mayoría de las personas cambian sus sueños por las cuotas de un automóvil.

CHRIS GUILLEBEAU

Ya te he explicado lo que es un PROFESIONAL y te he pedido que utilices ese término para describir a quienes desean diversificar las fuentes de ingresos de su trabajo. Ahora quiero desarrollar el segundo concepto clave en todo lo que te estoy contando. Me refiero al término *proyecto paralelo* que ya he estado utilizando.

¿Qué es un proyecto paralelo? En primer lugar, debo decir que es la mejor forma que se me ha ocurrido para describir la manera de trabajar de los PROFESIONALES. Autores anglosajones como Chris Guillebeau, Dorie Clark y muchos otros utilizan términos como *side hustle* o hablan de economía *gig*. Aquí hablamos de autoempleo, pluriempleo, trabajos temporales, a tiempo parcial y otras cosas similares pero creo que no llegan al fondo de la cuestión. Vayamos por partes.

Un PROFESIONAL (con mayúsculas) es una persona que construye su estrategia basándose en proyectos paralelos que convierte en activos para que le generen ingresos.

Economía gig

Antes de seguir adelante, déjame explicarte un poco lo que significa economía o proyectos *gig*, que es otro concepto relacionado con los trabajos alternativos. *Gig* normalmente se refiere a servicios basados en proyectos o bajo demanda que pueden ser proporcionados por cualquier persona que tenga un nivel suficiente para desempeñar la tarea. Por cierto, *gig* es una palabra que viene de la actuación en vivo de alguien como un músico o un artista callejero. Es decir, algo improvisado y que no requiere muchos recursos.

El término *economía gig* se popularizó durante la crisis financiera de la última década, en la que la gente que se quedaba en el paro, especialmente en Estados Unidos, trataba de ganarse la vida realizando tantos trabajos a tiempo parcial como fuese necesario para llegar a fin de mes. Al final se ha quedado entre nosotros pero en España no ha cuajado ese anglicismo. Y mira que tragamos todo lo que suena a inglés.

La economía *gig* es muy diversa. Puede incluir trabajadores temporales, trabajadores con contrato indefinido, consultores y directivos independientes, así como profesionales por cuenta propia, empresarios y autónomos. La economía *gig* es una fuerza asombrosa que está extendiéndose a todo tipo de proyectos y que está cambiando el concepto de trabajo para todos. Tanto los que ya están en él como los que todavía están viéndolas venir.

Uno de los problemas de los trabajadores *gig* es que están a merced de algunas nuevas empresas basadas en la economía colaborativa de la que te hablare más tarde, carecen de los beneficios y las protecciones legales de los empleados tradicionales y

pueden ser despedidos, o no tenidos en cuenta, por cualquier motivo. Podríamos decir que si muchas de estas empresas se posicionan como de «bajo coste» es porque los costes bajos son los de quienes trabajan en ellas.

El problema no es la falta de empleo, sino la falta de ingresos

Pero vayamos al fondo de la cuestión. Un proyecto paralelo es una forma de ganar dinero extra que te permite una cierta flexibilidad para enfocarte en lo que más te interesa. Son trabajos o proyectos que te permiten monetizar u obtener ingresos adicionales a tu trabajo principal o tu empleo. Un proyecto paralelo es un producto o servicio que ofreces o vendes en el espacio y el tiempo del que dispones cuando terminas tu jornada laboral como empleado o en cualquier momento si estás desempleado, te has tomado un año sabático o todavía no te has incorporado al mercado laboral. Un proyecto paralelo es algo que realizas fuera del trabajo normal. Puede tratarse, por ejemplo, de proyectos de fin de semana, de impartir una ponencia sobre tu especialidad tomándote un día de tus vacaciones, de realizar sesiones de *coaching* fuera de tu horario laboral o de poner en marcha una tienda virtual que venda tus contenidos de forma automática. Proporciona ingresos adicionales a la vez que te ofrece la flexibilidad para realizar el trabajo como tú lo organices.

Un factor importante que hay que tener en cuenta cuando se trata de buscar tus propios negocios alternativos es que deberían estar relacionados con algo que te guste o te apasione. Ya que vas a ser tú quien lo diseñe, sería tonto escoger algo que te aburra terriblemente o que te haga sentir mal. Por eso hay muchos proyectos de este tipo centrados en tendencias, en viajes, en aficiones, en cosas de «frikis», en aquello que estudiaste y que no pudiste aplicar o cualquier otra cosa que tú consideres que es importante y apasionante para ti. Y todo esto sin renunciar a tu trabajo diario o alimenticio, si no lo deseas o si no generas suficientes ingresos como para dejarlo. Un proyecto paralelo es, en definitiva, un activo que funciona para ti en lugar de al contrario.

Se puede vivir de un trabajo «normal» y generar ingresos complementarios

En principio, un proyecto paralelo no suele ser tu principal ingreso, pero si la cosa va bien, puede llegar a convertirse en tu trabajo principal.

Es bueno que cuando empieces algún negocio de este tipo no te obsesiones ni sucumbas a la presión de las ganancias porque eso podría acabar con tus ideas más brillantes incluso antes de comenzar. Peor aún, si no sale bien, podrías desilusionarte y no volver a intentarlo. Recuerda que tu proyecto paralelo debe darte seguridad, estabilidad y disfrute, nunca descentrarte o generarte más ansiedad.

Un proyecto paralelo es cualquier tipo de actividad realizada además del trabajo a tiempo completo (si lo tienes). Es una forma de generar ingresos adicionales sin asumir los riesgos de entrar a fondo en la creación de empresas o proyectos que requieran mucha inversión. Un proyecto paralelo no es lo mismo que un trabajo a tiempo parcial o

uno de esos proyectos *gig* que te comentaba antes. Mientras que un trabajo a tiempo parcial implica que otra persona (un empleador) tome todas o la mayoría de las decisiones (incluidas las horas trabajadas y lo que vas a cobrar), un proyecto paralelo te da la libertad de escoger cuánto quieres trabajar y ganar.

Puede ser cualquier cosa, desde crear tu propio producto físico o digital hasta diseñar un curso real o virtual, ofrecer un servicio, como hacer un diseño gráfico o una asesoría personal sobre un problema concreto. Básicamente, si puedes ganar dinero haciéndolo sin dejar tu empleo, es un proyecto paralelo. Por ejemplo, pongamos por caso que sabes diseñar sitios web y que alguien te ofrece mil euros para construir una página personal en la red. Ése es un proyecto paralelo. Otro ejemplo: si eres capaz de crear un curso que explica cómo diseñar una estrategia de marca personal (como he hecho yo) y que vendes a 29 euros en una plataforma de cursos virtuales, también es un proyecto paralelo.

Así que no importa si se trata de un producto o un servicio. Si puedes ganar dinero con ello y hacerlo de la manera que puedas cobrar sin complicaciones y de forma legal, es un proyecto paralelo.

Lo que está claro es que puedes ganar dinero realizando trabajos ocasionales que se adapten a tu horario y rechazar los que no lo hacen o no te interesan. Recuerda que una variable muy importante de todo esto es la libertad. Y todo esto puedes gestionarlo mientras continúas recibiendo un sueldo a fin de mes de tu trabajo «real».

Si no estás listo para dejar tu empleo, o te aterroriza la posibilidad de convertirte en emprendedor o empresario, los proyectos paralelos son una buena opción para explorar lo que más te gusta, probar ideas y hacer crecer una cartera de clientes si finalmente decides lanzarte por tu cuenta a tiempo completo. Además, no todo el mundo quiere trabajar por cuenta propia al ciento por ciento. Si quieres enfocarlo desde un punto de vista más conservador, puedes considerar tu empleo como otro de tus proyectos paralelos o incluso el proyecto principal, pero que sabiendo que te exige una gran cantidad de tiempo y energía.

Por lo general, un proyecto paralelo apenas requiere una inversión financiera previa. Algunos se centran principalmente en proporcionar un servicio, mientras que otros implican la venta de productos que tú mismo creas o adquieres de un tercero y lo revendes. Muchos de estos negocios sencillos no precisan de una formación sofisticada o una habilidad especializada para ser rentables. De hecho, algunas personas encuentran que sus trabajos secundarios terminan proporcionándoles más ingresos que su trabajo a tiempo completo.

Hay un sinfín de ejemplos de proyectos paralelos y te hablaré de algunos de ellos con más detalle más adelante, pero algunas de las actividades populares son:

- Influencer, embajador de marca o prescriptor de producto.
- Administrar cuentas de redes sociales para pequeñas empresas.

- Crear un podcast y vender patrocinios.
- Realizar trabajos como comprador misterioso.
- Comprar y vender libros de texto usados a estudiantes universitarios.
- Asesorar a otras personas sobre como ordenar (y deshacerse) de sus pertenencias.
- Creer y vender contenidos como una guía para visitantes de tu ciudad, o una página web para turistas en la que pongas publicidad pagada.
- Cuidar niños o dar clases particulares.
- Asesorar a gestionar los viajes y alojamientos a personas que pierden sus vuelos.
- Realizar encuestas (yo he hecho unas cuantas).
- Creación de cursos virtuales.
- Escribir y publicar un libro o varios (si yo puedo hacerlo, tú también puedes).
- Escribir textos y contenidos para otros.
- Fabricar y vender artesanía o productos hechos a mano (puedes ver algo de esto en Etsy: www.etsy.com/es/).
- Iniciar un sitio web de suscripción (las personas pagan una tarifa mensual o anual para acceder a información útil sobre un tema específico).
- Vender productos de alimentación o comidas familiares caseras, catering.
- Limpiar casas.
- Ofrecer un servicio independiente simple: cualquier cosa, desde el soporte técnico de los ordenadores de casa hasta la gestión de documentos para pequeños negocios u otra cosa completamente diferente.
- Organizar eventos de networking (poniendo un precio de entrada bajo y consiguiendo patrocinadores que paguen la comida).
- Pasear perros o cuidado de mascotas.
- Proporcionar servicios de entrega de paquetes.
- Publicar un blog con una nueva lección sobre un tema específico todos los días.
- Servicios de fotografía.
- Servicios de trabajo a particulares como mantenimiento de césped.
- Tutoría o formación virtuales en tu área de especialización.
- Ofrecer tus reflexiones sobre negocios, arte o cultura como escritor independiente.
- Vender productos de segunda mano y comprar artículos para revender.
- Vender ropa diseñada por ti o por otros.

Todas estas ideas son algunas formas de generar un pequeño ingreso extra sin tener que renunciar a tu trabajo diario. El único límite es tu imaginación. Puedes comenzar algo, sin dejar tu trabajo y con una inversión cercana a cero. Estarás en buena compañía

porque te unirás a un movimiento en todo el mundo de personas que estamos aprovechando la oportunidad de hacer que las ideas sucedan de formas que eran imposibles hace unos pocos años.

Lo que no es un proyecto paralelo

Un proyecto paralelo no es una actividad ilegal como vender sustancias prohibidas en la calle y cualquier cosa así de estúpida. Esto no va de trapicheos ni de saltarse la legalidad.

Personalmente, antes de generar mis propias fuentes de ingresos tenía algunas ideas contradictorias acerca de lo que realmente era un proyecto paralelo. Mi idea hasta hace pocos años era que un proyecto paralelo tenía que ver únicamente con ser profesional independiente pero no es eso.

Ser un *freelance* o un autónomo suele estar relacionado con negocios basados en servicios. Podría ser a tiempo completo, a tiempo parcial, en el tiempo libre o en cualquier momento, pero un proyecto paralelo es algo que haces mientras realizas otros proyectos, incluido tu trabajo «principal».

Tampoco quiero que lo confundas con el pluriempleo. En realidad, eso iría en dirección opuesta a la libertad que buscamos porque no sólo trabajarías para una empresa o persona, sino que serías empleado de varias. Hacer horas extra en una fábrica o en la oficina no es un proyecto paralelo. Trabajar algunas horas en una empresa de pizzas a domicilio o en algo como Uber cuando necesitas algo de dinero tampoco es un proyecto paralelo. Si la intención de un proyecto paralelo es crear independencia financiera, entonces realizar ese tipo de actividades es justo lo contrario de lo que pretendemos.

Tampoco me gusta nada asociarlo con el concepto de empleabilidad, porque pone el foco en el empleo. Para mí, la clave está en la monetización y la libertad que ésta te proporciona. Así que más que ser empleables, deberíamos pensar en ser capaces de llevar a cabo algo rentable con lo que sabemos hacer y que nos gusta en lugar de obsesionarnos con buscar un trabajo fijo que ya no existe. Salvo que apruebes unas oposiciones.

Todos deberían tener algún tipo de proyecto paralelo

Creo que, tal y como están las cosas, debemos acostumbrarnos a tener alguna fuente de ingresos más allá del empleo convencional. Debemos tener algún ingreso alternativo que mantenga la cuenta del banco en números negros, preferiblemente de forma recurrente. De lo contrario estaríamos constantemente en situación de riesgo.

Muchas personas han encontrado la manera de complementar sus ingresos a través de un proyecto que desarrollan en su limitado tiempo libre y que les entusiasma. Incluso aquellos que son empleados pueden crear una vida con mucho más libertad de la que tienen actualmente. Pero la libertad de gestionar el tiempo está reservada sólo para aquellos que lo controlan, y eso es imposible si alguien ajeno a ti es quien controla tu horario.

Constantemente escucho a personas que me cuentan lo bien que se sienten cuando miran su saldo del banco y ven algunos ingresos que no vienen de su salario normal, especialmente si se trata de proyectos o ideas de negocios que crearon para sí mismos. Incluso si no deseas ser un empresario o el propietario de un gran imperio inmobiliario, tener ingresos regulares de más de una fuente es a menudo la forma más simple y mejor de reducir el riesgo. También puedes crear tus proyectos paralelos durante un año sabático, en los meses que puedas estar desempleado, en una transición antes de comenzar algo nuevo, mientras estás estudiando, o incluso cuando buscas nuevas oportunidades de negocio.

¿Crees que estás demasiado ocupado para otro proyecto aparte de tu empleo? Tanto si estás ocupado como si no, pregúntate: ¿tengo el equilibrio adecuado en mi vida de felicidad, dinero y trabajo? Si quieres un resultado distinto al que estás consiguiendo hasta ahora, de alguna manera tendrás que encontrar el tiempo para cambiar. Decir que estás demasiado ocupado puede ser una forma de darse importancia, pero la gente a la que realmente le va bien acaba encontrando tiempo para hacer lo que les importa.

Hay muchas, muchas razones por las cuales un proyecto paralelo puede ser útil, pero, al final y por muy espirituales que nos pongamos, más dinero implica menos problemas y menos problemas implica más capacidad de decisión. Por tanto, podríamos decir que un proyecto paralelo se puede resumir en una palabra: libertad.

Si todavía no estás convencido de que el dinero extra que te puede proporcionar uno o varios proyectos paralelos te va a ayudar a tener una vida mejor, probablemente estás leyendo el libro equivocado.

Diversifica tus fuentes de ingresos

(independientemente de tu situación profesional)

Hace un par de años ya estaba trabajando con varios clientes y realizando diversos tipos de proyectos (consultoría, conferencias, talleres para directivos, libros, cursos virtuales y formación en escuelas de negocios). Pero me di cuenta de que todavía no había exprimido todas las formas de diversificar y monetizar mis cualidades.

La mayoría de los PROFESIONALES se enfocan demasiado en obtener ingresos de una o dos actividades (como consultoría y hablar en público, que es lo que hacía yo principalmente). Pero buscar otras oportunidades pueden ayudarnos a liberarnos de la presión de la negociación. Al diversificar, puedes ganar más dinero y mitigar el riesgo simultáneamente. Ya no tienes que decir que sí a todo, ni tirar tus tarifas porque hay menos demanda de algún servicio (por ejemplo, el negocio de las conferencias es muy impredecible). Puedes jugar con esas múltiples opciones ajustándolas como te convenga a cada momento.

Tanto si trabajas para ti como si lo haces para otros, todos necesitamos encontrar formas de diversificar nuestras fuentes de ingresos. Eso nos permite protegernos de la incertidumbre, multiplicar el efecto de nuestras acciones y, por supuesto, ganar más y con mayor regularidad. Tu éxito no debería depender de una única idea. Así que no te

obsesiones en encontrar alguna idea genial en este momento. Lo único que tienes que hacer ahora es aprender cómo convertirte en un PROFESIONAL, alguien capaz de generar ideas y conseguir convertirlas en realidad. Esta habilidad, extrañamente ausente de nuestro sistema educativo, es la más valiosa que puedes tener en este momento, con la economía nacional y global cambiando a cada instante.

Se trata de crear negocios que no dependan de ti

La filosofía central de un proyecto paralelo es diseñar negocios que te proporcionen ingresos incluso aunque no estés trabajando en él. En lugar de trabajar *en* tu negocio, aprenderás a conseguir que tu negocio trabaje para ti. Un buen proyecto paralelo es el que te permite no estar todo el día pendiente de él sin que tus ingresos se detengan.

La mayoría de los empresarios o emprendedores que se limitan a tomarse unos días de descanso para luego volver a la rutina de semanas de trabajo de sesenta horas acaban sin ver crecer a tus hijos o sin dar un paseo por el campo cuando les apetece. Sin embargo, cada día somos más los que hemos conseguido desarrollar ideas que crecen y se desarrollan dejándonos tiempo de sobra para estar con los nuestros y vivir la vida.

Ojo, no me cansaré de repetirlo. Esto no va de perseguir la riqueza y todavía menos si se trata de hacerlo en un tiempo récord y sin esfuerzo. Esto va de generar un flujo de dinero suficiente para vivir como deseas creando proyectos que te hagan sentir realizado y satisfecho.

Supongo que, del mismo modo que mucha gente, especialmente la más joven rechaza empleos porque no van con sus valores, existe una tendencia a elegir proyectos propios que nos hagan sentirnos alineados con nuestros principios. Y la mejor forma de hacerlo es creándolos nosotros mismos. Puedes crear negocios que no dependan de ti, que, una vez configurados y puestos en marcha, requieran una cantidad mínima de tiempo para trabajar *en* el negocio.

Y no me entiendas mal. No te estoy diciendo que te desvincules de todo lo relacionado con tus proyectos una vez que han arrancado, de ninguna manera. Lo que te digo es que hoy es posible estar conectado y localizable siempre por teléfono, correo electrónico o cualquier otra forma de contacto, que no tienes que estar encima todo el tiempo, y que, por tanto, como no hay una parte del negocio que dependa de estar vigilando todos los aspectos y a todas horas, tienes libertad para organizar tu vida como te apetezca.

No todo es perfecto. Por ejemplo, habrá momentos y situaciones en los que tendrás que viajar y, quizá, dormir fuera de casa, pero, al menos en mi caso, trato de que sean los mínimos y, si lo logro, lo compenso en cuanto puedo. En mi caso, puedo pasar mucho tiempo trabajando *en* el negocio, hablando con otras personas sobre nuevos proyectos conjuntos, publicando contenidos valiosos en el blog, dando largos paseos que me sirven para generar nuevas ideas u otras que mejoren lo que ya he desarrollado o diseñando nuevas y creativas estrategias de marketing. Para mí, el «trabajo» ahora es una bendición

porque puedo concentrar mi tiempo haciendo las cosas que me encantan, y puedo hacerlas en cualquier sitio donde tenga una conexión a internet. Y, a veces, incluso sin eso.

Se trata de pasar de ganar dinero CON algo (cuando te pagan una nómina por realizar un trabajo estandarizado en una empresa) a hacer dinero POR algo (cuando puedes hacer algo con un fin en mente). No es lo mismo ser un formador al que contratan para dar cursos «típicos» que utilizar la formación para cambiar el mundo.

Las mejores prácticas para los proyectos paralelos

Si bien animo a todo el mundo a que ponga en marcha sus proyectos paralelos, eso no quiere decir que no haya algunas cosas que meditar antes de tirarse a la piscina. La consideración más importante que hay que tener en cuenta antes de ponerte la gorra de PROFESIONAL es la posibilidad de conflicto con tu trabajo diario. Algunas empresas tienen políticas que prohíben la realización de trabajos ajenos a la compañía, aunque dichas políticas suelen referirse sólo a aquellos trabajos similares a los que realizas para tu empleador.

En otras palabras, si eres ingeniero, es poco probable que tu empresa tenga una política que te prohíba ofrecer servicios de catering los fines de semana o vender fotos tuyas de paisajes en una plataforma digital, pero es posible que estés violando esas reglas si haces trabajos de ingeniería por tu cuenta, especialmente si tienen relación con el negocio de tu empleador.

Asegúrate de descubrir cuál es la política de tu compañía respecto a proyectos propios o fuera del trabajo para evitar posibles conflictos o problemas. El manual de empleado (si existe) también puede proporcionarte información sobre la participación en actividades externas pero, si no, siempre puedes consultar con el departamento de recursos humanos de tu empresa. De todos modos, mi recomendación es que, cuanto menos ruido hagas y menos responsables de tu organización sepan lo que vas a llevar a cabo fuera de tu horario laboral, mejor. Hay gente que parece que está deseando ponerte pegas si ve que te puede ir bien.

También debes tener cuidado de no comprometer demasiado tiempo con tus propios proyectos hasta que no sepas cuánto pueden requerir de ti. Asumir más trabajo del que puedes manejar de forma realista dará como resultado clientes decepcionados, lo que puede obstaculizar tu capacidad para asegurar trabajos posteriores.

Ten en cuenta que un proyecto paralelo significa renunciar a parte de tu tiempo libre, pero, con los beneficios que se pueden obtener, muchos PROFESIONALES (yo incluido) encuentran que el sacrificio vale la pena. Con tantas ventajas de tener un proyecto paralelo, no hay razón para no comenzar uno hoy mismo.

Beneficios de los proyectos paralelos

El trabajo no tiene memoria, tu familia sí.

Tener tus propios proyectos, aunque mantengas tu empleo, da algo de miedo porque no ofrecen la seguridad de un trabajo tradicional de los de nómina y cesta de Navidad. Tal y como se están poniendo las cosas, desarrollar negocios propios más que una opción va a ser una obligación. Pero debes tener la mentalidad correcta. Eso sí, una vez que coges velocidad de crucero, las ventajas pueden ser enormes.

¿Qué tiene ser un profesional independiente que atrae a tanta gente (otra cosa es que se atrevan)? ¿Cómo encaja un proyecto paralelo con el trabajo de tus sueños? Un proyecto paralelo aporta algo de variedad a tu vida profesional. Incluso si eres completamente feliz en tu empresa y has tenido la inmensa suerte de encontrar el trabajo para el que naciste, a todos nos gusta introducir novedades de vez en cuando.

Además, muchos proyectos paralelos pueden acabar convirtiéndose en algo más grande. En otras ocasiones te brindan la chispa de motivación o inspiración que necesitabas para realizar ese cambio profesional que siempre deseaste o poner en marcha ese negocio que querías iniciar. Pueden proporcionarte la red de seguridad financiera que te permita asumir otros riesgos o lanzarte a un plan más ambicioso. Incluso si no es así, simplemente sienta muy bien ver esos ingresos extra que recibes por algo que has hecho por tu cuenta.

Déjame que te cuente algunos beneficios y ventajas que me ha aportado a mí y que otros me han confirmado.

Autoestima

En cuanto dejé de formar parte de un organigrama y decidí ir por libre me di cuenta de que la forma en que me veía a mí mismo era realmente algo que dependía de lo que yo decidía. He trabajado deliberadamente para darme cuenta de que lo hago bien. Pero no es una cuestión de vanidad o egocentrismo sino de supervivencia. Si no sabes lo que haces bien, ¿cómo vas a decidir a qué dedicarte? Tiene mucho más sentido concentrarse en tus fortalezas que pasarte la vida lamentándote por las cosas en las que no eres tan bueno.

Conseguir el control de tus ingresos y tus gastos mediante el seguimiento de tu dinero no sólo ayuda a tu cuenta de resultados, sino que también aumentará tu autoestima. Llegará un momento en que podrás mantener conversaciones con clientes, amigos, familiares e incluso con el de la sucursal de tu banco sobre tu dinero, no sólo sin miedo ni vergüenza, sino con verdadera confianza. Ésa es una verdadera bendición.

Cualidades

Como consecuencia de lo anterior, un proyecto paralelo debe aprovechar tus puntos fuertes, me da igual que sean artísticos, técnicos, matemáticos, intelectuales o de otro tipo. Cuando construyes un negocio sobre tus fortalezas, es mucho más probable que disfrutes del trabajo, lo que, a su vez, es muy probable que repercuta en tus ingresos.

Mi consejo para ti como PROFESIONAL es que identifiques tus cualidades más valiosas. No te pases de humilde ni te infravalores, especialmente si tu proyecto depende de ello. Después de todo, si no crees en lo que eres capaz, ¿cómo esperas conseguir que otros vean tu valor y te paguen por ello?

Relaciones

Puede parecer algo poco relacionado con los negocios, pero lo que te voy a decir está muy vinculado con ese estilo de vida que quieres conseguir con tus proyectos. Las parejas que discuten por culpa de cuestiones relacionadas con el dinero tienen un mayor riesgo de divorcio. Yo mismo he visto que los momentos familiares más duros se produjeron cuando empecé a trabajar por mi cuenta y la economía doméstica andaba tiesa. Hay estudios que confirman que las peleas sobre dinero suelen ser más largas e intensas que en otro tipo de desacuerdos matrimoniales. Y que las parejas tardan más tiempo en recuperarse de una discusión sobre dinero que de cualquier otro tipo de tema. Lo genial de ser financieramente libre es que esos tipos de desacuerdos son mucho más raros. Todo cambia cuando las preocupaciones se desplazan de las deudas a las decisiones sobre cuánto queremos ahorrar o dar a quien lo necesita.

No sé si el dinero lo cambia todo, pero sí cambia bastante. Ser generoso sólo porque te apetece no sólo es fácil sino divertido. No es sencillo ayudar a los demás cuando estás hasta el cuello. Incluso una simple invitación a la boda de unos amigos se puede convertir en un drama. No hay nada noble en vivir de esa manera. Mira por dónde, la mejor forma de ayudar a personas con problemas financieros es no ser uno de ellos.

Preocupaciones

He descubierto (aunque he tardado un poco) que no hay que tener miedo a hablar de dinero. Eso incluye todo, desde cómo estableces tus tarifas hasta decidir lo que necesitas para tener una buena jubilación. Al final, acabas descubriendo que, como PROFESIONAL, tu proyecto es un negocio con fines de lucro. No eres una organización benéfica que está agradecida de tener un cliente.

Como tanta gente de mi generación, el dinero está inextricablemente vinculado a la autoestima. No es que lo valores por sí mismo, sino más bien como una medida de tus cualidades: el valor que aportas a los clientes y cómo te ves a ti mismo con respecto a tu competencia. Si no valoras lo que puedes aportar, ¿quién lo hará?

Como profesional independiente, debes establecer tus metas de ingresos. Ya no tienes que estar esperando que tu jefe te dé un «bonus» o aumento anual de un puntillo y medio por encima del IPC. Que, por cierto, casi nunca es suficiente para cubrir la inflación. Tener ingresos alternativos que sigan generando dinero en efectivo, incluso si dejas de trabajar por completo, es tranquilizador. El aumento de la libertad financiera que ofrece un proyecto paralelo no sólo puede ayudar a acabar con las deudas, sino que también puede ayudarte a invertir en alguna empresa que creas que tiene futuro, a enviar a tus hijos a los mejores colegios o a cambiar esos sofás que ya dan un poco de pena.

Hoy gano más dinero de lo que ganaba en mis trabajos por cuenta ajena, y probablemente más de lo que ganaría si hubiese aguantado en otro empleo hasta la siguiente reestructuración para no perder el finiquito.

Puede ser difícil empezar a generar ingresos por tu cuenta, pero cuando superas esa barrera, tienes el potencial de ganar mucho más de lo que ingresabas antes.

Tiempo

Como profesional independiente, puedes trabajar con tu reloj biológico natural, en lugar de adaptarlo a un horario predeterminado compuesto por otra persona. Vas a tener libertad para levantarte de la cama cuando lo desees, sin que suene un despertador en tu oído. Libertad para evitar los atascos diarios o los interminables trayectos en metro y cercanías que roban tu valioso tiempo. Vas a tener libertad para pasar tiempo de calidad con tus seres queridos y no perderte la visita al médico para la revisión de tu padre, el concierto de guitarra o la fiesta de tu hija porque tenías que trabajar. Incluso vas a tener tiempo para pasar todo el día en el parque con tu familia si lo deseas. Personalmente, yo no tengo problema en desconectar cuando lo considero oportuno y especialmente cuando he terminado una tarea o un proyecto importante.

Es cierto que tienes fechas límite y que no puedes simplemente limitarte a trabajar cuando quieras. Pero cuando trabajas por cuenta propia, desde el momento en que llegas a un acuerdo con un cliente, vas a poder establecer tus propios plazos. Siempre que seas lo suficientemente disciplinado para cumplir con ellos, trabajos de madrugada o mientras otros se van de juerga, la decisión es tuya.

Piénsalo de esta manera: poner en marcha proyectos paralelos no te da un salvoconducto para trabajar cuando te apetezca, pero es un regalo para que puedas hacer lo que tengas que hacer en el momento más adecuado para ti. ¿Tienes las fechas de tus vacaciones marcadas en rojo con un círculo en el calendario de tu cubículo, apuntadas en la agenda de tu teléfono para que te salte una alarma y configuradas como salvapantallas en tu portátil? ¿Piensas en las vacaciones como si fuera algo mágico? Reconozco que esto es lo que más valoro de mi vida actual, la capacidad de decidir cuándo desconecto y cuándo no. Se trata de no tener que discutir con mis compañeros sobre qué semanas de julio o agosto puedo irme unos días y esperar la autorización del responsable del departamento. Y todo eso mientras los ingresos siguen creciendo. Tener más espacio en tu vida para la aventura y las relaciones es una posibilidad real y, para muchas personas, una que es a la vez emocionante y un poco intimidante.

Para la mayoría de la gente, un trabajo les da dinero y eso es todo. A cambio de ese dinero, las personas sacrifican la mejor parte del día, cinco días a la semana. ¿Cuánto vale realmente tu tiempo? El trabajo no sólo te priva de hacer lo que realmente quieres hacer, sino que también te impide disfrutar de ver crecer a tus hijos, pasar tiempo con tus seres queridos o simplemente de poder hacer lo que quieres porque sientes ganas de hacerlo ese día. Si, además, añades el tiempo que pasas yendo y viniendo del trabajo cada día y la cantidad de horas que inviertes trabajando, es deprimente calcular cuánto

tiempo realmente tienes para ti. Piensa en lo que podrías hacer con todo ese tiempo extra. ¿Qué podrías hacer para que tu vida fuese más satisfactoria? ¿Te gustaría aprender otro idioma como el francés, el ruso, el chino o el portugués? ¿Ir a ese sitio que has visto tantas veces en los documentales de *National Geographic*? Tal vez te gustaría navegar alrededor del mundo, ofrecerte como voluntario para construir casas en Sudamérica, aprender a bailar salsa, descubrir cómo utilizar la Thermomix, sacarte el título de piloto de drones o hacer reír a niños enfermos.

Esto va de ser libre

- ¿Cómo sería no deberle nada a nadie?
- ¿Cómo sería trabajar en tus proyectos y no (sólo) en los de otra persona?
- ¿Qué sentirías al despertarte cada mañana y tener un control total sobre lo que haces?
- ¿Serías una pareja mejor si no te preocupase tanto el dinero?
- ¿Qué podrías hacer si fueras financieramente autónomo?
- ¿A quién podrías ayudar que realmente lo necesita?
- ¿Cuánto puedes ahorrar para tu futuro? ¿Para viajar? ¿Para la casa de tus sueños?
- ¿Cuánto tiempo podrías pasar con sus hijos? ¿Tu familia? ¿Tus amigos?
- ¿Echas de menos llevar a tus hijos al colegio y recogerlos cuando salen?

Desarrollar proyectos paralelos te da la flexibilidad de adaptar tu trabajo a sus prioridades, satisfacer las necesidades de tus hijos, tus padres y otras personas, lugares, cosas y causas que son importantes para ti.

El objetivo es diseñar un plan para tener más libertad, un plan de escape. Porque la prioridad número uno de un PROFESIONAL es la libertad. Libertad para hacer lo que quieras, cuando quieras, donde quieras y con quien quieras. Con la libertad como el objetivo final, se trata de construir un proyecto que te dé la oportunidad de dedicar tiempo a aspectos de tu vida que no tienen nada que ver con tus negocios.

Éste no es sólo un libro sobre cómo ganar dinero. No trata de acciones en bolsa ni cómo elegir tus inversiones. No hay fórmulas o gráficos de barras. Ni siquiera trata necesariamente de hacerte millonario. Todo esto va de libertad. Se trata de conseguir tiempo. Se trata de vivir una vida en la que no estás atrapado en un trabajo que te aburre. Se trata de crear una vida haciendo lo que quieres en lugar de trabajar cada día para pagar por cosas que compraste. Se trata de rechazar la idea de que hacer lo mismo de siempre te va a llevar a algún lugar distinto al que estás ahora. Se trata de hacer algo para ganarte la vida en lugar de perdértela. Este libro trata sobre cómo conseguir vivir sin deudas y manteniendo el estilo de vida que te apetece. De elegir tu vida en lugar de que otra persona la elija por ti. No estoy diciendo esto para venderte la moto, sino para que sepas que otra vida es posible. Y si muchos lo hemos hecho, tú también puedes.

No se trata sólo de libertad de tiempo sino de libertad financiera

Imagina lo siguiente. Te despiertas por la mañana y todas tus deudas y facturas están pagadas. Tienes suficiente dinero para vivir el resto del año sin tener que trabajar. Tus proyectos están totalmente financiados y tienes un colchón en el banco. Tienes dinero reservado para dar. Las relaciones con tu pareja, hijos y amigos van mejor que nunca. No sólo eso, sino que tienes tiempo para dedicarles sin prisas, lo que todavía hará que estos vínculos se refuercen en el futuro. Con este tiempo y dinero extra, comes mejor, haces más ejercicio y (por fin) duermes bien. Como resultado, estás en la mejor forma de tu vida y de mejor humor. Las tres áreas de la vida de las que más se preocupa la gente, salud, dinero y amor, van mejor que nunca. Has llegado a un momento en el que, si surge una emergencia o un imprevisto, has creado un fondo de reserva para que puedas manejarlo sin sobresaltos. Y si no fuera suficiente, realmente disfrutas con tus proyectos. No tienes que trabajar tanto, pero lo haces porque te encanta. Porque te motiva. Porque aportas valor a los demás, mejoras sus vidas y ganas dinero con eso. Y, como puedes ser más selectivo con tu tiempo y los clientes con los que quieres trabajar, ganas más trabajando menos. Estás en un momento en el que realmente puedes dar un gran giro a tu vida. En lugar de intercambiar tiempo por dinero (que es algo así como venderte por horas), tienes la libertad económica y mental para «cocinar» nuevas ideas de negocio. Tienes tiempo para dedicarles a las relaciones personales y profesionales que prefieras.

No pretendo decirte que tengas que estar completamente libre de deudas para alcanzar esa libertad de la que te hablo, lo que te digo es que tener el control de tu dinero es esencial para evitar que el dinero te controle a ti. Lo que debes manejar para alcanzar la verdadera libertad es tu tiempo. Pero las deudas nos roban la capacidad de vivir la vida que queremos porque, si no se gestionan bien, nos obligan a hipotecar nuestro futuro. Sin embargo, al no tener que preocuparte por el estrés diario que provoca el dinero, puedes centrarte en hacer el trabajo que te gusta, mejorar la vida de los demás e invertir en tus relaciones y en tu salud.

Los PROFESIONALES no tenemos que esperar que el sistema nos dé permiso para vivir como queremos. Como PROFESIONAL, quieres la libertad de pasar tu tiempo como quieras, donde quieras. Quieres tiempo y dinero. Deseas establecer tu propio horario y ganar suficiente para que puedas tener el estilo de vida que elijas.

Muchos empresarios construyen un negocio a expensas de su estilo de vida. Sacrifican un tiempo precioso con su familia, su salud, viajes u ocio, estrictamente centrados en la búsqueda de ganancias financieras. Esto no es lo que quiero que le ocurra a un PROFESIONAL. En mi caso, nada de esto habría sido posible si no me hubiese centrado, año tras año, en mi blog (por el que nunca he recibido nada de dinero, excepto una ridiculez en publicidad) y en mis redes sociales para construir mi posicionamiento. La publicación de mis libros que me puso en el punto de mira de organizaciones y empresas con las que nunca habría podido relacionarme mediante métodos tradicionales. Y la intervención en todo tipo de eventos.

Lo más importante es que las personas más felices viven vidas más largas y mejores. Hay estudios que dicen que los optimistas tienen la mitad del índice de enfermedades cardíacas que los pesimistas, que tenían la misma diferencia que los fumadores y los no fumadores. Los optimistas también cuentan con sistemas inmunológicos más fuertes, presión arterial más baja, menos enfermedades infecciosas y viven en promedio diez años más que los pesimistas.

En resumidas cuentas, un proyecto paralelo puede ser una forma de vida de bajo riesgo y que exige poca dedicación pero que te permite experimentar en busca de algo más grande mientras ganas dinero. No hay una buena razón para no intentarlo, y muchas buenas razones por las que podría merecer la pena.

Esto va de ser el protagonista de tu vida en lugar de un peón en manos de otro

Ésta es tu oportunidad de convertirte en el protagonista principal de la historia de tu vida, en lugar de ser un actor secundario en la de otra persona. Sí, vale, ya sé que suena mucho a tópico de autoayuda, pero es que esto no va de desearlo con mucha fuerza sino de tomar las acciones necesarias para tener ese poder.

Libertad para vivir donde quieras

La imagen clásica de un profesional itinerante (o *knowmad* como se denomina ahora) generalmente presenta a un chico o una chica sentados en la playa, con un portátil y con una puesta de sol como telón de fondo. Pero cada vez que trato de imaginarme en una escena de ese tipo acabo preocupándome más de cuestiones que no tienen nada que ver con ganar dinero. ¿Me robarán el ordenador? ¿Acabará con el teclado lleno de arena? ¿Se recalentará? ¿Me quedará ciego adivinando lo que hay en la pantalla cuando le dé el resplandor del sol? Y la más importante: ¿qué narices hago trabajando en la playa si me va tan bien? Además, la mayoría de las playas en lugares exóticos no es que tengan las mejores conexiones de wifi. Así que si piensas en gestionar tu proyecto profesional yendo de un lado para otro, deberías empezar a tener en cuenta todos estos factores logísticos.

La mayoría de los proyectos paralelos no requieren que estés físicamente presente en un sitio para realizarlos. Esto te permite trabajar desde prácticamente cualquier lugar del mundo (si te apetece, claro), siempre que seas capaz de comunicarte con sus clientes y entregarles su trabajo. Básicamente puedes trabajar desde cualquier lugar siempre que tenga conexión a internet, desde tu casa, en cafeterías e incluso mientras vas en el tren. A la mayoría de los clientes no les importará cuándo hagas tu trabajo, sólo que lo hagas dentro de los plazos acordados. Esto significa que puedes trabajar los días de la semana que te apetezcan, en el horario que te resulte más cómodo. Eres libre de establecer tu propio horario. Podrás ganar dinero sin hacer los sacrificios personales que conlleva ganar el ingreso equivalente en un empleo.

Puedes ser parte del mundo fuera de tu oficina todos los días de la semana, sin temor a que tomarte el tiempo para hacer cosas divertidas después del trabajo o cumplir con tus responsabilidades familiares perjudique tu carrera o hacer que te despidan si la empresa tiene problemas.

No soy de los que piensa que montártelo por tu cuenta en proyectos independientes implica necesariamente irse al otro lado del mundo. En mi caso, creo que el mejor sitio para trabajar es mi casa. Pero está claro que la ubicación está sobrevalorada. Por lo general, es más fácil gestionar un negocio mientras te mueves por el mundo que poner uno en marcha, así que asegúrate de dedicar el tiempo suficiente a prepararlo todo antes de salir a estos mundos de Dios.

Puedes empezar desde cualquier sitio. Muchos amigos emprendedores dicen que América Latina y el Sudeste Asiático son dos de las regiones más fáciles y hospitalarias para comenzar este tipo de proyectos. Pero, aparte de que cada uno tiene sus propias circunstancias personales y preferencias, no hace falta irse tan lejos. En nuestro país hay sitios idílicos que visitar y en los que vivir, aunque sea temporalmente.

Si decides convertirte en un *knowmad*, un nómada del conocimiento, mis colegas más viajeros recomiendan que se mantenga un equilibrio entre la aventura y el trabajo. Piensa que la mayoría de la gente trabaja la mayor parte del tiempo y sólo viaja de vez en cuando, así que asegúrate de aprovechar las visitas turísticas y sumergirte en la cultura local. Pero piensa que todo esto tiene como finalidad mantener un estilo de vida, así que no te sientas mal por tener que dedicar más horas al trabajo cuando sea necesario. Recuerda que el trabajo te permite viajar.

A diferencia de un propietario de negocio tradicional, el negocio de un PROFESIONAL no está vinculado a ninguna ubicación física específica. Tu negocio suele estar basado en la red y, por tanto, es operativo y accesible las veinticuatro horas del día, los siete días de la semana, los trescientos sesenta y cinco días del año. Internet nunca cierra. Puedes trabajar en tu proyecto desde cualquier parte del mundo que tenga conexión a internet. Incluso cuando no estás trabajando activamente en tu negocio, continúa funcionando sin ti.

Desventajas de los proyectos paralelos

Las cosas en que no vas a pensar

Cuando dejas un empleo por decisión propia, no hay reloj de oro. No hay un gran adiós con toda la empresa haciéndote el pasillo, ni un discurso emocionado del jefe. Lo más probable es que te vayas sin hacer demasiado ruido. Yo lo he experimentado varias veces. Te sientes como un juguete roto, como algo que ya no sirve para nada en ese entorno. Pero en cada una de las ocasiones en las que realicé una transición profesional, hay un tiempo curioso, ese último viaje en metro o cercanías desde la empresa en la que echaste tantas horas hasta tu casa. Esos minutos en los que poco o a poco va apareciendo una sonrisa en tu cara y te das cuenta de que eres libre.

Pero tengo que confesarte que los primeros días cuando te lo montas por tu cuenta son extraños. Especialmente si hace tiempo que dejaste de ser joven y sin compromiso. Cuando decides poner en marcha un proyecto paralelo parece que la gente que te rodea está más preocupada que tú. Incluso aunque mantengas tu empleo te van a mirar con sospecha porque están convencidos de que estás preparando tu huida.

Ya somos muchas las personas que hemos descubierto que podíamos montar proyectos propios con un ordenador, tener una oficina en una mochila, almacenar los recursos en la nube, subcontratar todas las tareas y trabajar desde donde nos apetecía. Yo he hecho todas esas cosas, me siento genial haciéndolas y no me arrepiento de nada. Pero ésa no es toda la historia.

Poner en marcha un proyecto (si es el primero, más) puede ser muy exigente física y mentalmente. Planear y lanzar un negocio propio no es para débiles o tímidos. Al principio, especialmente si mantienes tu empleo, vas a trabajar más horas que tus compañeros de trabajo y tendrás que realizar tareas administrativas como preparar facturas, llevar la contabilidad y planificar las próximas acciones. El éxito tiene un precio.

Si decides dedicarte a tiempo completo a tus proyectos paralelos y dejar tu trabajo de oficina, vas a echar de menos las vacaciones pagadas, las extras de verano y Navidad o los cheques restaurante entre muchas otras cosas. No tendrás las mismas protecciones de la legislación laboral que los empleados tradicionales, y probablemente subestimes lo que tienes que pagar de impuestos al principio (y te llevarás más de un susto). De todos modos, me da la sensación de que, al paso que vamos, la responsabilidad de este tipo de ventajas se está trasladando al trabajador, independientemente de su función. Así que la brecha se irá reduciendo y el temor a saltar de un proyecto a otro será menor. Por eso te recomendaré constantemente que, en lugar de dejar alegremente un empleo, especialmente si éste es de los que se consideran «buenos», lo gestiones como otro proyecto paralelo más, el principal si quieres, pero uno más.

Vas a tener que hacer un esfuerzo, pero será peor si no lo haces

Haz un esfuerzo constante, sin importar el tiempo que puedas dedicarle. Cuando comencé, robé muchas horas al sueño durante montones de noches y a los fines de semana mientras trabajaba a tiempo completo. No fue fácil, pero, como me apasionaba conseguir lo que quería, nunca me pareció un trabajo duro. Para mí, lo inaceptable era quedarme estancado en un trabajo que sabía que nunca me permitiría alcanzar mis sueños.

Beneficiarios de los proyectos paralelos

Lo que te voy a explicar

se puede aplicar a todos los profesionales

Personas de todo tipo se están convirtiendo en creadores de sus propios proyectos con los que monetizar sus cualidades. Creativos, comerciales, carpinteros, enfermeras, formadores y directivos de todo tipo de empresas están creando fórmulas para generar ingresos alternativos. Y eso es especialmente visible entre consultores, *coaches* y expertos en servicios profesionales, la mayoría de los cuales tienen una larga tradición de brindar asesoramiento independiente a los clientes. Muchos de los empresarios con los que he trabajado y que he tenido en cuenta en este libro trabajan en marketing, liderazgo, internet y formación. Es lo que mejor conozco, y creo que están a la vanguardia cuando se trata de reinventar las carreras y crear nuevas estrategias para la monetización. Pero también hay muchos otros que han tenido éxito en proyectos de alimentación, eventos, inmobiliarias, moda, finanzas personales y muchos más.

Independientemente de cuál sea tu sector, los principios y los fundamentos de lo que te cuento son aplicables a todos. Mi objetivo es que trates de aplicártelos a ti mismo y descubras tus propias opciones sea cual sea tu campo o profesión actual. Cada persona tiene sus circunstancias y lo último que pretendo es que consideres que hay reglas fijas. Tanto si eres un profesional independiente a tiempo completo, como si una parte de tu actividad sigue siendo como empleado, o si estás en una etapa de transición o desempleo, todo lo que te voy a contar te puede servir. Voy a explicarte cómo ser más libre aumentando tus ingresos sea cual sea tu situación laboral. No importa lo que hagas en tu trabajo actual, si quieres etiquétate como emprendedor, empresario, autónomo o como prefieras, lo que está claro es que, para conseguirlo, necesitas ingresos alternativos.

Muchas de las personas que he conocido durante estos años son rebeldes de nacimiento, decididas a ir por su cuenta desde muy pequeños, pero la mayoría son personas normales (como yo) que no tenían intención de trabajar por su cuenta hasta más adelante o nunca, en muchos casos. Algunas habían sido despedidas de un trabajo y de repente tenían que encontrar la forma de pagar las cuentas o mantener a una familia. En casi todos estos casos, creo que todos los que hemos pasado por eso hemos dicho algo como: «Perder mi trabajo fue lo mejor que me pasó. Si no me hubieran empujado, nunca hubiera dado el salto».

Aunque este libro se centra principalmente en desarrollar ideas con las que puedes ganar dinero para ti, también funciona muy bien para proyectos sin ánimo de lucro (crear conciencia de una causa) y proyectos creativos (hacer tu primer disco independiente), donde el rendimiento financiero no es el objetivo principal.

Da igual en qué situación profesional estés, tanto si llevas años trabajando como si acabas de incorporarte al mercado laboral. En todos los casos te voy a explicar cómo rentabilizar tu experiencia y cualidades.

Si me preguntases cómo ser un mejor empleado, no sabría qué decirte. Porque esto no va de ascender en una empresa. Pero si quieres saber cómo crear una nueva fuente de ingresos, te voy a dar pistas para que puedas conseguirlo. No te voy a enseñar a ser

mejor empleado, emprendedor o desempleado, sino a generar ingresos alternativos.

Este libro lo he construido sobre la experiencia de personas que han encontrado la libertad. Personas que han decidido trabajar para sí mismas, aunque mantengan un empleo. Cualquiera puede crear una fuente de ingresos. No importa quién seas, dónde vivas o cuál sea tu situación actual. También puedes aplicar cualquiera de las estrategias para escapar del agobio de las deudas y construir un futuro más tranquilo para ti y tu familia.

Todos deberían tener un proyecto paralelo. Incluso si te encanta tu trabajo, tener más de una fuente de ingresos te dará más libertad y más opciones.

Únete a la élite de los PROFESIONALES libres

Ahora que te estás familiarizando con esta filosofía de monetizar tus fortalezas mediante proyectos paralelos, debes aprender lo que necesitas para incorporarte al mercado. Primero: ¿cómo sabes que sí puedes ser parte de todo esto? Si encajas en una (o más) de estas categorías, entonces tienes todas las papeletas.

- Tienes un contrato indefinido, pero no estás seguro de cuánto tiempo durará.
- Trabajas como empleado, pero tienes trabajos alternativos en tu tiempo libre.
- Ganas dinero de varios proyectos.
- Actualmente no tienes a nadie a quien puedas señalar como empleador.
- Mayores de cincuenta años que se ven fuera del mercado.
- Jóvenes que creen que no tienen nada que aportar.
- Hay cinco categorías principales de PROFESIONALES independientes:
 - Profesionales independientes: sin empleador, y que realizan trabajos independientes, temporales o complementarios.
 - Pluriempleados: profesionales con un trabajo fijo y tradicional que también trabajan por libre.
 - Trabajadores diversificados: múltiples fuentes de ingresos; mezcla de trabajo tradicional y trabajo independiente.
 - Trabajadores temporales: proyecto de un solo empleador, cliente, trabajo o contrato, donde el empleo es temporal.
 - Propietarios de empresas: quienes se consideran autónomos. Propietarios de negocios con 1-5 empleados.

Los empleos seguros del siglo pasado están desapareciendo, lo que significa que, tarde o temprano, la mayoría de las personas tendrán que aprender a ser sus propios jefes. Comprender la mentalidad de un emprendedor te dará las herramientas que necesitas para lidiar con la inestabilidad, sin importar cómo o cuándo se te acerque sigilosamente.

Básicamente, al escribir este libro tengo en mente a tres tipos de profesionales:

*Personas que no quieren
o no pueden invertir mucho dinero*

Personas que desean utilizar sus habilidades para ofrecer servicios personales o simplemente intercambiar productos. Hay quienes tienen dinero y pueden invertirlo y hay quienes empezamos con pocos recursos pero tenemos la capacidad de hacer algo útil con nuestro trabajo.

Negocios que se pueden iniciar y ejecutar desde casa con poca o ninguna inversión de capital. Una ocupación en la que tú haces la mayor parte del trabajo o todo. Personas con cualidades pero con fondos limitados que permitan poner en marcha proyectos rápidos de riesgo limitado.

Personas que compatibilizan su empleo con proyectos paralelos

Personas que salen cada semana de sus empleos para trabajar independientemente o realizar consultorías o asesoría bajo el paraguas de su marca personal, usando herramientas digitales para trabajar cuándo y dónde elijan.

Personas que hacen realidad ideas a las que llevan dando vueltas desde hace tiempo. Montar su propia tienda virtual, crear y comercializar sus propios eventos, cursos y talleres, desarrollar aplicaciones móviles o intentar crear la próxima gran aplicación móvil.

Tener un proyecto paralelo mientras trabajas no debería reducir la calidad del trabajo en una organización. Es duro, lo sé. Pero durante el tiempo que permaneces en la empresa debes aportar valor, trabajar duro y dar más de lo que realmente te pagan en cada nómina. Porque más importante que el dinero es que un empleo te aporte experiencia comercial y te mantenga a flote hasta que tu negocio adquiera velocidad de crucero.

Personas que desde pequeños querían hacer algo que mereciese la pena e influir en la vida de otros

No todos quieren ni pueden trabajar sólo para sí mismos. Pero si tienes el gusanillo del PROFESIONAL moviéndose dentro de ti y una idea que te hace pensar que puede ser algo interesante, debes prepararte para actuar en consecuencia. Quizá sabes desde que tenías diez años que estabas destinado a algo más grande de lo que sabías que era posible en ese momento. No sabías qué era, pero algo había. Sabías que podías influir en otros de algún modo que fuese gratificante para ti y que cambiase la vida de ellos. Querías compartir tus historias y experiencias con el mundo para ayudar a cambiar las cosas con tus cualidades.

Tal vez hayas tenido una experiencia personal o profesional que te cambió la vida y que te gustaría compartir. Has tenido vivencias y has adquirido conocimientos que podrían tener un impacto en la vida de otras personas al ayudarles a resolver un problema con el que han estado luchando durante años, o al facilitarles de un modo u otro la forma en que hacen negocios, gestionan su profesión o manejan sus relaciones.

Puedes ser un *coach* de negocios o de vida, un experto en redes sociales, un entrenador personal, un profesional relacionado con la salud, un psicólogo, publicista, masajista, diseñador gráfico, fotógrafo, estilista, diseñador, redactor, asesor espiritual, jefe de proyecto, arquitecto, asistente personal, gerente de recursos humanos, asistente virtual u organizador, desarrollador de sitios web, lo que quieras. Simplemente debes darte cuenta de que tu profesión es tu negocio y tu trabajo es tu producto. Sólo tienes que salir y venderlo.

Cualquiera que sea tu área de experiencia o ya sea que acabas de descubrir algo que te apasiona, sin lugar a dudas sabes desde lo más profundo de tu corazón que pensar como un PROFESIONAL, un autor, conferenciante, *coach*, consultor o emprendedor es un camino para dar sentido a tu propia vida y también a la de los demás. Eres una persona que influye en la vida de otros y los faculta para tomar mejores decisiones en sus vidas debido a la experiencia y el conocimiento que aportan.

2. Encontrar tu idea «genial»

OFERTA

Ser bueno en los negocios es el tipo de arte más fascinante. Ganar dinero es arte, el trabajo es arte y un buen negocio es el mejor arte.

ANDY WARHOL, pionero del arte pop

¿Qué tienes para mí?

Es genial tener ganas de poner en marcha tus propias ideas para generar ingresos alternativos, pero antes debes dar un primer paso. Independientemente de cuál sea tu visión, tu proyecto o tu idea de negocio, debes fijar un punto de partida y empezar a hacerlo realidad.

En este bloque voy a centrarme en ayudarte a descubrir, seleccionar y lanzar tus ideas y, más adelante, encontrar el modo de monetizarlas. Quiero ayudarte a hacer realidad ese sueño que has estado retrasando porque no sabes cómo empezar sin una gran inversión en tiempo, energía y dinero. Quiero que, en pocos minutos, diseñes algo que puedas arrancar ya mismo. Admito que ésta es una de las partes más entretenidas de mi trabajo.

En muchas películas de mafiosos o criminales o traficantes de armas o de drogas, hay una escena en la que alguien, normalmente sentado tras una gran mesa, le hace al héroe la gran pregunta: «¿Qué tienes para mí?». Esa escena suele terminar de dos formas. La primera es que el protagonista diga alguna frase entre chulesca y graciosa (tipo Bruce Willis) y se ponga a pegar tiros y a romper cosas. La segunda es que le ofrezca algo que el malo suele querer o necesitar. A partir de ahí, empieza una colaboración que también suele acabar con el héroe magullado pero vivo y el mafioso muerto en algún momento más avanzado de la película. Pero lo realmente interesante de todo esto es saber cómo responderías a esa misma pregunta en un entorno profesional. Es esa respuesta la que te va a hacer sobrevivir y progresar con tus proyectos paralelos. Así que, y tú, ¿qué tienes para mí?

Ese punto maravilloso en el que coincide lo que ofreces y lo que se necesita

Existe un lugar mágico en el que converge lo que te gusta hacer y lo que puede interesar a otras personas lo suficiente como para pagarte por ello. Es ese lugar en el que se juntan tus intereses o tus cualidades con tu utilidad y tu valor. Es donde tus proyectos

profesionales pueden prosperar. Dicho de una manera sencilla:

Éxito de un proyecto paralelo = pasión o cualidades + utilidad + pago

El factor clave de todo esto es encontrar la manera de obtener algún beneficio del valor que generas. Si eres capaz de crear algo útil para los demás, y lo comunicas bien, siempre habrá una forma de monetizarlo. Pero, ojo, debes tener claro que no todo lo que te apasiona o aquello que dominas es interesante para el resto del mundo y, aunque lo fuese, quizá no te genere ni un solo euro. Por ejemplo, me encantan las películas y las novelas de ciencia ficción, pero nadie me va a pagar simplemente por ver y leer historias sobre naves espaciales y sables láser. Por otra parte, existen infinidad de problemas o necesidades que hay que resolver pero que no estoy capacitado para solucionar o simplemente no son suficientemente apremiantes como para que alguien esté dispuesto a contratar a un profesional como yo.

Si hay personas interesadas en mejorar o solucionar algo pero no tienes una oferta definida para hacerlo, no vas a generar ningún ingreso. Eso es algo que he sufrido en mis propias carnes al posicionarme como pionero y experto en marca personal pero no haber desarrollado, hasta mucho después, una cartera de productos relacionados con el tema que alguien pudiese comprar.

Si tienes algo que vender pero nadie está dispuesto a comprarlo, tampoco vas a ir muy lejos. En ambas situaciones, sin un formato claro y fácil de entender por los clientes para que alguien pague por lo que ofreces, no tienes un proyecto paralelo. Pero si juntas las tres piezas, *voilà!* Con eso ya puedes empezar a construir un proyecto paralelo. Tienes una oferta y alguien que te puede pagar, así que sólo necesitas encontrar o establecer una forma de cobrar, un sistema de pago. Porque quiero que siempre tengas en mente que cobrar por lo que vale tu trabajo es clave para crear el impacto a largo plazo que desees. Ése es el fundamento de cualquier proyecto profesional de los que te voy a explicar; así de sencillo. Evidentemente crear una propuesta valiosa y monetizable es todo un reto, pero es mucho más sencillo de lo que puedas pensar. De hecho, el bloqueo suele estar más en tu cabeza que en la viabilidad de la idea.

¿Qué pasa si nadie quiere tu producto? ¿Y si dicen que el precio es demasiado alto? ¿Y si no entienden para qué sirve? Ya te digo que todo eso puede ocurrir y ocurrirá cuando te pongas en marcha. Pero también te aseguro que no vas a salir del estancamiento si no arrancas tu proyecto y lo mantienes vivo.

Está muy bien motivar a la gente, pero debes transformar tus ideas en algo que puedas vender

Uno de los errores que he cometido desde que me liberaron de mi último empleo fue pensar que basta con tener buenas ideas y divulgarlas. Desde el primer día que empecé a trabajar en modelos de desarrollo profesional, he compartido mis consejos a cualquiera que quisiera escucharme en talleres y conferencias, en las publicaciones de mi blog, en

mis plataformas digitales y en muchos otros sitios. He conseguido crear una comunidad que me apoya y a la que aprecio. He recibido muchos halagos y felicitaciones. Y tú puedes hacer lo mismo. Pero, y espero que me entiendas, si pretendes ganarte la vida o generar ingresos alternativos, tienes que crear algo que se pueda vender. No se puede vivir de seguidores en una red social o de mensajes bonitos en el muro de Facebook. Si no sabes cómo transformar en dinero esas maravillosas ideas con las que te has convertido en un referente, lo tienes claro. Si no eres capaz de poner en marcha un plan de negocio basado en tus propuestas, tienes todas las papeletas para pasarte la vida siendo el empleado de alguien que sí lo hace, o, algo peor, en un idealista sin ingresos.

Tal y como se están poniendo las cosas, la habilidad más útil va a ser saber cómo encontrar una buena idea y ejecutarla y monetizarla con éxito. Esto que te digo es obvio para algunos profesionales. Si eres un fontanero, arreglas roturas en tuberías. Si te dedicas a las finanzas, gestionas las cuentas de empresas y personas. Pero si quieres tener unos ingresos que vayan más allá de tu trabajo «normal», debes ser capaz de crear algo más, algo que no dependa siempre de tu presencia física. Por ejemplo, desde que en 2004 me enfoqué en la formación y en la creación de contenidos y modelos, he desarrollado productos que se pueden comprar (y pagar):

- He publicado libros (el que estás leyendo es el quinto).
- He creado cursos virtuales.
- He impartido centenares de cursos y talleres.
- He realizado multitud de asesorías personales.
- He aplicado mis métodos en algunas organizaciones.
- Me han ofrecido (y no he aceptado) publicar tuits de responsables de algunas empresas importantes.
- He formado parte de claustros en cursos virtuales de varias universidades.
- También he dado conferencias para organizaciones sin fines de lucro.
- ...

Algunos de esos proyectos requieren que vaya a los sitios, que me desplace o, como suelo decir, mover átomos (conferencias, talleres...), y otros son independientes de mi presencia: mover bits (cursos virtuales, libros, seminarios en internet, programas de afiliados...). Unos funcionan mejor, otros no tanto. Algunos han sido directamente un desastre y otros mejor me los callo porque me daría mucha vergüenza, pero lo importante es no parar ni dejar de darle vueltas a la cabeza para impulsar ideas y, sobre todo, para transformarlas en dinero.

Podrás pensar que todo esto, y mucho más, forma parte de un PDM (plan para dominar el mundo) perfectamente diseñado. Pero no es así ni mucho menos. Todos o muchos de esos proyectos surgieron de forma natural, como cuando Roger Domingo, mi editor, me propuso escribir mi segundo libro (y los siguientes). En otros casos, surgieron de la necesidad de hacer algo cuando la cuenta del banco rozaba la zona de peligro.

Muchos de mis colegas son más activos que yo diseñando un catálogo de productos y servicios. Yo soy mucho más perezoso y, además, prefiero pasar más tiempo investigando y creando modelos. En consecuencia, hay muchas oportunidades que pueden ser ideales para otras personas pero que yo dejo pasar. No vendo servicios de asesoría individual o consultoría, por ejemplo, y no tengo patrocinadores ni anunciantes en mis plataformas digitales. Pero nunca se sabe... Lo que quiero decirte es que no hay un modelo fijo, no tienes que ceñirte a un paquete estandarizado de proyectos o de ofertas profesionales. Debes ser tú mismo quien establezca tu cartera de productos basándote en tus circunstancias, intereses y objetivos.

Ahora que disponemos de tantos recursos, hay infinidad de formas de monetizar lo que haces. Sólo tienes que ser creativo. Cualquier idea, método, protocolo o sistema útil para que las personas resuelvan un problema o mejoren su situación puedes empaquetarlo como modelo de consultoría, asesoría personal, talleres de formación en organizaciones, un libro autopublicado, un curso virtual o una aplicación móvil. ¿No es genial? Por ejemplo, si tienes una forma de ayudar a otros profesionales a mejorar su visibilidad en las redes sociales, quizá no tengas mucha demanda por parte de las empresas tradicionales que, en su mayoría, quieren evitar que sus empleados estén en el mercado. Sin embargo, podrías crear y vender un curso por 20 euros en plataformas de formación en la red o incluso en la tienda virtual de tu página web.

Además, debes pensar en los efectos colaterales de cada una de las ideas que pongas en marcha. Al escribir un libro o publicar algunos artículos, por ejemplo, va a aumentar tu demanda como ponente o formador. Aunque el libro no te va a hacer millonario (puedes creerme), te sitúa a un nivel superior a otros profesionales a la hora de ser elegido para impartir ponencias o realizar trabajos de consultoría.

Si consigues ser un profesional reconocido y valorado, te va a ser más fácil elegir tus propios modelos de negocio porque tu prestigio te va a situar en una posición mejor. Lo importante es que siempre puedes mejorar las cosas a medida que avanzas. Pero hazme caso, por muy bien que te vaya y aunque todos tus proyectos paralelos sean un éxito, no caigas en la trampa de ir de experto, gurú o, algo peor, influencer. Céntrate en aportar valor y en conectar con quienes están alineados contigo, siempre y en todo momento.

Puedes y debes ser creativo con la forma de ganar dinero

Una vez que tienes algo valioso y has encontrado la forma de comunicarlo, puedes ganar dinero con ello, al menos en teoría. Pero en un entorno tan competitivo y con tanta oferta, debes ser creativo a la hora de obtener ingresos de tus proyectos paralelos.

Hay una parte que me entusiasma en todo esto y es que el único que va a tomar las decisiones eres tú. Así que, si eres de los que esperas que te digan todo lo que tienes que hacer, esto no es lo tuyo. Un ejemplo: supón que escribes y autopublicas un libro en formato digital sobre comida vegana porque es algo que te entusiasma y además lo conoces bien y decides venderlo en Amazon. Puedes venirte arriba y cobrar 39,99 euros

o ponerle un precio de 0,99 euros esperando que lo compre mucha más gente. La decisión es sólo tuya. Otro ejemplo: resulta que te entusiasma contar historias (lo que ahora denominan *storytelling*) y además te dicen que lo haces bien. Así que te animas a enseñar a otros esa habilidad para que conecten mejor con su audiencia. Te planteas dos posibilidades: puedes crear un curso básico virtual sobre técnicas para contar historias en un entorno empresarial o enfocarte en realizar asesorías individuales a directivos de multinacionales cobrando tarifas mucho más altas.

Por tanto, encontrar la forma ideal de monetizar tu idea puede llegar a ser tan creativa como la puesta en marcha de la propia idea. Pero como contrapartida, más opciones implican más capacidad para decidir y más responsabilidad.

Más vale pedir que robar

Sin ninguna duda, una de las cosas más complicadas para mí fue cuando tuve que empezar a cobrar por lo que hacía. O mejor dicho, pedir dinero por mi trabajo. Especialmente cuando lo que haces no se puede ver ni tocar. Quizá es una cuestión cultural o generacional, no lo sé, pero eso de pedir dinero por algo que te gusta o que haces bien de forma natural al menos para mí fue complicado. Aunque la cantidad que vayas a pedir va a depender del tipo de proyecto que lleves entre manos, debes intentar ganar dinero en cuanto veas que la gente valora lo que ofreces.

Si has estado dando consejos en tu blog o has asesorado desinteresadamente a quienes te escriben pidiendo consejo o has ayudado a amigos y colegas de forma gratuita y ahora te están recomendando a otras personas, es una señal clara de que lo que haces es útil y puedes monetizarlo.

Plantéate desarrollar uno o varios productos de pago. Podrías ofrecer asesorías individuales, un seminario digital o webinario, varias conferencias para escuelas de negocios, un taller de un día o un programa de formación dentro de las empresas. Y piensa que todo esto puedes crearlo en cuestión de días o semanas y, en muchos casos, sin moverte de tu casa y con una infraestructura mínima.

La mejor razón para comenzar a cobrar no es sólo porque necesites el dinero (conviene tener una fuente de ingresos alternativos mientras te pones en marcha), sino porque quieres comprobar si tu idea tiene algún futuro. La mejor forma de saberlo es cuando hay gente dispuesta a pagar por ello y se lo cuentan a sus contactos.

Cualquier idea que se te ocurra puede monetizarse de muchas formas

Lo mismo que te digo que es fácil encontrar el modo de ganar dinero con tus cualidades, también debes saber que vas a tener que hacer algunas cosas «gratis» o, al menos, la remuneración que vas a recibir no siempre va a ser económica. Por ejemplo, si tienes un blog, es muy complicado que alguien te pague por leerlo. Salvo que hables sobre un tema muy especial, innovador o valioso, la mayoría de la gente espera leer los blogs

gratis. Sin embargo, tu blog puede convertirse en una fuente de ingresos indirectos si lo utilizas como canal para publicitar tus ofertas, como herramienta para aumentar tu valor como experto o como plataforma para conseguir comisiones por recomendar productos.

Observa lo que están haciendo tus colegas

Si necesitas ideas sobre qué canales utilizar, mira cómo lo hacen los demás en tu profesión. Coge ideas de los modelos de negocio que parecen funcionar mejor. Pero no te pases de original en tu proyecto. Al menos al principio. Si nadie más está tratando de ganar dinero de la misma manera, probablemente significa que tu idea «genial» ya ha sido probada y ha fracasado. Si, por ejemplo, estás pensando en trabajar por tu cuenta para hacer lo mismo que haces en tu empleo actual, pero no ves un mercado independiente activo para esa actividad, quizá deberías pensar que probablemente tendrás dificultades para monetizarlo.

Uno de los errores más comunes que solemos cometer en los primeros proyectos es esperar ganar dinero con la publicidad que pongas en tus sitios en internet. Crear contenido en un blog y esperar que poniendo anuncios en el contenido sea suficiente para abandonar tu trabajo es muy ingenuo. Si bien algunos blogs muy populares consiguen ganar un dinero relevante con la publicidad, es algo muy difícil de hacer para alguien que empieza.

Aunque los anunciantes te pagarán cada vez que un usuario «pinche» en su anuncio en tu sitio, la proporción de visitantes que hacen clic en un anuncio puede ser inferior al 1 por ciento, así que lo que vas a ingresar es ridículo. Necesitarías millones de visitantes mensuales para hacer algo significativo. Salvo que dediques casi todo tu tiempo a ello, es poco viable. Como ejemplo te diré que lo que he obtenido con los anuncios de Google en mi blog ha sido de alrededor de 70 euros por año. Así que hace unos meses decidí eliminarlo.

Si estás empeñado en conseguir que tu blog sea un referente en su nicho y generar mucho tráfico, ya sea escribiendo el mejor contenido del mundo o convirtiéndote en un genio del SEO (optimización de motores de búsqueda), inténtalo, pero hay formas mucho más sencillas de empezar a ganar dinero de verdad. Por ejemplo, utilizar ese prestigio para conseguir clientes que te contraten no requiere una gran cantidad de tráfico, se trata más bien de llegar a las personas adecuadas atrayéndolas con contenido que les interese.

Quizá te estás agobiando y te preguntas si todo este esfuerzo va a merecer la pena. Ya te adelanto que sí. Recuerda que siempre hay múltiples opciones y alternativas. Lo que debes hacer es seleccionar proyectos que te generen ingresos recurrentes. Es decir, que te proporcionen dinero con regularidad y no en una sola ocasión.

Enséñame la pasta

Todos los negocios se construyen a partir de múltiples flujos de ingresos. Cuando tengas suficientes, podrás plantearte dejar tu empleo (si es lo que deseas). Y lo más interesante es que si puedes crear un proyecto, puedes crear muchos. Y será mucho más fácil si éstos están relacionados entre sí.

Puedes permitirte el lujo de no preocuparte por monetizar tu esfuerzo si consideras tu proyecto como una afición, pero no para tener la vida que deseas. Eso está bien para pasar el rato, pero no para un proyecto de negocio. Cualquier idea que no tenga un camino factible para obtener ganancias deberías abandonarlo. El dinero no lo es todo, pero cuando se trata de un proyecto paralelo, el dinero importa mucho.

Cada uno de tus proyectos paralelos debe tener una fórmula clara de generación de ingresos. Esto es prioritario, así que no lo aparques para «más tarde».

Producto a servicio, servicio a producto

Hay una fórmula interesante y rápida que puedes utilizar para incorporar una nueva fuente de ingresos. Se trata de crear un servicio a partir de un producto o crear un producto a partir de un servicio. Por ejemplo, si tienes un negocio de productos, pregúntate: ¿cómo puedo formar o asesorar a mis clientes sobre mi producto? Si has creado un modelo (Canvas, Lean...) o una herramienta (iPad, programa de contabilidad...), puedes organizar cursos o talleres para sacarles todo el partido. Puede ser una propuesta que incluya asesoría, *coaching*, una sesión de «arranque», soporte técnico premium, o algo más. Deberías dejar claro que no hace falta este tipo de apoyo para utilizar tu producto, pero que puede ser interesante para tus clientes si quieren sacarle todo el partido o conseguir mejores resultados. Y a la inversa, si el tuyo es un proyecto de servicios, deberías pensar cómo crear una versión más tangible en formato producto. Deberías encontrar una forma de «empaquetar» tus conocimientos y experiencia para que no se requiera tu presencia. Al menos para las situaciones más básicas y habituales.

Un proyecto de servicios es más difícil de escalar porque llega un momento en el que estás limitado por las horas disponibles. Pero aun así es posible. Si tu servicio consiste en realizar algo de forma repetida decenas o cientos de veces al año, deberías preguntarte: ¿cómo podría convertir mi sistema en un producto y venderlo a lo grande?

Si consigues que tu idea tenga tanto formato de producto como de servicio, eso va a facilitar mucho su comercialización. Puede decirles a los clientes potenciales: «Mira, mi asesoría personal cuesta mucho dinero. Pero si lo que necesitas es una solución general, puedes tener esta versión digital completamente operativa por mucho menos». Por ejemplo, cuando alguien me escribe solicitando una asesoría individual de marca personal pero tengo la agenda repleta, les recomiendo alguno de mis libros o mi curso virtual. Algunos clientes todavía querrán la solución personalizada o premium, pero de esta manera no cierras la puerta a quienes les gusta tu idea pero se les queda fuera de su presupuesto. Y en la mayoría de los casos no sólo les es útil sino que, además, agradecen tu sinceridad y honestidad. Por ejemplo, una amiga experta en asesoramiento de

transiciones profesionales ha segmentado su oferta creando diferentes paquetes de productos y servicios. La versión más básica es un curso en internet. El siguiente nivel incluye algunas mentorías por correo electrónico. Y la versión premium, además, permite tener varias sesiones de asesoramiento cara a cara o mediante videoconferencia que cobra a un precio mucho mayor.

Si eres un *coach* o un consultor (si, ya sé que son profesiones distintas) y debes estar físicamente presente para formar o asesorar a los directivos de una empresa, tendrías un techo en tus ingresos debido a las limitaciones de tiempo. Pero si «solidificas» esos servicios (o los que se puedan sistematizar) y los conviertes en un producto, le das la vuelta a la ecuación.

Puedes comercializar todo lo que aprendas

Cualquiera puede ser un experto en su campo (como explico en mi libro *Expertología*) y al posicionarte como un referente en tu tema consigues que se te abran muchas puertas. Las posibilidades son enormes. Puedes enseñar, entrenar, formar, asesorar, dar conferencias, escribir libros o contenidos de pago, impartir cursos virtuales, convertirte en prescriptor a cambio de una remuneración (eso que ahora llaman *influencer*)... Puedes aceptar sólo los trabajos que te apetezcan o los que están mejor pagados. Posicionarte como un experto capaz de ayudar a otros te va a proporcionar fórmulas para generar ingresos haciendo lo que te gusta. Y entras en un círculo virtuoso que te va a permitir diferenciarte de otros al no estar desesperado por coger cualquier proyecto porque necesitas el dinero.

Tengo buenos amigos en el sector del desarrollo personal y profesional cuyos proyectos han crecido orgánicamente, peldaño a peldaño y sobre éxitos previos. A medida que la práctica de su trabajo iba mejorando, han ido creando productos y servicios alternativos que les han ido demandando. Todo eso, además de reforzar tu posición financiera, va consolidando tu prestigio en tu campo hasta que llega un momento en el que no sólo es que busquen lo que ofreces, sino que te quieren a ti, quieren que les vendas tu historia de éxito. Eso puedes conseguirlo tú también si empiezas hoy mismo e independientemente del sector en el que estés.

Quiero insistirte en que lo que te estoy contando no pretende convertirte en millonario (pero tampoco lo descartes). No se trata de eso. Se trata más bien de reducir o eliminar tus deudas, de tener un dinero extra en el banco, de controlar tu tiempo, en definitiva, de aumentar tus grados de libertad.

Dale unas vueltas

Antes de seguir te propongo que pares un poco y reflexiones sobre estas preguntas y cuestiones:

- ¿Cómo ayudará tu idea a otras personas?
- ¿Cómo vas a monetizar la idea que quieres poner en marcha?

- ¿Qué beneficio o valor genera lo que ofreces?
- ¿Qué haces o proporcionas?
- ¿Qué obtendrán tus clientes a cambio de su dinero?
- ¿Qué problema resolverás?
- ¿Qué vas a vender? ¿Se trata de un producto, un servicio o una mezcla de ambos?

No te preocupes demasiado por tener respuestas claras y definidas porque de ahora en adelante vamos a ir viendo todos estos aspectos con detalle. De momento me basta con que pongas tu cabeza a funcionar.

Explica tu proyecto de una forma breve y sencilla

Para hacerlo más fácil, inténtalo en una frase de 140 caracteres como máximo.

Piensa en tres posibles fuentes de ingresos para tu idea

Por ejemplo, podrías diseñar un taller de formación de cuatro horas + un curso virtual de refuerzo + una asesoría individual para clientes premium.

Como ves, aquí lo que me preocupa es el formato, no el tema. Esto se puede aplicar desde cursos de programación hasta a técnicas de comunicación para directivos.

¿Con cuál quieres comenzar? Más tarde puedes incluir más, no te preocupes.

Raúl Hernández

Si tuviese que decir «qué soy», nunca respondería que «fotógrafo» o «diseñador de camisetas». Nunca lo pondría en mi tarjeta de visita, ni en la cabecera de mi web. Pero ya decía Forrest Gump (su madre, en realidad) que «tonto es el que hace tonterías». Así que, extrapolando, «fotógrafo es el que hace fotografías» y «diseñador de camisetas es el que diseña camisetas». Desde este punto de vista, sí tengo que reconocer que soy, aunque sea de vez en cuando, fotógrafo y diseñador.

Lo de la fotografía no es para mí una afición de toda la vida. La descubrí tarde, pero me entusiasmó. Esa capacidad de captar el mundo de una manera distinta, a veces hasta bella, poniendo en juego elementos técnicos y artísticos... Empecé a usar la red social Flickr como lugar para colgar mis fotos, y para interactuar con otros aficionados. Un día Flickr firmó un acuerdo con Getty Images, una de las agencias de fotografía de stock más grandes del mundo, para distribuir sus fotos. Básicamente, Getty ofrecía a los usuarios de Flickr la posibilidad de comercializar (o intentarlo) sus fotos. Y yo me apunté al programa.

Nunca me lo tomé demasiado en serio, claro, aunque no negaré que alguna noche me acostaba fantaseando con la idea de «hacer negocio». ¿Te imaginas tener tu catálogo de fotos subido en la red y clientes comprándolas como locos mientras tú estás tranquilamente en la playa? Es una fantasía muy grata (como la de que te toque la lotería), pero, salvo quizá algún caso excepcional, sabes que la cosa no funciona así.

Pero un día llega un aviso al correo de que se ha vendido una de tus fotos y te llevas una alegría, ¡qué bien! Y entras a ver el detalle y ves el precio que ha pagado el cliente (¿¿en serio??), y la comisión que te dan a ti (pequeña, sí, pero menos es nada). Y al cabo de unas semanas llega un nuevo aviso, y con el paso de los meses se

van sumando algunos más. Y llega un momento en el que se han acumulado tantos pagos que la empresa está en disposición de hacerte una transferencia. ¡Una transferencia! Y a tu cuenta llegan unos euros contantes y sonantes. No es mucho, pero es mucho más de lo que esperabas cuando te pusiste a hacer fotos.

Con el paso de los años, el proceso se ha repetido varias veces. No, no me he hecho rico con las fotos (lamentablemente con mi trabajo tampoco, pero ésa es otra historia), pero han sido unos cuantos cientos de euros los que han venido de esta fuente. Casi (casi) como para haber podido financiar el gasto en material (que, como todos los aficionados a la fotografía saben, no tiene fin).

Alguna vez me pregunto qué hubiera pasado si me lo hubiese tomado en serio, si hubiese intentado hacer de esta vía una fuente de ingresos más consistente. Imagino que algo más habría ganado, pero sospecho que también el riesgo de frustración. Porque si algo ha tenido mi aventura con la fotografía es que siempre ha sido muy orgánica y sin presión. Disfruto de un hobby y, gracias a las bondades de internet, hay una guinda al pastel en forma de ingresos.

Algo parecido, a una escala más reducida aún, me ha pasado con las camisetas. Te gusta trastear con el software de diseño, un día haces algo que te parece curioso, lo cuelgas en una tienda de camisetas... y resulta que a otras personas les empieza a parecer curioso también, y comienzan a comprar.

Hay otras personas que se autoeditan un ebook, o que crean un canal de YouTube o que montan una pequeña web para distribuir un producto artesanal que fabrican, o que organizan talleres sobre una afición que les gusta. Muchas veces con un impacto reducido, a veces con un éxito moderado, y en ocasiones excepcionales (y muy publicitadas; lo cual puede llevar al engaño de pensar que «te puede pasar a ti») con el potencial de cambiarte la vida.

La cuestión es que, en este mundo líquido en el que vivimos, uno no tiene una «profesión para toda la vida». De hecho, ni siquiera tiene por qué tener una única profesión en un momento determinado. Somos seres poliédricos y en permanente evolución. Los hobbies, los intereses «alternativos», pueden convertirse en fuentes complementarias de ingresos. Siempre fue así, en realidad, sólo que ahora la red ofrece la oportunidad de llegar más lejos, de alcanzar a más gente.

No, lo más probable es que ninguna de esas aventuras te permita «vivir de ello» y cambiar de vida, aunque sin duda encontrarás ejemplos de gente que afirma haberlo conseguido (y que, curiosamente, se dedica a vender cursos para explicarte cómo tú también puedes hacerlo... lo cual no deja de ser sospechoso). Pero no se trata de eso. Se trata de abrir tu abanico de opciones, de diversificar tu actividad, de probar nuevos territorios, de aprender, de conectar... y si encima te caen unos euros de vez en cuando, bienvenidos sean.

Raúl Hernández González

blog.raulhernandezgonzalez.com

[@rahego](#)

DEMANDA

Un negocio es simplemente una idea para mejorar la vida de otras personas.

SIR RICHARD BRANSON

Identifica lo que necesita tu mercado

Con frecuencia, cuando explico a la gente a qué me dedico, algunos aprovechan y empiezan a explicarme sus ideas de negocio. Por supuesto, todos creen que su proyecto es genial y me lo cuentan como si fuese un secreto del CNI. No digo que algunas

propuestas no sean interesantes, pero la mayoría de ellos nunca hacen nada al respecto. Es como escribir un libro, creo que en España todo el mundo dice que algún día escribirá uno pero pocos lo hacen. Se quedan, como mucho, en aquello de tener un hijo y plantar un árbol. (Si quieres escribir un libro, no es tan difícil, ¡adelante!)

La gente a la que he asesorado y que ha tenido éxito no sólo tuvieron buenas ideas (algunas eran bastante normalitas), sino, sobre todo, lo tuvieron porque las pusieron en marcha y lo hicieron dándoles un toque diferenciador.

Supongo que, a estas alturas ya tienes una libreta o estás utilizando una aplicación del móvil para anotar tus ideas. Lo que quiero es que te vayas haciendo la siguiente pregunta: ¿qué acciones puedes realizar para convertirlas en algo real y rentable? Supongo que ya estarás pensando en cosas como:

- Explicar tu método a través de lecciones, tutoría o asesoramiento, reales, virtuales o a través de videoconferencia.
- Crear un producto, curso, guía o aplicación en formato vídeo, audio o Powerpoint narrado.
- Diseñar un sistema que reduzca el tiempo que requiere una tarea.

Antes de crear un producto o servicio (o comercializar el producto o servicio de otra persona), debes decidir exactamente a quién está destinado ese producto. Debes identificar las necesidades de una audiencia específica y luego hacer coincidir esas necesidades con tu oferta. Una vez que hayas identificado a tu público objetivo, puedes empezar a posicionar tu producto como la solución a sus necesidades o problemas más urgentes.

Como los recursos disponibles son escasos, no podemos dirigirnos a todo el mundo. Si quieres aumentar tus opciones de éxito, debes enfocarte en la audiencia que desea ese producto. Yo mismo he cometido el error de pensar que algunos de mis proyectos no tenían éxito porque no eran buenos, hasta que me he dado cuenta de que me estaba dirigiendo a la audiencia equivocada. Para tener éxito como PROFESIONAL, localiza a quienes necesiten a alguien como tú y dales lo que quieren.

Es difícil que te equivoques al ayudar a las personas a resolver problemas cotidianos y universales, como ganar dinero, mejorar las relaciones, optimizar su tiempo, sentirse mejor consigo mismo o cualquier cosa en ese sentido. Si eres capaz de ayudar a un profesional como yo a gestionar mis gastos o a ser más productivo, seguro que te escucharé.

Muchos de nosotros estamos metidos en una dinámica de trabajo que nos impide pararnos a reflexionar sobre cómo mejorar y a buscar buenas alternativas. Si alguien puede arreglar eso para nosotros sin complicarnos mucho la vida y sin exigirnos mucho tiempo para resolverlo, se convierte en valioso y deseable.

Observa lo que la gente compra (y pregúntate si estás seguro)

¿Qué vendes? Es fundamental que descubras lo que realmente quiere la gente y, luego, que encuentres la manera de proporcionárselo. A medida que construyes una tribu de seguidores y clientes fieles en el mundo «real» y en tus plataformas digitales, muchos de ellos van a esperar con ganas tus nuevos proyectos e ideas. Yo soy el primer sorprendido cuando saco a la luz algún proyecto, de pago o no, y veo el interés que genera.

Para evitar perder el rumbo, siempre debes preguntarte: ¿por qué debería importarle a alguien lo que ofrezco? Ésta no es una pregunta que puedas pasar por alto. No siempre es fácil de responder. Pero el éxito de tus proyectos paralelos depende de ello. Así que, si no encuentras una buena respuesta, piénsalo un poco más.

Preguntas como éstas son buenos puntos de partida:

- ¿Cuál es tu mayor problema con _____?
- ¿Cuál es la principal pregunta que tienes sobre _____?
- ¿Qué puedo hacer para ayudarte con _____?

Si tienes muchas ideas pero no acabas de decidir cuál es la mejor, una de las formas más efectivas de resolverlo es simplemente preguntarle a cualquier persona en la que confíes por cuál de ellas estaría dispuesto a pagar. En nuestro país siempre estamos dispuestos a dar consejos y opiniones. Aunque no sé si eso es bueno o malo.

Para saber qué está deseando tu audiencia, puedes hacer algo muy sencillo pero eficaz: preguntar. Habla con tus clientes actuales, posibles clientes, con los visitantes de tu blog y de tus redes sociales, con la gente que asiste a tus conferencias y talleres. Pregúntales sobre los desafíos a los que se enfrentan, la información que necesitan, los resultados que desean y por qué. No tiene que ser nada formal y aburrido. Las mejores ideas las he encontrado compartiendo un café o un paseo. Cuando comprendas lo que realmente necesita tu audiencia, estarás en una posición estupenda para crear y/o recomendar productos y servicios que les proporcionen la solución que desean y por la que tú puedes obtener algo a cambio.

Debes intentar ser lo más específico posible. No preguntes simplemente si a alguien «le gusta» lo que propones. Desgraciadamente, el esfuerzo de decir que algo te gusta es mínimo. No hay más que ver lo poco que nos cuesta hacer clic en una red social para transmitir nuestra aprobación por un mensaje o una foto. Si quieres pasar del nivel de aficionado al de PROFESIONAL, debes preguntar si realmente esa persona estaría dispuesta a pagar por lo que estás ofreciendo.

Lo divertido de este tipo de investigación, especialmente si haces preguntas abiertas a las que las personas pueden responder como deseen, es que a menudo descubrirás cosas de las que antes no tenías ni idea. Muchas de las propuestas, pero sobre todo de las mejoras en mis proyectos, vienen de comentarios de la gente con la que hablo, a la que le interesa lo que hago y que se sienten libres de hablar con confianza.

La información es valiosa, pero la opinión mayoritaria no es todo. Si me hubiese basado en los comentarios sobre mis proyectos de la gente que tenía más cerca, incluso de aquellos que podían conocer mejor lo que trataba de hacer, posiblemente no habría hecho casi nada.

En último término necesitarás tus propias motivaciones para construir un proyecto a lo largo del tiempo. Si tu propósito se basa estrictamente en las preferencias de otras personas, correrás el riesgo de aburrirte, ser infeliz y todo tendrá menos sentido de lo que podría si lo hicieras a tu manera. Pide la opinión de otras personas a la hora de diseñar tus proyectos paralelos pero úsala cuidadosamente.

VALOR

El precio es lo que pagas; valor es lo que obtienes.

WARREN BUFFETT

La búsqueda de la libertad personal radica en la búsqueda de valor para los demás

¿Qué es el valor? Según una definición del diccionario, *valor* es algo deseable y valioso, creado a través del intercambio o el esfuerzo. Para nuestro proyecto, el valor implica ayudar a las personas. Si estás tratando de crear un negocio y empiezas ayudando a la gente, vas por buen camino. Por eso, los blogs que mejor funcionan son aquellos en los que siempre vas a encontrar algo útil. Los conferenciantes o los colegas que más valoras son aquellos de los que siempre te llevas algo interesante. Así que si te quedas bloqueado a la hora de poner en marcha o impulsar tu proyecto, pregúntate: ¿cómo puedo aportar más valor?

Desgraciadamente, en las organizaciones, el valor que generamos parece que está separado del dinero que cobramos en la nómina. El hecho de que hagas algo que realmente genere mucho dinero a la empresa en la que trabajas no implica un salario más grande a fin de mes.

A veces cuesta pensar en el valor que aportamos porque parece que hay una falta de sintonía entre lo que ofrecemos y lo que realmente quieren los clientes. Para evitar eso, debes meterte en la cabeza de tus clientes y pensar del mismo modo que ellos preguntándote: ¿qué gano yo con eso? Si no eres capaz de entender lo que ellos valoran, no irás muy lejos.

Tanto los profesionales a los que he asesorado como yo mismo no tardamos mucho en entender que para tener opciones de éxito debes enfocarte en brindar valor por encima de todo. La libertad y el valor tienen una relación directa, puedes buscar la libertad para ti mismo mientras aportas valor a los demás.

Piensa en los beneficios más que en las características

Tenemos tendencia a hablar de nuestro trabajo en términos de las características que ofrecemos, pero lo realmente potente es transmitir los beneficios que van a recibir los clientes. Por encima de cualquier otra cosa, el valor se relaciona con las necesidades de tiempo, dinero y bienestar.

En general, cuanto más enfoques tus proyectos hacia los principales beneficios en lugar de hacia tus cualidades personales o hacia otro tipo de características que les importan bastante menos, más atraerás a los clientes. No importa el tamaño de tu idea, la creación de valor sigue siendo la clave para ganarte la vida con ella. Si bien la mayoría de las personas se preocupan por la forma de ganar dinero, las personas inteligentes se preocupan por cómo crear algo de verdadero valor. Porque una vez que has hecho eso, ganar dinero es relativamente sencillo.

Una de tus tareas más importantes en esta etapa como PROFESIONAL es averiguar qué quiere la gente y luego encontrar la forma de dárselo. A medida que construyes tus proyectos paralelos, mantén el foco en crear valor real dando a las personas lo que realmente quieren. Y me refiero a darle a la gente lo que desean de verdad, no sólo lo que crees que deberían querer o tener. Deja de poner el foco en ti y apúntalo hacia ellos.

Los beneficios generalmente se relacionan con las necesidades emocionales más que con las necesidades físicas. Da igual lo lógicas que digan las personas que son a la hora de tomar decisiones. Se ha demostrado en experimentos psicológicos que todas las decisiones son realmente impulsadas emocionalmente. La emoción, el deseo, por ejemplo, es lo primero. Luego construimos razones lógicas (a menudo inconscientemente) de por qué esa elección o esa compra fue la decisión correcta.

Debemos sintonizar con las emociones de las personas que creemos que querrán lo que ofrecemos. Así que a la hora de crear tus proyectos piensa en algo que la gente desee con fuerza si quieres crear algo por lo que estén dispuestos a darte su dinero. Por lo general, la mayoría de la gente quiere más de algunas cosas buenas (dinero, amor, atención, tiempo) y menos de otras cosas malas (estrés, ansiedad, deudas). Es en esas variables en las que tienes que centrarte.

He conocido demasiados profesionales que desean crear proyectos propios centrándose en aspectos accesorios como la creación del sitio web PERFECTO, logotipos, nombres comerciales y otros aspectos de los negocios que son importantes, pero no son lo primero ni lo principal. En cambio, es preferible que dediques todo tu tiempo y energía a crear algo que la gente desea (de verdad). A medida que asimiles esta idea, te sorprenderá lo rápido que puedes avanzar. Yo he sido el primero en dedicar demasiado tiempo a cuestiones accesorias en lugar de centrarme en lo fundamental.

En lugar de buscar dinero desde el principio, céntrate en crear algo de verdadero valor para los demás, algo interesante o útil. Enfócate en lo que puedes añadir o quitar para mejorar la vida de alguien... y luego prepárate para que te paguen. Porque una vez

que hayas hecho eso, siempre habrá una forma de ganar dinero. La clave para que te paguen es crear algo que otras personas valoran, algo que les resulte interesante, agradable o útil.

No hay fórmulas mágicas para hacerse rico rápidamente aunque internet esté lleno de gente que dice que las tiene. Si hubiera una forma de crear algo valioso sin ningún esfuerzo, todos se apresurarían a hacerlo y luego el valor caería en picado. Por eso es importante elegir una idea que te motive (para mantenerte firme) y que uses algunas de tus habilidades y cualidades naturales (para tener una ventaja competitiva).

No te pagan por tiempo sino por el valor que aportas

A un PROFESIONAL no se le paga por su tiempo, se le paga por el valor que proporciona. Se le paga por sus resultados. El problema es que aprender a producir resultados puede requerir mucho tiempo. Pero hazme caso, ese tiempo y esfuerzo merece la pena. Una vez que encuentras la forma de crear esos resultados una y otra vez con poco esfuerzo, sólo tienes que repetir y mejorar.

Una razón por la que mucha gente tira la toalla antes de tener éxito con sus proyectos es porque esperan una compensación inmediata por su tiempo antes de demostrar nada. Creen, equivocadamente, que el mercado, el sistema o la empresa deberían recompensarles por el tiempo que invirtieron y no por el valor que proporcionan. Se acercan a los proyectos con mentalidad de empleado, no con mentalidad de PROFESIONAL.

Sé que cuesta aceptarlo pero el mercado no valora el esfuerzo o la cantidad de títulos que tienes. Valora la satisfacción de las necesidades de los individuos. Por mucho que te esfuerces y trabajes en algo, si eso no genera un valor añadido para alguien, ese esfuerzo no sirve para casi nada.

¿Cómo te puedo ayudar?

¿Qué pasaría si, en lugar de preguntar qué es lo que quieres, cambias la pregunta? Lo primero que tienes que preguntar es: ¿qué puedo hacer para ayudarte? ¿Cómo serías percibido por tus clientes? ¿No crees que generarías más confianza? ¿No sería mucho más efectivo tu marketing personal si tuvieras la mentalidad de buscar primero la manera de ayudar?

Ha sido muy decepcionante ver que la mayoría de los profesionales y emprendedores que asesoro no suelen hacerse esta pregunta. Cuando lo hacen es porque aparece en un manual para crear modelos de negocio pero no hay un interés de verdad.

Practica hacer una y otra vez esa pregunta: ¿cómo puedo ayudarte? No sólo tus clientes estarán encantados de elegirte, sino que también te sorprenderán con las ideas y los productos que se les ocurran.

La pasión no es suficiente

Si hay algo que es una constante en todo este libro es que podrás conseguir libertad personal aportando valor si eres capaz de monetizar lo que te gusta. Una afición, una habilidad con la que disfrutas o una actividad que te apasiona puede ser tu plan de escape profesional si terminas convirtiéndola en un negocio rentable. Pero quiero dejar claro que no basta con centrarte en hacer sólo lo que te gusta. Me encanta dar largos paseos en solitario y con mis pensamientos, pero no creo que nadie me vaya a pagar por ello. Pero si soy capaz de extraer algo de esos paseos (siempre tengo mis mejores ideas caminando) y lo combino con alguna cualidad (capacidad de escribir), quizá pueda crear algo valioso para alguien, como artículos, respuestas a problemas de clientes, un nuevo libro... Como ves, sólo hace falta darle unas vueltas.

La mayoría de las personas fracasan en esta fase porque se empeñan en mirarse el ombligo, se centran en lo que quieren y necesitan. Están estresados por el tiempo y el dinero, les obsesiona el corto plazo. Pero el pensamiento a corto plazo nunca conduce a grandes resultados a largo plazo. Prefieren jugar a la lotería que poner en marcha proyectos más o menos locos.

Si quieres tener éxito, piensa a largo plazo. Y piensa en lo que otros quieren. Recuerda que nadie te pagará por algo simplemente porque te encante. Cobrarás cuando tu pasión se utilice para ayudarles a resolver sus problemas o a mejorar su situación.

Empieza aportando valor en todo lo que transmitas

Estamos sobrecargados de información. Aquello de que la información es poder ya no tiene sentido. Lo realmente valioso es encontrar la forma de manejarla y convertirla en algo útil para lograr resultados específicos como encontrar trabajo, ganar dinero, mejorar las relaciones con tu pareja, convertirte en un referente en internet, cambiar la situación de tu barrio, dejar de fumar o aprender a patinar en línea.

Todos los días, hay millones de búsquedas en internet que realizan personas dispuestas a pagar por soluciones que les ayudarán a avanzar. Millones de personas dedican horas y horas a buscar consejos útiles con los que esperan mejorar sus vidas y alcanzar los resultados deseados. Hay miles o millones de categorías en las que la gente busca información y está dispuesta a pagarte por ella si se la proporcionas en un formato adecuado. Podría decirse que hay miles de nichos en los que puedes aportar valor y en cada uno de ellos hay muchos subnichos rentables.

Sabrás cuándo has logrado crear algo de verdadero valor porque cobrará vida propia. Las publicaciones de tu blog empezarán a aparecer en todas partes, tus tuits se retuitearán y la gente que te ha visto trabajar te recomendará. Cuando extraes la esencia de todo eso y la conviertes en productos comercializables como libros, DVD, cursos virtuales, podcasts, artículos y blogs que la gente pueda experimentar y disfrutar, podrás transformar tu vida.

O vendes soluciones o vendes mejoras

Tu idea será valiosa y, por tanto, tendrá opciones de tener éxito si la gente a la que te diriges tiene una clara necesidad de conseguir algo y tu propuesta puede satisfacerla. Puede ser una experiencia personal en un curso de relajación o una foto bonita que puedan colgar en su salón. Si buscan ese tipo de cosas, están persiguiendo algo positivo. Pero mucha gente lo que quiere es escapar de algo negativo. Puede que se sientan mal por no saber relacionarse, pueden tener miedo a volar o sienten una enorme ansiedad por la posibilidad de perder su empleo. Quienes están en esa situación están deseando escapar de algo que les hace sentir mal. Y cuanto más potente sea esa sensación de huida o de búsqueda por parte de tus clientes, más valor tendrá lo que les ofrezcas.

De todos modos, debes tener en cuenta que tendemos más a resolver las cosas negativas que a conseguir algo positivo. Somos más de solucionar un dolor que de satisfacer un deseo. Supongo que tendemos a evitar el dolor, la vergüenza o el miedo que a pagar por estar un poco mejor cuando ya estamos bien. Supongo que un antropólogo lo explicaría diciendo que la selección natural favorece a quienes escapan del peligro antes que a los que contemplan la belleza.

Tu propuesta necesita resolver un problema que causa un dolor que existe. Es más fácil venderle a alguien que sabe que tiene un problema y está convencido de que necesita una solución, que persuadir a alguien de que tiene un problema que debe resolver. Es más, cuando tú ves el problema en alguien que se niega a aceptarlo, no sólo no vas a generar ningún ingreso sino que posiblemente te ganes un enemigo.

Pero no se trata sólo de lo que la gente valora sino también de la fuerza con que lo hace. Si lo que ofreces mejora la salud de alguien, no tiene el mismo efecto que si lo que propones le va a salvar la vida a corto plazo. Lo siento, somos así. En cualquier caso no pierdas el tiempo intentando convencer a personas que no desean cambiar una situación. Además de inútil, es agotador. Te lo digo por experiencia.

Conviértete en un buscador de problemas

Si has elegido este libro y has leído hasta aquí, es probable que tengas una idea para un servicio o producto que crees que va a arrasar. Pues lo siento mucho, pero tu idea puede ser un desastre. Muchos PROFESIONALES tienen, tenemos, malas ideas, pésimas incluso. Pero los mejores siguen buscando hasta que transforman una mala idea en una buena o encuentran una mejor versión de la idea mala. Así que te estarás preguntado: ¿cómo sé si una idea es buena o mala?

Muchas veces nos centramos en crear un producto que es una solución en busca de un problema. Yo mismo me obcequé en mis primeros tiempos en crear un modelo de desarrollo de marca personal que era tan precioso, elegante y vistoso como inútil. O así les pareció a las primeras personas que tuvieron la paciencia de escucharme.

Los mejores proyectos paralelos se centran en la resolución de problemas. Mientras haya problemas, siempre habrá alguien buscando soluciones y, mira por donde, siempre habrá un modo de ganar dinero. Métete en la cabeza que el valor de tus ideas es proporcional a los problemas que resuelven.

Asegúrate de que tu solución sea diferente y mejor. Pero ten en cuenta que no es necesario que sea más barato. Competir en precio suele ser una propuesta perdedora. Hazme caso, he sido jefe de compras durante mucho tiempo.

¿Está el mercado defraudado con lo que le están ofreciendo? Ser diferente no es suficiente. La mejor forma de diferenciarse es haciendo mejor lo que se requiere. No tiene sentido presentar algo si el mercado ya está satisfecho con la solución. La tuya debe ser diferente y/o mejor. Eso es lo importante y no el tamaño del negocio u otras cuestiones accesorias.

Casi todo lo que se vende es para resolver un dolor profundo o satisfacer un deseo profundo. Por ejemplo, las personas compran artículos de lujo para conseguir respeto y prestigio, pero en un nivel más profundo quieren ser amados. Tener algo que elimina el dolor puede ser más efectivo que darse cuenta de un deseo. Debes mostrar a la gente cómo puedes ayudarles a eliminar o reducir el dolor.

***Tus ideas son tan fuertes
como los problemas que resuelven***

Por supuesto, los problemas son como las personas: hay grandes y pequeños, silenciosos y ruidosos. Los mejores problemas para resolver se basan en tres elementos:

Necesidad

Busca problemas que las personas necesitan resolver. Eso hará que tu oferta sea «imprescindible», no «agradable de comprar». Las ideas que resuelven problemas profundos tienen más potencial que los productos de lujo que abordan problemas superficiales.

Dolor

Cuanto más dolor cause el problema, más poderosa será la solución. Si tu idea puede aliviar un dolor significativo en la vida de tu cliente, encontrarás una aceptación más rápida y crearás admiradores para toda la vida. Si un problema causa dolor físico, emocional e incluso financiero, es bueno resolverlo.

Urgencia

Si hay un componente de tiempo involucrado, el poder de tu idea puede ser amplificado. Un nuevo tipo de antivirus que puede resolver un ataque global en una multinacional es un producto más rentable que una nueva versión de un sistema operativo que puede aumentar en unas décimas la productividad. Este último no es tan urgente como el anterior.

Pregunta para detectar oportunidades

A lo mejor lo que necesita la gente no es tu «pasión», porque la pasión es una palabra peligrosa. La pasión puede ser una palabra egoísta. Sólo ganas la batalla si tu pasión proviene de resolver los problemas de los demás.

La mejor información que puedes conseguir viene del mundo real, de interactuar con quienes forman tu mercado, aprendiendo sobre ellos, trabajando con ellos. Para empezar a conocer lo que realmente valora tu mercado objetivo o audiencia, busca cualquier situación que te ponga en contacto directo con ellos. No hay nada más útil que estar en una habitación con las personas a quienes deseas convertir en tus clientes o admiradores.

Cuanto más cerca estés de la gente a la que quieres ayudar, mucho mejor porque, entonces, en lugar de adivinar, podrás conocer de primera mano lo que necesitan y desean. Entender esto puede ser tan obvio que ni siquiera nos damos cuenta. Mira alrededor:

- ¿Qué necesita la gente?
- ¿Cómo eres capaz de resolver esta necesidad?
- ¿Qué has estado desarrollando, incluso sin darte cuenta, que puede ayudar a alguien?
- ¿Cuáles son sus deseos?
- ¿Qué les emociona?
- ¿Cuáles son sus desafíos y frustraciones?
- ¿Dónde están las soluciones actuales que aún dejan a las personas insatisfechas?

Si deseas respuestas reales, pregunta a los expertos, es decir, a tus clientes actuales y potenciales. Lo mismo vale para todo lo que hagas. Cuando tienes algo que crees que es bueno, compártelo. Sube tus mejores fotos a la red. No te guardes tus ideas, divúlgalas en tu blog. Explica tus ideas locas en una conferencia. Si se te ocurre algo genial, graba un vídeo de cinco minutos y súbelo a YouTube. Verás con qué rapidez vas a ver lo que valora tu audiencia... y lo que no.

Es que no tengo nada valioso que aportar

En esta etapa inicial es posible que no tengas ni idea de cómo crear algo de valor o incluso que desconozcas quién forma tu mercado objetivo, simplemente te apetece hacer algo con lo que te gusta, con tus cualidades y tu creatividad. Perfecto. De momento, nos vale. Simplemente pon tus habilidades, conocimiento y esfuerzo en disposición de hacer algo bueno, sigue tratando de ser útil o interesante para los demás, ofrece lo que crees que podría satisfacer los deseos y necesidades de la gente y conseguirás hacer algo valioso. ¿Cómo sabrás que lo has conseguido? Es fácil. La gente te lo dirá. No hay día en el que de un modo u otro alguien me diga que lo que cuento le ha servido para algo.

Harán clic en tus enlaces, comentarán en tu blog y en tus redes sociales, te harán preguntas (sí, lo reconozco, puede ser un poco agobiante), debatirán contigo, se presentarán en los eventos en los que intervengas, te preguntarán cuándo vas a escribir tu próximo libro, te pedirán que les eches una mano en sus proyectos, te consultarán sobre

otros productos o servicios que puedes ofrecerles y también empezarán a compartir tu trabajo con otros espontáneamente. Cuando eso sucede, la monetización puede ser tan simple como poner un precio.

Esto va de descubrir cómo crear valor. Y como no me canso de repetirte, el valor se crea cuando alguien hace algo útil y lo comparte.

Céntrate en el valor que ofreces

Cuando decides poner en marcha tus propios proyectos profesionales, lo haces porque crees que tienes un producto o servicio que ayudará a otros a alcanzar sus objetivos. Vas a ayudar a resolver los problemas de otras personas. Vale, ya sé que puede ser un poco desmoralizador cuando te dicen unas cuantas veces «Gracias, pero no me interesa». Lo fundamental es que nunca olvides que lo que haces es útil para alguien. Ya te advierto que tendrás momentos bajos o, algo peor, de meseta, de parálisis, pero la idea de que eres útil te mantendrá motivado para seguir.

Una forma fácil de mantenerte concentrado es recordar que tienes algo valioso que ofrecer. Por ejemplo: «Diseño sitios web con estilo propio que encantan a mis clientes y les ayuda a diferenciarse» o «Soy capaz de organizar tu casa y eliminar lo que te sobra en sólo unas horas» o «Puedo ayudarte a aclarar tus ideas y diseñar un proyecto profesional que te permita alcanzar tus objetivos en los próximos meses».

Mantente enfocado en ofrecer ayuda a los clientes potenciales para lograr sus objetivos. Cuando lo planteas de esta forma ya no se trata de «venderse» sino de ofrecer soluciones. Ya no se trata de ti, sino de ellos. Tú, amigo mío, amiga mía, haces la vida más fácil, solucionas problemas, como el Sr. Lobo en *Pulp Fiction*.

Métete ese mensaje en tu cabeza antes de salir ahí a contarlo. Imprimelo y plastifícalo en DIN A3 y ponlo en el corcho que tienes sobre tu mesa, convierte esa idea en salvapantallas. Lo que sea, pero nunca olvides que lo que haces tiene valor. Recuerda lo increíble que es lo que ofreces. Hará que salir a vender sea mucho más fácil y que tu proyecto sea mucho más divertido.

Dale unas vueltas

Antes de seguir avanzando piensa un poco en cuestiones como éstas:

- ¿A quién le gustaría lo que estoy ofreciendo?
- ¿Qué puedo ofrecer que pueda ser de particular interés para ellos?
- ¿Por qué les resultará atractivo?
- ¿Cómo puedo ayudar más a la gente?
- ¿Cómo confirmo que mi proyecto tiene valor para los demás?

Si no conoces las respuestas a estas preguntas todavía, tranquilo. Simplemente déjalas que vayan madurando en tu cabeza, en tu mente, a medida que progresas en tu proyecto. Y según vayas interactuando con tu mercado objetivo, aprende lo que puedas

sobre sus intereses, deseos y frustraciones. Piensa siempre en cómo crear cosas que sean interesantes o útiles para otros, es decir, en crear valor.

IDEAS

No encuentres clientes para tus productos, encuentra productos para tus clientes.

SETH GODIN

Hay tres procesos distintos y muy diferentes involucrados en encontrar una idea para tu proyecto paralelo. El primero es generar opciones, el segundo es elegir entre ellas y el tercero es convertirlas en realidad. La mayoría de las personas suele cometer el error de hacerlo todo al mismo tiempo y, como resultado, se quedan estancadas. Si crees que no tienes ideas, es muy probable que estés evaluando y descartando las ideas al mismo tiempo que intentas generarlas. Esto desorienta a tu cerebro y acabas enfadado, confundido y frustrado. Para que esto no suceda, vamos a separar las diferentes etapas. Primero generaremos ideas. Luego las evaluaremos. Por último, convertiremos las mejores ideas en proyectos que puedas poner en marcha inmediatamente.

Aprende a generar ideas rentables

Tras casi todas las frustraciones, inconveniencias y carencias, se encuentra un nuevo negocio en espera de nacer.

ALAIN DE BOTTON

Las ideas pueden convertirse en activos

Estamos inundados en las redes sociales de anuncios en los que te explican cómo lanzar proyectos de centenares de miles de euros y estrategias de éxito instantáneo, pero cada vez son más los que denuncian que ese tipo de propuestas no esconden más que «venta de humo» que sólo beneficia a quienes las lanzan. Sin embargo, un enfoque más paciente y constante puede conseguir que una idea te genere ingresos suficientes para ir más desahogado económicamente y quizá, sólo quizá, pueda convertirse en un negocio que te permita ser independiente en dos o tres años.

Las ideas están a tu alrededor, en todas partes. Muchas de estas ideas pueden convertirse en dinero. Al crear tu proyecto paralelo, el objetivo es convertir esas ideas en activos, en algo que tenga un valor real y te genere ingresos durante mucho tiempo. Cuando se habla de activos solemos pensar en cosas como acciones, bonos y fondos de inversión. Todos son una forma de activos, en el sentido de que, con el tipo de esfuerzo adecuado, se pueden convertir en dinero.

Imagina que mañana heredas un paquete de acciones de un tío al que ni siquiera conociste y que vale una gran cantidad de dinero, al menos sobre papel. Sin embargo, no hay forma de cambiarlo por dinero real si nadie lo compra. No importa que esas acciones supuestamente valgan un millón de euros. Si no puedes convertirlas en efectivo contante y sonante, es como si no lo tuvieses. Pues bien, tus maravillosas ideas de proyectos paralelos son como esas acciones que has heredado. Tienen el potencial de transformarse en valor real, pero sólo si lo conviertes en efectivo. Si se quedan dando vueltas en tu cabeza o quedan anotadas en una agenda, el valor va a seguir siendo potencial, pero no «de verdad». Tu objetivo como PROFESIONAL es movilizar ese potencial y comenzar a convertir tus ideas en dinero.

Ya te aviso, no es fácil identificar ideas de negocio unipersonales como las que estamos planteando aquí que puedan generar millones de euros. Aquí se trata más bien de encontrar proyectos que te permitan generar unos ingresos extra o, en el mejor de los casos, reemplazar un empleo. El objetivo es encontrar un negocio que te permita obtener mucho más rendimiento financiero de tu esfuerzo sin asumir los altos gastos generales de un negocio tradicional.

*Tus mejores cualidades
deben formar parte del proyecto*

Un proyecto basado en algo que te apasiona puede ser muy difícil pero también el más gratificante. No todas tus aficiones y todo lo que amas tiene que formar parte de tu negocio. Lo importante es que confíes en lo que quieres crear y en lo que vas a ofrecer. Debes tomarte tu tiempo para construir una base sólida sobre la que puedas hacer crecer tu idea. Al mismo tiempo debes tener paciencia y permitirte ser cada día mejor en lo que haces y entender qué es lo que funciona y lo que no en tu proyecto. Como dijo alguien, el dinero crece en los árboles... si sabes plantar las semillas correctas.

Lo que nos hace especiales debe formar parte de nuestro proyecto paralelo de alguna manera. La mayoría de nosotros no sabemos qué es eso porque se nos da bien de forma natural o simplemente nos parece demasiado obvio. Cada uno de nosotros tiene un conjunto específico de habilidades y enfoques que hacen que lo que hacemos sea único. Esto es lo que debemos aprovechar. No creo que haga falta insistir mucho más sobre esto, ¿verdad?

Encontrar ideas valiosas

Cuando comiences a pensar como un PROFESIONAL, verás que las ideas de negocio pueden venir de cualquier parte y en los momentos más inesperados. Cuando vayas a hacer la compra al supermercado, observa cómo colocan los productos (vale, yo he trabajado muchos años en distribución y me sale de manera natural). Observa qué precios están poniendo al mismo producto en diferentes tiendas reales y virtuales. Cuando veas publicidad (de cualquier cosa) en la tele, pregúntate: ¿cuál es el principal mensaje que intentan transmitir?

Si tienes mentalidad de PROFESIONAL verás ideas en todas partes. Por otro lado, cuanto más aprendas sobre tus clientes y lo que quieren, puede que empieces a agobiarte un poco por las ideas. ¿Qué debes hacer cuando tienes más ideas que tiempo para analizarlas?

Primero, asegúrate de capturar todas las ideas y escribirlas ya que podrían serte útiles más tarde. De todos modos, tener muchas ideas no debería ser un problema. Una vez que comienzas a pensar en las oportunidades, es probable que termines con muchas ideas escritas en servilletas, garabateadas en cuadernos y dando vueltas por tu cabeza. Y eso no es nada malo. Créeme. La inspiración puede aparecer en cualquier momento y debes ser capaz de capturar estas ideas rápidamente. A mí me funciona muy bien la aplicación Evernote. Si conectas ésta u otra aplicación similar con tu ordenador, teléfono móvil y otros dispositivos, podrás tomar notas, desarrollar ideas sobre la marcha y estar siempre actualizado, sin importar dónde te encuentres.

Debes tener fácil acceso a tu información, ideas, planes y estrategias sobre la marcha. Yo suelo ir anotando cosas mientras paseo o incluso cuando me despierto a media noche. Plasmar tus ideas te ayudará a tomar el control del proceso y establecer una base sólida para el éxito futuro, sin importar cuáles sean tus planes.

En segundo lugar, encuentra una forma de evaluar las ideas más interesantes. Crear una «lista de posibilidades» te ayuda a conservar ideas para cuando tengas más tiempo para implementarlas. El problema es evaluar qué proyectos vale la pena desarrollar y luego decidir entre diferentes ideas. A veces puedes saber intuitivamente cuál es la mejor opción. En esos casos, debes lanzarte sin dudar. Otras veces, sin embargo, sentirás un conflicto dentro de ti. ¿Qué deberías hacer? Vamos a ir viéndolo.

No te agobies

Poco a poco vas a ir descubriendo oportunidades que ni siquiera sabías que existían. Pensar en modo PROFESIONAL te vuelve más sensible y, de repente, verás proyectos interesantes en todas partes. Es sorprendente lo que sucede una vez que abres los ojos. Pero antes de meternos de lleno en la búsqueda de ideas quiero derribar algunos mitos y acabar con algunos prejuicios. Quiero quitarte presión para que no te rindas incluso antes de empezar.

Cuando empezamos a generar ideas solemos pensar que el éxito de tu proyecto paralelo depende, sobre todo, de la calidad de la idea con la que quieres comenzar. Esa creencia es muy habitual y frena a mucha gente incluso antes de dar el primer paso. He conocido a muchísimas personas que piensan que no deberían moverse hasta encontrar esa idea brillante, genial y diferente que, de alguna manera, les garantice que todo va a funcionar. Lo que ocurre es que eso sólo sucede en un mundo de unicornios y arcoíris, pero en éste te podrías pasar el resto de tu vida buscando. Mucha gente se queda atrapada en la búsqueda de una «gran idea», pero no necesariamente se necesita una gran idea para obtener resultados: necesitas una idea útil. Punto.

Por mi experiencia y la de muchos otros a quienes he asesorado, la idea con la que empiezas no es tan importante como podrías imaginar.

En primer lugar, la forma en que ejecutas tu idea es tan importante (o más) que la idea que eliges

Las primeras versiones de cualquier cosa no suelen ser ni perfectas ni tampoco originales. Siempre hay algo parecido y, casi siempre, mejor. Lo importante viene después, en la ejecución, en la forma en que desarrollas tu idea hasta convertirla en algo que realmente sobresale gracias a la forma en que la gestionas.

En segundo lugar, tu idea no sólo va a evolucionar sino que debe hacerlo en cuanto empieces a aplicarla

Las ideas cambian en función de la respuesta de la audiencia o simplemente para resolver los problemas que surgen en el camino. Pero, además, es que tú no vas a dejar de pensar. Vas a seguir teniendo nuevas visiones que van a generar nuevas ideas o mejoras de las anteriores. Una vez que das vida a una idea parece que sigue su propio camino sin ti. Yo mismo me he sorprendido viendo dónde me han llevado mis ideas iniciales. Así que quédate tranquilo: la idea inicial rara vez es la idea con la que triunfas. Muchas veces, con el tiempo, tu proyecto se parece como un huevo a una castaña a tu idea original. Así que deja de obsesionarte por la idea perfecta antes de comenzar.

Incluso si tu idea es maravillosa, es sólo el principio

Siempre debes continuar innovando y evolucionando. O, algo mejor, creando nuevos proyectos y ofertas. Si te duermes en los laureles y esperas vivir siempre de tu primer prototipo o la versión 1.0 de tu proyecto, estás derrotado antes de empezar. Así que recuerda que tu primera idea es sólo eso, la primera.

Recuerda siempre que estás aquí para satisfacer necesidades y resolver problemas. Cuando encuentres una posible tendencia, ataca rápidamente. Empieza incluso cuando no estés seguro de lo que sucederá. Nunca se está seguro. Si funciona, siempre puedes mejorarlo. Si no funciona, bueno, no has invertido mucho tiempo y puedes seguir adelante fácilmente.

La inspiración es para aficionados

Ya sabes que no necesitas una idea perfecta para comenzar, pero una parte de ti probablemente sigue soñando con que se te ocurra algo único. Pero la inspiración es para aficionados, el resto de nosotros simplemente arranca y se pone a trabajar. Los profesionales que he conocido a los que les va mejor no se quedan esperando la inspiración para ponerse en marcha. Saben que las mejores ocurrencias vienen cuando estás trabajando, poniendo en marcha otras ideas. Así que, si quieres encontrar esa idea que te cambie la vida, comienza con cualquier otra. Entrégate a fondo a un proyecto y ponlo en marcha cuanto antes. Sumérgete en el trabajo y haz que empiecen a ocurrir cosas.

Si estás sentado tratando de idear una gran idea, puedes esperar mucho tiempo antes de que ocurra algo. Te puedo decir que durante el primer año de mi primer proyecto dediqué mucho tiempo a pensar y a planificar... y no ocurrió nada. Pero en cuanto pasé a la acción todo se aceleró. Cuando actúas, aprendes más rápidamente, conoces personas, descubres nuevos sistemas y modelos, libros útiles y formas eficaces de hacer las cosas. Al final tendrás un montón de ideas acumulándose que podrás examinar y probar en otros proyectos paralelos.

Las personas inteligentes no se sientan a esperar la inspiración para atacar. Si quieres crear productos, libros, asesorías, procedimientos o negocios, sólo tienes que comenzar en alguna parte. Si te pones a trabajar, se te ocurrirá algo y luego se te ocurrirá algo más. Incluso las cosas que descartes te guiarán en alguna dirección.

Si esperas una especie de iluminación, no vas a adelantar demasiado. Las mejores ideas salen del proceso, surgen de hacer el trabajo. La inspiración es relativamente innecesaria y de alguna manera engañosa. Sientes que necesitas LA GRAN IDEA antes de que puedas ponerte manos a la obra, y creo que casi nunca es el caso.

Cuando seas nuevo buscando ideas y haciéndolas realidad, no tengas miedo de elegir algo que te entusiasme, aunque te parezca pequeño, trivial o hasta divertido. Así que, para tu primer proyecto, no tengas miedo de elegir algo simplemente porque te parece «chulo», incluso si te parece algo poco relevante o no terminas de ver cómo puedes ganar dinero. Trabaja en ese proyecto durante unas cuantas semanas y observa si te genera ideas más grandes y comerciales.

Quédate con que tu éxito no vive ni muere con una idea. Tu éxito como PROFESIONAL depende de que te conviertas en un «explorador», alguien que sabe cómo salir al mundo, apostar por algunas ideas y divertirse con ellas.

Nada nuevo bajo el sol

Una de las dificultades para comenzar tu propio negocio es que es muy probable que alguien ya esté haciendo algo parecido. Todos tenemos ideas pero, desgraciadamente, casi todas están agazapadas en nuestra cabeza incluso antes de expresarlas en voz alta. Ya hay hamburgueserías gourmet, centros de yoga o cursos virtuales de todos los temas imaginables. Ya hay personas que crean aplicaciones, que se convierten en asesores financieros personales o inician negocios de mantenimiento de domicilios particulares. Todo está hecho. Y si no lo está, un pariente, un amigo o un colega lo harán. El mundo no necesita más centros de manicura. Entonces, ¿qué necesita el mundo? Si puedes responder esa pregunta y encontrar una forma de resolverla, ya tienes tu negocio.

A ver, no te estoy diciendo que debas tener una idea nueva. Puede ser una idea existente pero mejor ejecutada. Es más fácil mejorar una idea existente que construir un mercado completamente nuevo. Mira a tu alrededor y observa. La lámpara que compraste no era la que creó su inventor. Fue de alguien que lo hizo mejor. Tu teléfono móvil. Tu coche. Tu silla. Todo está mejor hecho. Y si eliges algo que no ha mejorado en mucho tiempo, muy probablemente es porque es económicamente poco rentable.

Tú también puedes. Suelo decir que la mejor forma de diferenciarse no es hacer algo extraño o extravagante sino ser o hacer algo (o mucho) mejor de lo que ya existe.

Céntrate en lo que te atañe a ti

Debes asegurarte de que tanto la idea como el problema que intentas resolver sean importantes para ti o tengan que ver contigo. Trabajar para resolver el problema de otra persona nunca suele ser la mejor opción.

En contadas ocasiones he aceptado trabajos que no tenían nada que ver conmigo. Por ejemplo, una vez, un colega me pidió apoyo para realizar un trabajo de campo como consultor para una tabacalera. Para mí, que no fumo, el proyecto resultó tener muy poco encanto y creo que se notó. Así que seguro que tendrás mejor perspectiva y una mayor posibilidad de éxito si alineas tus intereses personales y tu vida con tus ideas de negocio.

Los PROFESIONALES que tienen más éxito suelen estar muy involucrados con la idea original tras sus proyectos. Es algo así como un cantautor, alguien que no sólo canta una canción sino que además la compone. También deberías asegurarte de que la idea se adapte a tu estilo de vida. Si requiere un tiempo o unos recursos de los que no dispones, probablemente no sea una idea apropiada, y si no lo disfrutas o afecta gravemente a tus relaciones con las personas más próximas, probablemente tampoco sea tu idea.

Poner tu energía tras la mejor idea posible no garantiza el éxito del proyecto, pero aumenta tus posibilidades. Una idea puede ser buena, pero sólo tú puedes hacerla irresistible.

Fórmula cualidades-valor-oferta

Existe una forma sencilla de desarrollar ideas sin importar tu área de experiencia o tu especialidad. Te propongo que la utilices para construir tus primeros proyectos.

Elemento	Descripción	Ejemplos
Cualidades	Lo primero que debes hacer es identificar la experiencia y cualidades concretas que posees actualmente en las que te gustaría enfocarte o especializarte	Desarrollo de marcas Internet y medios sociales Motivación Propuesta de valor
Valor	Describe los resultados específicos que se pueden lograr mediante la aplicación de tu experiencia	Cómo convertirte en un experto Cómo crear tu plataforma digital Cómo encontrar la actitud para posicionarte Cómo crear una oferta profesional
Oferta	Si pudieras convertir este conocimiento en productos que aprovecharan tu tiempo y recursos, ¿qué formatos (por ejemplo, audio, descarga digital, DVD, vídeo tutorial, curso virtual, una serie de seminarios web) te interesarían?	Cómo construir una estrategia de marca personal en 7 días - programa de audio de 120 minutos Cómo crear un blog profesional especializado - vídeo tutorial en internet Cómo crear hábitos motivadores - manual de audio y digital Cómo crear una propuesta de valor para encontrar empleo - libro

Como puedes ver en este ejemplo, nos enfocamos en tres áreas básicas de una manera simple para extraer y definir tanto tus conocimientos como el modo en que podrían convertirse en productos que podrían venderse en internet.

Ahora es tu turno de aplicar este modelo al campo en el que eres especialista. La clave es ser lo más específico posible cuando se trata de aplicar tus cualidades.

Dale unas vueltas

Algunas personas tienen decenas de ideas de negocio, otras creen que no tienen ninguna. Yo mismo he pensado durante mucho tiempo que esas ocurrencias eran sólo para unos pocos, para gente con una visión especial de las cosas.

El truco para comenzar un proyecto paralelo es identificar una idea con la capacidad de generar ingresos suficientes para empezar a crear el estilo de vida que deseas. Descubrir este tipo de negocio es diferente de encontrar un negocio que sustituya tu empleo, aunque si creas un proyecto con potencial para generar ingresos suficientes a medio plazo, estarás creando una alternativa viable al trabajo asalariado en el que estás.

Te propongo algunas preguntas para orientarte en esta búsqueda. Una vez que se te ocurra la idea, estarás listo para ponerla a prueba a pequeña escala para ver si es algo por lo que alguien está dispuesto a pagar.

- ¿Qué cosas te atraen, te interesan, te apasionan?
- ¿De cuáles de estos intereses podrías disfrutar aún más al convertirlos en un negocio?
- ¿De cuáles de estos intereses disfrutarías mucho menos si intentases ganar dinero con ellos?
- ¿Hay algún tema que te obsesione tanto que hayas llegado a desarrollar una experiencia rara o inusual?
- ¿En qué cosas te gusta pensar todos los días?
- ¿Qué tipos de trabajo disfrutas más, ya sea en tu vida privada, en tu empleo, en tu tiempo de ocio?
- ¿En qué áreas te dicen que tienes habilidades, experiencia o competencia por encima de la media?
- ¿En qué áreas careces de habilidades, experiencia o cualidades monetizables pero podrías suplir esas debilidades a corto plazo si te comprometes?
- ¿En cuál de las áreas en las que tienes habilidades, experiencia, competencias o la capacidad de producir productos o servicios podrías obtener dinero?
- Después de hacerte estas preguntas:
 - ¿Qué tipo de proyecto paralelo consideras, en términos realistas, que tendrías más opciones de poner en marcha?
 - ¿Qué tipo de negocio tiene el mayor potencial para permitirte rentabilizar tus cualidades sin contratar a nadie?

Cuando pienses en diferentes ideas de negocio, piensa en ingresos. Adquiere el hábito de conectar tus ideas con las «cosas de dinero». El dinero no es lo único que hay que tener en cuenta, pero cuando hablamos de PROFESIONALES, es una variable muy importante. Hazte tres preguntas para cada idea:

- ¿Cómo te pagarían con esta idea?
- ¿Cuánto te pagarían con esta idea?
- ¿Hay alguna manera de que te paguen más de una vez?
- Ten en cuenta las preguntas más básicas de cualquier negocio que espere tener futuro:
 - ¿El proyecto genera un producto o servicio claro y evidente?
 - ¿Conoces personas que quieran comprarlo? ¿Sabes dónde encontrarlas?
 - ¿Tienes alguna forma de que te paguen?

Esas preguntas forman una simple evaluación de referencia. Si no tienes un sí claro en una de ellas, dales unas vueltas. Sin embargo, asumamos que puedes responder afirmativamente a todas, pero sabes que no puedes buscar cinco grandes proyectos a la vez. En ese caso, necesitarás algún método de evaluación y selección que veremos a continuación.

Selecciona tu mejor idea

Si ya tienes claro el proyecto con el que te vas a enfrascar en las próximas semanas o meses, perfecto. Pero como uno de mis objetivos es ayudarte a escoger las mejores opciones, vale la pena aprender a comparar las ideas entre sí en busca de la mejor posible en un momento dado. Vamos a decidir cuáles de estas ideas llevarás a la práctica, así que deberás seguir los consejos de esta sección cuando tengas varias ideas que puedas comparar y clasificar entre sí. Cada vez que tengas múltiples posibilidades, debes ser capaz de identificar las mejores.

Si eres como yo, a veces puedes tener problemas para elegir entre todas tus diferentes ideas de proyecto paralelo. Todo te gusta, todo te parece interesante. Pero eso puede llevarte a la parálisis. Si quieres salir de ella, es importante que recuerdes algunas cosas.

No estás tomando una decisión de por vida, simplemente estás buscando la idea correcta en el momento adecuado. Aparca las otras ideas para más tarde. Es probable que termines volviendo a ellas en algún momento.

No descartes definitivamente esas ideas adicionales, pero no te guardes tu mejor idea para el futuro. Selecciona la idea más atractiva y con más potencial y tira para adelante con ella.

Si todavía no te decides, simplemente selecciona lo que te haga sentir bien en este momento. Cuando se trata de proyectos paralelos, la acción casi siempre es mejor que la inacción. Incluso si acabas cambiando de rumbo más adelante, el hecho de hacer cosas te proporciona una experiencia valiosa y te permite desarrollar habilidades útiles. Por ejemplo, aunque tu proyecto de «podcast para *coaches*» no haya generado la atracción que esperabas, has aprendido algo sobre técnicas de grabación y has practicado tu comunicación ante un micrófono.

No te quedes atrapado en el camino, escoge una idea y sigue adelante.

Crea tu lista

En primer lugar, de todas las ideas que has ido anotando, escoge cuatro que parezcan particularmente interesantes y ponlas en una lista. Si sólo tienes dos o tres que realmente te interesen, no pasa nada, simplemente escríbelas.

Para cada idea, crea y completa una tabla respondiendo a las siguientes cuestiones.

¿Qué te emociona de esta idea?

Escribe qué te atrae de poner en marcha este proyecto. ¿Qué partes parecen que serían «chulas»? Es importante elegir una idea en la que pienses que será divertido trabajar. Éste es el punto de partida para cualquier proyecto paralelo. No esperes que cada momento de tu proyecto sea divertido y apasionante, pero incluso la idea más brillante y exitosa no tendrá éxito a menos que disfrutes de una parte de ella.

Ten cuidado al elegir un proyecto de esos de «tengo que...», uno que sea muy sensato, que sea supuestamente rentable pero que no tenga ningún interés real para ti. Se necesita mucha energía para conseguir que una idea funcione, así que elige algo que te motive. En cualquier área en la que te metas, incluso aunque seas el mejor de los mejores, siempre hay una posibilidad de fracaso, así que creo que es importante que realmente te guste lo que sea que estés haciendo. La vida es demasiado corta para dedicarte a cosas que aborreces. Si te gusta lo que estás haciendo, estarás pensando en ello incluso cuando no estés trabajando. Es algo con lo que tu cabeza estará activa y estimulada. Si no te gusta, es mucho más difícil que funcione.

Hay una diferencia entre que te guste una idea y que te guste hacerla realidad. Por ejemplo, siempre me ha ilusionado la idea de montar una librería especializada en libros de negocios y de desarrollo personal que pueda convertir en un punto de encuentro para profesionales, pero no creo que la parte de gestión de la librería sea muy divertida para mí.

Imagina comenzar tu proyecto paralelo mañana. ¿Estás emocionado (y quizá un poco nervioso)? Perfecto. Pero si tu actitud está por los suelos, elige otro y analiza cómo te sientes al pensar que trabajarás en él mañana. Si tu estado de ánimo es como el del día de los Reyes Magos cuando eras un crío, entonces vamos bien.

No dejes que los obstáculos te desanimen demasiado. Te sorprenderá lo fácilmente que se pueden eliminar o rodear cuando estás dispuesto a pensar creativamente en ellos y conseguir ayuda de los demás.

Adapta tu idea de proyecto como quieras. ¿Cómo se pueden minimizar o eliminar los aspectos poco atractivos? En mi ejemplo de la librería, es posible que no me guste dirigir una librería, pero disfruto creando cursos de gestión, escribiendo reseñas de libros sobre el tema e incluso creando un simple catálogo con enlaces a Amazon de mis libros de empresa favoritos de los que puedo conseguir ingresos como afiliado (como te explicaré más adelante).

Lo que estamos buscando aquí no es un sucedáneo de la felicidad. Sabrás que estás trabajando en el proyecto correcto cuando te entusiasma, te frustra, te deleita y te asusta de un día para otro. Tu objetivo no es caer en un estado de felicidad casi mística, sino sentirte realmente vivo.

¿Qué podría no disfrutar de esto?

¿Hay alguna parte de perseguir esta idea que quizá no disfrutes? Por ejemplo, ¿vas a tener que vender a puerta fría, usar una tecnología que detestas, trabajar sin relacionarte con otras personas la mayor parte del tiempo o cualquier otra cosa que no te guste? Si es así, anótalo.

¿Cuáles son los obstáculos?

¿Qué podría evitar que tu idea sea un éxito? Por ejemplo, necesitas tener contactos con alguien influyente para que funcione, necesitas que una editorial importante te haga una oferta por tu libro, requeriría la construcción de un sitio web costosa para la que no tienes recursos. Escríbelo.

¿Qué aportas a este proyecto?

Haz una lista de lo que podría ayudar a hacer este proyecto todavía mejor: experiencia, habilidades, contactos, conocimiento del sector, incluso rasgos de tu personalidad que destaquen, como ser un aficionado a la tecnología desde pequeño o tener una gran capacidad de hacer amigos y contactos nuevos donde quiera que vayas.

Un proyecto es incluso mejor si te incluyes en él. Eso significa que no sólo eres el impulsor de una idea, sino que tú le aportas algo, que tiene una parte de tu esencia. Tus habilidades, tus conocimientos, tus experiencias, tus contactos, las cosas en las que eres bueno, tus intereses, tu visión o simplemente tu estilo y algún aspecto peculiar de tu temperamento.

Si te gusta la idea de hacer algo pero no aportas nada que te ayude a triunfar, probablemente no sea el adecuado para ti. Deja que otro lo haga. O modifica el proyecto para aprovechar más tus cualidades. Es importante que saques todo el partido posible a tu experiencia y habilidades si quieres convertir tu idea en tu principal fuente de ingresos, incluso aunque nunca antes las hayas utilizado en este tipo de proyectos.

¿Quién puede encontrar esto interesante o útil?

Escribe a quién crees que pueda interesar tu idea. Es posible que no lo sepas en este momento, pero si crees que hay un grupo de fanáticos, un tipo de persona o un nicho específico, escríbelo. Si tu idea atrae a personas que tienen un problema, una necesidad o un deseo en particular, anótalo también. Por ejemplo: «Mi idea debería atraer a las personas mayores de cincuenta años que están desempleadas (resuelve un problema)» o «Esto debería atraer al tipo de personas que quieren tener el control de su vida (realizar una mejora)». No te preocupes demasiado si no sabes la respuesta a esta pregunta en esta etapa.

Debes descubrir cómo podría ser interesante o útil tu proyecto para otras personas, creando valor para un público específico. El valor puede ser la experiencia, la inspiración, la diversión, la educación, el entretenimiento, un servicio, una nueva perspectiva, una solución a un problema, o cualquier otra cosa.

Cuando pones en marcha tus primeros proyectos, es posible que no tengas ni idea de quién es tu audiencia o mercado. Y es demasiado fácil subestimar el valor que alguien pueda encontrar en tu idea. Por ejemplo, si vas a escribir un blog por primera vez, podría parecerte un poco arrogante considerar que puede ser lo suficientemente interesante como para que la gente lo busque y lo encuentre. Pero si hay otros blogs populares sobre un tema parecido, ésa es una buena señal de que hay al menos una demanda para su área temática.

En última instancia, crear valor para los demás es algo que no puedes predecir antes de comenzar. Tienes que jugártela un poco, detectando los temas que las personas parecen valorar más de tu proyecto cuando empiezas a compartirlo y divulgarlo. Cuando tu idea esté en marcha, puedes modificarla en función de las respuestas que obtengas.

	Idea 1	Idea 2	Idea 3
¿Qué te emociona de esta idea?			
¿Qué podrías no disfrutar de esto?			
¿Cuáles son los obstáculos?			
¿Qué aportas a este proyecto?			
¿Quién puede encontrar esto interesante o útil?			

Algunas ideas son mejores que otras

Tu objetivo es poner en marcha proyectos en un corto período, que ganen dinero y que sea fuera de tu trabajo habitual. Si alguno de estos elementos de la ecuación no encaja en la idea que estás pensando, es complicado que la idea sea viable.

Poner en marcha un proyecto

Todo esto va de diseñar y ejecutar proyectos paralelos. Esto va de HACER y no sólo de PENSAR. Cuando piensas en una idea, ¿te sientes entusiasmado? ¿Te imaginas a ti mismo dando tus próximos pasos con ganas? Si no es así, abandona la idea.

Ganar dinero

Un proyecto paralelo no es un pasatiempo. Un proyecto paralelo produce ingresos. Si no ves una forma clara de ganar dinero, abandona la idea.

En un período corto

Estamos hablando de proyectos de pocas semanas. Si tu idea requiere tres años para ponerse en marcha, abandónala.

Una idea factible es aquella que puede convertirse en realidad utilizando las habilidades, el tiempo y los recursos que ya tienes. En pocas palabras, si una idea no es factible, mejor descártala.

Características de las ideas con poco futuro

No vale la pena seguir adelante con todas las ideas. Por eso, la capacidad de separar las ideas de alto potencial de aquellas que son indeseables o solamente interesantes es una habilidad clave para comenzar rápidamente un proyecto paralelo rentable. Con un poco de práctica, podrás descubrir algunos síntomas de que el proyecto no pinta bien. Éstos son algunos:

- Una gran visión que es difícil de simplificar o llevar a la realidad.

- Algo que no tienes ni idea de cómo implementar (o requiere habilidades que no tienes).
- Una idea vaga o poco concreta del tipo de personas que pagarán por ella.
- Algo que requiere mucho mantenimiento o demasiado tiempo para salir adelante.

Características de las ideas de alto potencial

Al considerar diferentes opciones de proyecto paralelo, descarta las ideas que no superen un cierto interés por tu parte. Mejor céntrate en las ideas de alto potencial. Estas son algunas pistas para detectar este tipo de ideas:

- Puedes describir de una forma sencilla los pasos que debes dar para convertir la idea en realidad.
- Es algo que sabes cómo hacer o que puedes explicar fácilmente.
- Resuelve un problema o hace la vida de alguien más fácil de una manera clara (y es algo por lo que alguien estará dispuesto a pagar).
- Es de bajo mantenimiento y fácil de entregar sin una gran infraestructura ni gestiones complejas.
- Generará ingresos no sólo una vez sino de manera recurrente.

¿Te cuesta elegir?

Si la idea de reducir tus opciones y hacer una elección te está agobiando, entonces quizá seas una de esas personas que tiene muchas ideas, a las que les interesan muchas cosas y les encanta aprender por aprender. De éstos que son excelentes para comenzar algo pero no tan buenos para gestionarlo. Lo reconozco, yo soy de éstos.

Si tú también eres de este tipo, los principios y procesos que te estoy contando pueden serte útiles. Piensa que no tienes que dedicarte a algo por mucho tiempo. Simplemente elige un proyecto, sigue con él hasta producir resultados tangibles y luego decide si sigues con él o simplemente prefieres empezar algo completamente diferente. Yo llevo más de una década trabajando así y tú también puedes hacerlo.

¿Puedes trabajar en más de un proyecto?

Lo que está claro es que debes elegir sólo un proyecto para las próximas semanas. Si deseas realizar otros proyectos mientras tanto, puedes hacerlo, pero mantenlos como algo secundario. Eso significa que te vas a comprometer a hacer progresos diarios en tu proyecto paralelo y que cualquier otro proyecto (no me refiero a tu empleo) en el que quieras trabajar sólo podrás realizarlo si te queda tiempo y energía.

Es esencial que sigas adelante para producir algo que sirva para demostrar la viabilidad de tu proyecto. Debes tomar una decisión hoy sobre qué tipo de PROFESIONAL quieres ser. Uno con muchos sueños pero que no hace nada u otro que

hace que las cosas sucedan, deja huella en el mundo con su creatividad y gana dinero con las cosas que ama.

Mi recomendación es que no intentes poner en marcha dos o más proyectos al mismo tiempo. Si ejecutas dos proyectos simultáneamente, es probable que ambos progresen más lentos. Además, cuando uno de los proyectos se complique, estarás tentado de saltar al otro si parece más fácil. Y cuando ése tenga dificultades, querrás cambiar de nuevo. Esta falta de enfoque (que en realidad es miedo a fallar) disminuye la probabilidad de éxito en cualquiera de tus proyectos. Recuerda que estamos hablando de poner en marcha proyectos rápidos y ágiles. Así que, incluso en el peor de los casos, sólo tendrás que esperar unas semanas para poner en marcha alguna de tus otras ideas.

Puede que encuentres en tu cabeza más ideas de lo normal ahora que has asumido la dinámica de poner en marcha proyectos paralelos. Esto sucede porque cuando empiezas a tomar tus ideas en serio por primera vez y actúas en consecuencia, tu cerebro espabila y dice: «Así que vamos a generar ideas, pues venga ¿qué tal ésta?, ¿y ésta otra?». La solución es tomar las medidas oportunas para capturar todas las ideas con el fin de que puedas volver a ellas más tarde y luego continuar con tu proyecto elegido.

Cinco pésimas razones para abandonar una idea

Es normal experimentar cierta ansiedad al tener que elegir. Esto sucede cuando te dices a ti mismo que tienes que elegir la idea correcta, aquella con la que vas a disfrutar, que va a funcionar sí o sí y definitivamente te hará ganar dinero. Pero eso no tiene por qué ser así.

Si hay una idea que te entusiasma pero que acabas de rechazar por otros motivos, asegúrate de no precipitarte y descartar una idea interesante por alguna razón equivocada.

Alguien ya lo está haciendo

Una idea sin competencia es extremadamente rara y, si encuentras uno, puede que tu competidor no sea muy bueno. Si no hay competencia, probablemente no haya demanda. Si alguien ya lo ha hecho antes o hay varios competidores en el mismo campo, esto no significa necesariamente que debas renunciar a él.

La forma en que ejecutas la idea es lo que realmente importa. El estilo con el que comunicas en tu blog o en tu libro, tu sentido del humor peculiar al dar una conferencia, tu interés auténtico hacia tus seguidores o la creatividad para encontrar soluciones son factores diferenciadores.

Cuando elijas tu proyecto paralelo (especialmente el primero), no te preocupes demasiado por la competencia y no pierdas el tiempo con un interminable «análisis del mercado». Muy probablemente, sólo estés buscando una razón para no arrancar. Recuerda que estamos hablando de proyectos unipersonales rápidos y asequibles, no de crear una compañía aérea o la competencia de Inditex. Así que olvídale y hazlo.

No es original

No necesitas una idea original para ganar dinero. Ya te lo he dicho antes. Existe una creencia de que necesitamos un concepto nunca antes visto para tener éxito. Pero si eso fuera cierto, nadie abriría otra cafetería ni escribiría otro libro sobre liderazgo. Y como verás más adelante, incluso las ideas más innovadoras no son más que un desarrollo, evolución o combinación de otras anteriores.

Las mejores ideas son siempre las que son obvias en cuanto miramos hacia atrás. Ésas de las que algún listo va y dice: «Eso ya se me había ocurrido a mí». Esto no va de ser muy inteligente sino de tener la capacidad de ver como obvio lo que no era tan evidente para todos. Lo mejor que pueden decirte es: «Es genial cómo has convertido algo tan simple en algo valioso».

Parece muy difícil

Los problemas son parte del juego. Si resulta que tu idea es demasiado grande para hacerse en poco tiempo, tranquilo, ya encontraremos el modo de arreglarlo. Te puedo decir que ya he perdido la cuenta de las veces que me he encontrado con problemas irresolubles que se han diluido tras un paseo o un sueño reponedor.

Da miedo

¿Qué proyecto que merezca la pena no genera una mezcla de emoción y ansiedad? Si no genera esa sensación es que no estás siendo suficientemente ambicioso. Y si te asusta tanto que no te atreves a tomar medidas, simplemente busca una manera más sencilla de hacerlo.

Hay dos preguntas interesantes cuando las personas eligen su proyecto: ¿qué es lo que más te entusiasma de este proyecto? y ¿qué es lo que más te asusta de este proyecto? Y una sorprendente cantidad de veces, la respuesta a las dos preguntas es exactamente la misma. Te pongo un ejemplo reciente de una profesional a la que estaba mentorizando:

- ¿Qué es lo que más te emociona de este proyecto? Tener mi primera asesoría con un cliente.
- ¿Qué es lo que más te asusta de este proyecto? Tener mi primera asesoría con un cliente.

No veo cómo voy a ganar dinero

Como hemos visto, si puedes crear algo que le guste realmente a la gente, seguramente habrá una manera de ganar dinero con ello. Básicamente debes centrarte en dos cuestiones: primero, haz algo que la gente quiera y, segundo, no te preocupes demasiado por el dinero al principio. Si puedes hacer algo que la gente quiera, la parte del dinero es relativamente fácil de resolver. Y la forma de hacer lo que la gente quiere es tomar la decisión que más te convenza, empezar y estar dispuesto a cambiar y mejorar a lo largo del camino.

Me falta información

Hay una patología especialmente dañina que sufrimos algunos PROFESIONALES que consiste en pensar que nunca tenemos suficientes datos. El síntoma principal es leer e investigar interminablemente con la intención de despejar la duda de: ¿qué pasa si no funciona?

Si buscas alguna razón por la cual tu idea no funcionará el tiempo suficiente, la encontrarás y puedes acabar durante años en un punto muerto. La solución es sencilla: deja de hacer búsquedas en Google, sigue mis consejos y comprenderás que la única investigación en la que puedes confiar es en la de poner tu idea en marcha.

No dediques demasiado tiempo a elegir tu proyecto. Recuerda que no te estás jugando la vida e incluso en el caso de que sea un auténtico desastre en términos económicos, el aprendizaje, los contactos y las ideas generadas lo van a compensar con creces. Aquí siempre hablamos de proyectos de desarrollo rápido, así que, si pasas más de un par de días eligiendo, estás perdiendo el tiempo.

Ante la duda, elige cualquier proyecto que te motive

Si todavía tienes dudas para elegir tu proyecto, entonces olvida todo lo demás y simplemente elige uno que te entusiasme. Ya sé que soy muy insistente con esto, pero si vas a iniciar tus proyectos paralelos es, entre otras cosas, para hacer algo que te motive. ¿Qué sentido tiene complicarse más la vida?

Tu entusiasmo, incluso si la idea te genera cierta inquietud, te guiará a través de tu proyecto. Las cosas con las que más disfrutas y te parecen agradables o emocionantes son a menudo cosas para las que también tienes una capacidad natural.

La única manera de saber con certeza si disfrutas de algo es hacerlo. Así que deja de preguntarte si te gustaría escribir, trabajar por tu cuenta, programar, entrenar o lo que sea. Simplemente haz algo en forma de proyecto paralelo y observa lo que ocurre.

Si ninguno de los proyectos de tu lista te atrae especialmente, quizá sea porque has elegido proyectos «sensatos» o «valiosos», de esos de los que tu madre se sentiría orgullosa pero que a ti te aburren. Incluye algunos nuevos, aunque puedan parecer frívolos o puramente divertidos. Incluso esos proyectos aparentemente menos «serios» pueden llevarte a un lugar interesante cuando pones tu energía en ellos. Por ejemplo, cuando empecé a grabar vídeos informales pero con contenido útil, lo hice como un juego, como algo «desengrasante», pero con el tiempo ha pasado a ser una parte importante de mi marketing personal que me genera negocio.

El trabajo de por vida ha terminado. Nadie espera que pases toda tu vida en una sola carrera o negocio si no quieres. El hecho de que pongas en marcha una idea no significa que tengas que convertirla en un negocio serio y aburrido. No te estoy contando todo esto para complicarte más la vida, sino todo lo contrario. Puede que empieces una idea simplemente para ver si te gusta darle vida. Así que no te agobies demasiado. Recuerda que no estás eligiendo la carrera de tu vida. Ni siquiera estás eligiendo montar un

negocio en el sentido más clásico. Eso es justo de lo que tratamos de escapar. Estás eligiendo una idea para poner en marcha en las próximas semanas. Punto. Puedes cambiarla después y elegir otra.

Tu éxito no depende de la idea que elijas a corto plazo. Tus mejores ideas sobre cómo hacer dinero saldrán del proceso una vez que te pongas en marcha. Sólo tienes que comenzar, incluso aunque, en este momento, tu idea te parezca que tiene más agujeros que un queso gruyere.

Si tras una semana o dos desarrollando la idea te das cuenta de que has escogido algo que no te gusta nada, podrás abandonarlo o incluso modificarlo para convertirlo en algo que amas. Pero tienes que entrar en acción antes de que puedas descubrirlo. El movimiento se demuestra andando.

Incluso si acabas yendo en una dirección completamente diferente después de unas semanas de proyecto, habrás aprendido algunas cosas muy importantes sobre lo que haces y te gusta y sobre lo que no disfrutas hacer, a lo que responden mejor las personas y el valor que tienes que ofrecer. También habrás aprendido cómo operar como PROFESIONAL por primera vez, alguien que pueda generar ideas y ponerlas en acción. La única forma de fallar es no elegir.

¿Dónde está el dinero?

Intentar evaluar el potencial económico de tu proyecto antes de comenzar puede ser difícil, especialmente si éste es tu primer proyecto paralelo. En primer lugar, si quieres tener éxito, debes tener cierta claridad sobre el tipo de trabajo que te gusta hacer y cuáles son tus cualidades (en el más amplio sentido de la palabra). Vale la pena ejecutar uno o dos proyectos sencillos al principio simplemente para descubrirlo. Tratar de evaluar tus ideas sobre los ingresos potenciales al mismo tiempo simplemente puede hacerlo todo más difícil. En segundo lugar, es poco probable que en este momento seas consciente de la gran variedad de formas posibles de hacer dinero con tus ideas. Por último, la cantidad de dinero que puedes ganar es simplemente una consecuencia de lo hábil que seas monetizando. Ésa es una habilidad que cualquiera puede aprender (como yo hice) y de la que te hablaré más adelante.

Si tratas de elegir tus ideas según la cantidad de dinero que quieres conseguir, corres el peligro de descartar algunas ideas geniales que te encantarían y que, de hecho, podrían convertirse en algo que produzca buenos beneficios. Si eres nuevo desarrollando proyectos paralelos, obtendrás mejores resultados si te centras en la creación de valor en esta etapa. Si sabes cómo crear algo valioso para los demás, podría asegurarte que habrá una forma de monetizarlo, incluso si tienes que modificarlo o entregarlo a un mercado diferente del que originalmente tenías previsto.

No estás buscando una idea que simplemente suene interesante, estás buscando una rentable. Si te resulta difícil explicar el beneficio principal de tu concepto en más de una frase o dos, es posible que debas replantearte la idea. Si el beneficio principal no está claro para los clientes potenciales, no convertirás a muchos de ellos en clientes de pago.

Un proyecto paralelo es algo que te va a hacer ganar dinero, no que te va a costar dinero. Si no ves cómo podrías monetizarlo, preferiblemente en un corto período, probablemente no sea una buena idea.

¿No es tu primer proyecto?

Una vez que hayas completado este proceso al menos una vez, finalizado un proyecto de cuatro a seis semanas y hayas compartido los resultados con otros, tendrás más claro el tipo de proyectos con los que disfrutas y también habrás adquirido algo de práctica en ponerlos en marcha. Ya puedes comenzar a estimar el valor comercial de tus ideas, así como otros criterios útiles (te entusiasma, te aporta algo, tiene valor para los demás).

Imagina que tu primer proyecto es un blog especializado. Después de escribirlo durante uno, dos o tres meses confirmas que te gusta el tema y, además, tus primeros lectores te están haciendo comentarios en los que demuestran su interés. Además, están divulgando tus contenidos en las redes sociales, como Facebook o Twitter. Pero tienes claro que no puedes cobrarle a alguien simplemente por leer tu blog. Sin embargo, puedes cobrar a alguien por un curso virtual, una aplicación móvil, asistir a un evento en vivo que organices, comprar productos físicos o digitales que creas o tener una consulta individual contigo. De modo que tu centro de atención para encontrar tu próximo proyecto se enfoca en este tipo de ideas para las que puedes cobrar dinero.

Cuando estás en esta etapa, puedes explorar el potencial comercial de tus ideas simplemente haciendo dos preguntas. En primer lugar, ¿existe un mercado para esta idea? En vez de tratar de encontrar una idea que nadie haya desarrollado antes, es mucho mejor elegir una que ya puedas ver y experimentar. ¿Existe un problema o una necesidad por los que la gente ya está pagando? Busca a las personas a las que les va bien trabajando con productos y servicios en ese campo. En segundo lugar, ¿cuánto están cobrando los expertos y referentes en ese asunto? Esto te ayudará a evaluar los ingresos potenciales si quieres desarrollar tu proyecto a largo plazo.

Dale unas vueltas

- ¿Puedes describir cómo convertir tu idea en acción en una frase sencilla?
- ¿Hay una forma clara de ganar dinero con esta idea?
- ¿Esta idea soluciona un problema para alguien?
- ¿Puedes diseñar un plan sencillo para hacer que esa idea se ponga en marcha rápidamente?
- ¿Se te puede pagar más de una vez por esta idea?
- ¿Requiere poco mantenimiento, seguimiento y control?

Cuantas más respuestas afirmativas tengas a estas preguntas, mayor será el potencial de tu idea. ¿Puedes responder que sí a todas ellas? Ponte a trabajar ya en ello. Recuerda que no quieres ideas que sean simplemente interesantes. Cada vez que tengas

una, decide cómo es de factible ponerte en marcha ahora mismo y cómo puede llegar a ser rentable.

Convierte tus ideas en realidad

Todos los que alguna vez se dieron una ducha tienen una idea. Es la persona que sale de la ducha, se seca y hace algo al respecto que hace la diferencia.

NOLAN BUSHNELL

No te pagan por tener ideas sino por lo que haces con ellas

Si en el fondo de tu corazón esperas que te paguen sólo por tener ideas, eso no funciona, lo siento. Las ideas en sí mismas no valen demasiado. Tienes que traducirlas en algo tangible y valioso para alguien si quieres que te paguen por ello. Es la ejecución lo que importa. Tus ideas de negocio deben convertirse en productos o servicios para que la gente pueda compensarte económicamente por ellas.

Prueba tus ideas

¿Tienes montones de grandes ideas y buenas intenciones revoloteando en tu mente, pero te cuesta llevarlas al mundo real? Es posible que sufras de miedo a la acción o de ansiedad por la sobreinformación. Has leído decenas de artículos y publicaciones en blogs para inspirarte pero te sientes demasiado estresado o desanimado para tomar medidas. Lees decenas de libros para aprender una nueva técnica pero nunca la pones en práctica. Navegas por páginas web de los que consideras tus referentes para saber cómo hacer lo que están haciendo para acabar agobiado por el síndrome del plagiador, piensas que sólo eres un pirata y que todo lo que vale la pena ya lo han hecho otros. Te quedas estancado en la parálisis del análisis en nombre de la investigación o el modo borrador, que podrían ser los grandes causantes de la pereza (o procrastinación como dicen ahora).

Todos los PROFESIONALES caemos en esta trampa de vez en cuando porque la intención es buena. Hay una parte de nosotros con hambre de aprender, crecer, compartir y dejar huella. Pero probar tu idea no es leer, pensar, clasificar, organizar, bosquejar, archivar, mezclar, enviar por correo electrónico, esperar, hacer café, tomar café o beber otra taza de café. Algunas de esas cosas pueden formar parte del proceso creativo, pero no cuentan para el resultado.

Hay muchas maneras de probar tus ideas. Aquí tienes unas cuantas:

- Únete a algún grupo que asesore a otros profesionales que desean poner en marcha sus proyectos.
- Invita a algunos colegas a debatir sobre temas comunes que os interesen para intentar sacar conclusiones útiles para todos.

- Apoya a algún grupo de clientes o empleados (si sigues en una empresa) que quieran crear una solución basada en sus necesidades.
- Colabora con algún grupo de voluntariado relacionado con tu proyecto.
- Crea un grupo o programa más o menos informal, como un club de lectura o de debate.
- Experimenta alguna nueva oferta utilizando como conejillo de indias a algún cliente de confianza.
- Comparte una muestra de nuevas ideas en las redes sociales para ver qué temas tienen más repercusión.
- Trabaja desinteresadamente con una empresa o persona con la que te gustaría colaborar.
- Publicita algunos servicios diferentes en tus plataformas digitales para ver qué áreas tienen más demanda.

En definitiva, busca formas de probar tus ideas que tengan mayor potencial. Pedir una segunda hipoteca de tu casa para sacar adelante una idea de negocio es algo muy arriesgado. Por otro lado, utilizar una pequeña parte de tus ahorros para crear un prototipo, para ver si hay interés y si encima disfrutas del proceso no te expone a un riesgo tan elevado.

Muestra tus ideas públicamente

Tienes una idea, quizá con muchas dudas y preguntas, pero una idea, a pesar de todo. ¿Ahora qué? Pues es sencillo: comparte tu proyecto. En lugar de guardar secretos y crear un gran lanzamiento cuando todo esté listo, deberías abrir tu proceso e invitar a gente a involucrarse. Da un poco de miedo pero te ayuda a reducir la tentación del perfeccionismo.

Comparte en tu blog las preocupaciones que te estás encontrando, escribe sobre el proceso de creación de tu libro y observa las respuestas de la gente en sus comentarios. Organiza una conferencia para explicar tu proyecto y ofrécete a darla gratuitamente (si no te prestan un local gratuito o no se apunta nadie, grábate en tu casa explicándolo y sube el vídeo a la red), crea versiones beta de tu aplicación e invita a las personas a contribuir en tu proyecto.

En este proceso obtendrás comentarios valiosos mucho antes y podrás realizar cambios mucho más rápido para desarrollar un producto o servicio más perfeccionado. También atraerás a una audiencia comprometida que, más tarde, podrá convertirse en clientes, prescriptores o evangelizadores de tus ideas.

En todo el libro te estoy animando a compartir con otros lo que estás haciendo. No tengas miedo de que te copien porque la mejor forma de proteger tus creaciones es mostrando a todo el mundo que tú eres la persona que está detrás de ellas. Cuando

abandonas el mito del empresario solitario luchando contra el mundo y adquieres el hábito de conectarte con otros para obtener apoyo mutuo y aprender, multiplicas tus posibilidades de éxito.

¿Con quién puedes compartir tu proyecto que sabes que te animara (es decir, alguien que te apoye de verdad, no ese familiar o amigo supercrítico a quien le gusta sacar punta a todo)? Busca un momento para contárselo a cualquiera que quiera escuchar. También puedes compartir tu proyecto con amigos en Facebook o en otra plataforma virtual. Al hacer público tu proyecto te obligas a comprometerte. Eso consigue que recibas consejos o palabras de ánimo para tu proyecto y que sea más probable que lo saques adelante.

El producto mínimo viable

El movimiento Lean Startup, desarrollado por el empresario y autor Eric Ries, es un método para crear rápidamente proyectos de todo tipo con un presupuesto mínimo. Una de las facetas más interesantes del Lean Startup es el concepto de producto mínimo viable o PMV. Un PMV también puede ser útil para tus proyectos paralelos, aunque no tengas interés en crear aplicaciones móviles, meterte en el mundo de las startups o en la creación de una empresa tradicional. El principio funciona igual de bien para profesionales independientes, autores, pequeños empresarios u organizadores de eventos, por poner algunos ejemplos.

Lo que Lean Startup propone es que, al inicio de una empresa, debes preocuparte de crear el producto (o servicio) mínimo que pueda interesar a alguien, sacarlo lo antes posible y recibir todos los comentarios y opiniones que puedas de las personas, lectores, usuarios o clientes para mejorarlo. Google hace esto cuando lanza un nuevo software como versión beta y solicita comentarios antes de seguir adelante.

En las primeras pruebas deberías elegir una audiencia que esté dispuesta a ofrecer comentarios útiles y no limitarse a machacarte con los pequeños problemas técnicos que encuentren en lo que has creado. Todo esto evita que trabajes durante meses o años en algo que consideras, equivocadamente, que la gente va a querer. Así que lo mejor es que conviertas tu idea en algo operativo lo más rápido posible, lo saques y veas cómo puedes mejorarlo.

Tu enfoque en las próximas semanas debe ser crear y lanzar el producto mínimo viable para tu idea. Tu primera propuesta de formación, tu primer proyecto de consultoría, tu primer libro autoeditado, tu primer evento en abierto, tu primera versión de una aplicación con las características básicas, tus primeras diez publicaciones en el blog (que podrían convertirse en un libro), tus primeras recomendaciones en un programa de afiliados...

Lo principal es que centres tu esfuerzo y tu dinero en aquello que sea valioso para tu usuario, lector, seguidor o cliente. No pierdas tiempo con cuestiones como crear un logotipo vistoso, una página web supersofisticada o una gran campaña de publicidad en

las redes sociales. Tu preocupación al inicio de un proyecto paralelo es mantenerlo ligero, manejable, que no se te vaya de las manos o absorba todos tus recursos.

Compra, contrata, no construyas

Si tienes una mente técnica como yo o eres de los que se empeñan en participar en todos los aspectos de un proyecto, debes tener cuidado de liarte tú mismo en la construcción de una página web complejísima o la creación de un estudio de grabación de vídeos que envidiaría cualquier productora de televisión.

En primer lugar, comprueba que hay demanda de lo que deseas crear. Y la mejor manera de hacerlo es crearlo usando los recursos y las plataformas de otra persona. Si deseas crear la mejor red social para los amantes de los conejos, empieza poniendo en marcha un grupo en Facebook e invitando a la gente a formar parte. Si deseas empezar a crear cursos virtuales con un gran contenido de vídeo, no te compres todo un equipo con focos, micrófono, pantalla verde y programas de edición profesionales. Vale, te confieso que yo lo he hecho y por eso te lo cuento. Lo mejor es que empieces contratando los servicios de un profesional o un pequeño estudio que lo hará mejor, más rápido y te evitará errores de principiante. Si la cosa funciona, ya podrás ir añadiendo elementos a tu equipo para hacértelo más cómodo.

Al principio, subcontratar es mucho más fácil y eficaz que sumergirse en los aspectos técnicos de construir algo propio. Y evita una inversión costosa incluso antes de que puedas empezar.

Si deseas organizar cursos de desarrollo personal en algún lugar tranquilo y aislado del centro de tu ciudad, no hace falta que construyas tu propio centro zen en un pueblo abandonado. Llega a un acuerdo con algún hotel con encanto o una casa rural. Y si no tienes experiencia en la organización de este tipo de programas, pero tienes mucho contenido para compartir con otras personas, asóciate con alguien que los haya realizado antes y esté buscando a alguien que aporte nuevos contenidos.

Qué hacer cuando tu idea es demasiado grande

¿Qué pasa si tienes una idea de proyecto paralelo que es demasiado grande? ¿Quizá estás pensando abrir una cadena de restaurantes temáticos o crear tu propia marca de comida vegana o quieres ser el nuevo Google o revolucionar la movilidad en las grandes ciudades? Como te puedes imaginar, ese tipo de proyectos no sólo requerirían que dejases tu empleo (si lo tienes), sino también una gran financiación, posiblemente un equipo de profesionales cualificados, algunas instalaciones o una gran capacidad de proceso de datos. Y si eso no fuera suficiente, con toda seguridad requerirá una gran cantidad de tiempo y energía de la que seguramente no dispones.

Entonces, ¿cómo empiezas algo así, sin renunciar a tu trabajo, sin encontrar una financiación asequible o sin liberarte de todos los compromisos personales y profesionales? Lo más probable es que hasta ahora tu respuesta haya sido meter tu idea (¿loca?) en un cajón y seguir con tu vida.

De todos modos, aunque el propósito de este libro es explicarte cómo puedes monetizar tus ideas para crear la vida que desees, desarrollando proyectos sencillos, no deberías permitir que estas otras buenas ideas se desvanezcan. Lo importante es descubrir cómo hacerlas factibles, para que puedas comenzar a desarrollarlas en cuanto dispongas de recursos y motivación.

No tengo nada en contra de las grandes ideas que llevan a grandes proyectos que te van a ayudar a ganarte la vida haciendo algo que te entusiasma. Si desarrollas la capacidad de coger una idea e imaginar lo grande que podría llegar a ser, también puede ser útil para proyectos más pequeños y ligeros. Así que necesitas saber hacer lo contrario: coger una gran idea y dividirla en proyectos que pudieras comenzar ahora mismo.

Piensa en pequeño

Imagina que te despiertas mañana por la mañana y ves que te ha tocado dinero suficiente en la lotería para renunciar a tu trabajo y lanzar tu gran idea. Pues bien, incluso entonces sería mejor comenzar desde pequeño. ¿Por qué? Porque empezar desde cero aumenta las posibilidades de hacer lo que realmente quieres y, por tanto, más opciones de tener éxito y ganar dinero. Puedes pensar que ya sabes lo que le gustará a tu audiencia o mercado objetivo, pero la única manera de saberlo con certeza es crearlo, dárselo y descubrir qué hacen con él. Y eso se hace mejor con algo pequeño.

Empezar en pequeño tiene dos grandes ventajas más. Te permite comprobar que realmente disfrutas de este proyecto antes de tirarte a la piscina. No tiene sentido vender tu casa para abrir una cafetería y darte cuenta de que una cosa es disfrutar pasando la tarde tomando un capuchino en una cafetería y otra muy distinta gestionarla. En segundo lugar, en vez de tratar de alcanzar tu gran visión en sólo un paso, comenzar poco a poco evita el tipo de estrés que hace que desees retrasar tu proyecto cada día.

Empieza con algo pequeño, pruébalo con la gente interesada, mejóralo, luego hazlo crecer y llévalo hasta tu gran visión original. Hazlo bien mientras todavía es pequeño y crecerá rápidamente. Ése es el efecto bola de nieve.

La historia está llena de relatos de personas y organizaciones que creen que saben exactamente qué va a tener éxito, por lo que lanzan su idea a gran escala para acabar comprobando que nadie reacciona ante su «proyecto genial». Incluso las empresas más grandes con la mejor investigación de mercado en el mundo se equivocan. No cometes el mismo error.

Te voy a poner algunos ejemplos sobre cómo puedes empezar en pequeño para llegar a hacer algo grande.

- ¿Quieres poner en marcha un restaurante vegano? Crea un menú e invita a tus amigos a que lo prueben en tu casa.

- ¿Tienes una gran idea de sitio web para *coaches*? Crea primero un sitio sencillo en WordPress y empieza a compartir contenido. Vídeos, infografías, podcasts y, por supuesto, publica con regularidad en tu blog.
- ¿Escribir un libro de desarrollo profesional? Escribe sobre ese tema en tu blog. Desarrolla tus ideas y tus opiniones particulares sobre algún aspecto específico. Quizá puedas usar algunos contenidos como parte de tu libro.
- ¿Quieres escribir una novela? Escribe el esquema y dos o tres capítulos. O empieza escribiendo una historia corta o dos. Compártelo con algunos lectores críticos pero comprensivos.
- ¿Quieres explorar una nueva idea de negocio? Empieza a escribir sobre el tema o el problema con el que deseas ayudar. Entrevista a personas, experimenta con posibles soluciones. Si estás vendiendo tus propios servicios, intenta obtener tu primer trabajo en las próximas cuatro o seis semanas, incluso aplicando una tarifa reducida si se trata de un amigo o colega.
- ¿Quieres ser conferenciante? Ofrécete a hablar en cualquier lugar en el que tengas una audiencia dispuesta a escuchar. Aprende algunos de los conceptos básicos de oratoria y establece una fecha límite para dar tu primera charla de pocos minutos en una de tus reuniones ante una audiencia amistosa y solidaria de compañeros y colegas.
- ¿Quieres crear una aplicación móvil? Empieza a crear un borrador del diseño de tu aplicación en papel para luego convertirlo en un prototipo interactivo en tu teléfono.

Por supuesto, saltar directamente a la acción de esta manera da más miedo que sólo hacer el tonto diseñando tu logotipo. Quizá por eso la mayoría de las personas no terminan de saltar nunca a la arena. Por eso, algo que también ayuda y que te recomiendo es que te conectes con otras personas que están pasando por el mismo proceso.

Extrae la esencia de tu idea

Entonces, ¿qué haces si tu idea es montar una cadena de librerías, una línea aérea o un centro comercial virtual o lanzar tu propia línea de ropa o cambiar el mundo? En primer lugar, olvídate de hacerlo en pocas semanas. Mejor trata de encontrar la esencia de tu idea de proyecto, el núcleo que realmente hace que merezca la pena y conviértelo en un proyecto paralelo. Ésa es la clave. Debes conseguir que tu proyecto se centre en la parte que más te gusta de tu idea y, nunca lo olvides, que también sea interesante o útil para otros. El resto lo eliminas.

Elige aquello que más te atrae, la parte de tu idea que más te motiva. Mucha gente, y yo he sido el primero en cometer ese error, tenemos la tentación de pensar que lo primero es poner en marcha un montón de cosas secundarias. Por ejemplo, he visto que muchos emprendedores o profesionales que pretendían trabajar por su cuenta han pasado

días o semanas configurando un sitio web o escribiendo un plan de negocios o dedicando horas y horas a investigar cada detalle cuando lo que realmente deberían estar haciendo es el trabajo que en verdad les entusiasma y que dominan. Si tu sueño es dedicarte a una de esas nuevas profesiones que consisten en ayudar a la gente a organizar sus cosas y deshacerse de lo que ya no sirve, tu proyecto no debería centrarse en configurar tu sitio web con la esperanza de obtener clientes. Si no has hecho este trabajo antes, tu proyecto es realizar este trabajo para alguien de forma gratuita. Llama a un colega o a un familiar y pregúntale si puedes echarle una mano para poner orden en su despacho o en su trastero. Le dices que te lo puede pagar con un café y un testimonio que puedas utilizar en tus plataformas. Si te contestan que no, sigue llamando a alguien hasta que uno diga que sí. No te llevará mucho tiempo. Algo parecido hice yo cuando empecé a desarrollar mis proyectos por cuenta propia. Llamé a todas las escuelas de negocios que encontré y les ofrecí una charla gratuita a sus alumnos. A partir de ahí conseguí formar parte de muchas de ellas y sus recomendaciones me han generado muchos proyectos.

Esto significa que te sumerges poco a poco en lo que amas y empiezas a hacerlo. Adquieres experiencia. Confirmas lo que gusta y lo que no gusta. Aumentas tu confianza en el proyecto y, sobre todo, en ti mismo. Y ya tienes tu primer testimonio, aunque sea de un amigo. ¿No es eso mucho mejor que perder una semana jugueteando con los colores de tu blog?

Pero ojo, si escribir planes de negocios, crear sitios web o diseñar logotipos es lo más divertido que puedas imaginar, no lo pienses demasiado y conviértelo en un proyecto paralelo. Escribe planes de negocios para cinco amigos o diseña diez logos para PROFESIONALES como tú y atrévete a pedir que te paguen por ello.

3. Monetizar tus cualidades y experiencia

CÓMO MONETIZAR TUS CUALIDADES Y EXPERIENCIA

Dicen en las películas de detectives que, para acusar a alguien, debe haber un motivo, un arma y una oportunidad. En la primera parte hemos identificado los motivos, las razones para crear tus proyectos paralelos. Ya hemos encontrado también el arma, las ideas. Ahora vamos a crear las oportunidades, la forma de convertir esas ideas en dinero.

Evidentemente no pretendo agotar todas las opciones disponibles para monetizar tu trabajo. Ni tampoco es posible entrar a analizar todas las complejidades técnicas de cada una de ellas. No te voy a explicar cómo configurar una tienda virtual o cómo gestionar tus impuestos cuando factures como consultor, por poner dos ejemplos. Mi intención es transmitirte que hay muchas formas de transformar tu valor en ingresos. A partir de ahí, los detalles te los dejo a ti.

Te recuerdo el cuadro de proyectos paralelos que te presenté al principio.

Modo salario	Modo producto	Modo producto digital	Modo servicios	Modo experto	Modo colaborativo
Empleo	Comercio electrónico Marketing de red	Marketing de información Cursos y webinars Marketing de afiliados Suscripción Congresos virtuales	Servicios profesionales Servicios personales Licencias y certificaciones	Hablar en público Blog y videoblog Podcast Libros Influencer	Proyecto colaborativo

He ordenado estas posibilidades más habituales en diferentes modalidades: producto, producto digital, servicios profesionales, etc., para hacerlo más cómodo. También he incluido el empleo para que recuerdes que es una opción más. Pero no consideres esta clasificación como algo rígido y no dudes en seguir tu propio criterio.

MODO SALARIO

Empleado, cuenta ajena, asalariado

Aunque sólo sea para tener el mapa completo y como recordatorio de que un empleo también es un proyecto paralelo, quiero incluirlo con el resto de las opciones para monetizar tus cualidades.

Evidentemente y con todo lo que te he dicho hasta ahora, no te voy a explicar cómo conseguir un trabajo por cuenta ajena. Ya hay mucha literatura al respecto y, además, no es el propósito de este libro. Sólo quiero que pienses que un empleo no es muy diferente de otras vías de generación de ingresos. Vale, es cierto que, tal y como está planteado hoy día, puede exigir una gran parte de tu tiempo y no vas a recibir una remuneración proporcional a tu esfuerzo (para bien y para mal) sino que te van a pagar una «tarifa plana». Sin embargo, debes tener una oferta, algo valioso que ofrecer. Debes buscar un cliente/empleador. Debes darte a conocer. En definitiva, debes pensar como un PROFESIONAL.

Creo que una forma de descubrir de qué modo puedes monetizar tus cualidades es «deconstruir» los empleos que has tenido hasta el día de hoy y ver de qué modo puedes utilizar lo que hacías en los puestos que has ocupado para convertirlo en algo monetizable por «trozos». Negociar, crear presentaciones, gestionar clientes enfadados, buscar proveedores... Todo eso que haces o has hecho en las empresas que te han contratado podrían ser tus primeros proyectos paralelos, especialmente si disfrutas con ello.

Por otra parte, creo que, si trabajas por cuenta ajena, podrías empezar a negociar fórmulas que te permitan desarrollar otros proyectos. Quizá podrías proponer a tu empresa trabajar menos horas o menos días a la semana, reduciendo proporcionalmente tu salario. Quizá podrías hacer el mismo trabajo pero como profesional externo. O quizá podrías proponer tu proyecto como algo que incorporar en tu organización pero convirtiéndote tú en el responsable.

Como te digo, aquí el límite es tu imaginación y tus ganas de arriesgar para poder hacer algo que te entusiasma. No es mi intención darte todas las respuestas, más bien pretendo animarte a que generes tus propias opciones.

Como te digo, no voy a extenderme más en este modo de ganarte la vida. Quiero que lo veas como otro proyecto paralelo. Quizá sea el más importante durante muchos años o incluso durante toda tu vida, pero posiblemente no será ni el más rentable ni el más satisfactorio.

MODO PRODUCTO

Comercio electrónico

Tienda virtual

Muchos de los profesionales a los que he asesorado están buscando fórmulas para reducir el número de horas dedicadas a gestionar sus proyectos. Quieren encontrar una manera de ganar dinero mientras hacen otras cosas.

Montar una tienda de comercio electrónico es una de las modalidades de negocio de una sola persona más accesible gracias a las herramientas digitales que permiten crear un sitio de venta virtual en unas horas. Vale, me dirás que existe la competencia de las multinacionales de comercio electrónico que pueden ofrecer precios muy bajos. Sin embargo, muchas tiendas en la red especializadas y gestionadas desde casa por gente como tú y como yo están saliendo adelante con bastante éxito.

Para las personas con mentalidad de PROFESIONAL puede ser bastante fácil monetizar creando algo muy orientado a un nicho. Cuanto más especializado, mejor. Ésa es la forma de competir con los grandes. Una de las claves del éxito de un comercio electrónico es conseguir una reputación de experto en un determinado tipo de producto altamente especializado. Está muy relacionado con la marca personal y eso lleva tiempo. Si quieres reducir la competencia en precio y conseguir una rentabilidad suficiente, debes conseguir asociar tu marca personal a una confianza y a una serie de cualidades distintivas. Deberías empezar buscando un producto que te interese porque vas a pasar mucho tiempo pensando en ello. Pueden ser cojines y material para hacer yoga como una emprendedora a la que asesoré en Lugo, o accesorios para mascotas o cacharros para «frikis» como me proponía un veterinario recién licenciado que ama todo lo relacionado con los animales.

Así que, cuanta más relación tenga tu producto con tus aficiones y tus gustos, más sencillo será para ti salir adelante y más fácilmente conectarás con tu mercado. Y recuerda que también es importante crear una comunidad de seguidores con una mentalidad parecida a la tuya.

Cuando estás bien posicionado como profesional dentro de tu mercado, al crear una oferta de producto bien definida, vas a generar confianza y credibilidad. De ese modo tienes algo que respalda tu prestigio y que puede reforzar tu posicionamiento como profesional con una marca personal valiosa y con la capacidad de generar ingresos en los próximos años con poco esfuerzo.

En cualquier caso, debes asumir que cualquier nuevo proyecto implica una curva de aprendizaje. Para obtener 100.000 euros en ingresos, muchos empresarios intentan reducir ese proceso poniendo en marcha su negocio en un área que conocen bien. Puede ser un campo en el que hayan trabajado y tienen experiencia o en alguna afición o algo que les atañe más personalmente. Eso ayuda a evitar errores de principiante y a aumentar los ingresos rápidamente.

Cuando vayas a analizar tus opciones de proyecto, merece la pena aprovechar la experiencia que ya has acumulado. Eso es especialmente importante cuando se trata de comercio electrónico, donde el conocimiento de tu mercado y productos puede proporcionarte una gran ventaja competitiva.

Elige el nicho

No necesitas encontrar un nicho extraño, inusual o superminoritario. Muchas veces las mejores ideas vienen de lo que haces en tu vida cotidiana. Por ejemplo, he trabajado con muchos profesionales que se han dado cuenta de que hay un número limitado de ofertas interesantes en una categoría particular de productos que les gustan y deciden seleccionar las que consideran más atractivas y revenderlas. Así es como surgen los negocios.

Es importante escuchar a los clientes potenciales. El comercio electrónico es una actividad altamente competitiva, muy sensible a los plazos de entrega, y para que un número cada vez mayor de pedidos salga por la puerta a tiempo sin estrés constante quizá debas plantearte contratar a alguien en el futuro. Afortunadamente, en especial al principio, puedes hacerlo tú solo o subcontratar los servicios de logística y así mantener tus costes bajos el mayor tiempo posible conservando la libertad financiera. Pero cada caso será diferente: habrá quienes necesiten contratar un equipo y otros nunca tendrán que incluir personas en nómina para lograr sus objetivos. Cada producto y cada caso son únicos. Lo importante es entender que las empresas no son estáticas y que cada día deberás tomar las decisiones que te permitan funcionar sin problemas para que puedas vivir de la manera que desees.

Para la mayoría de la gente que ha montado tiendas virtuales de este tipo, se trata de construir un negocio que les permita viajar, seguir poniendo proyectos en marcha y gestionar las operaciones a distancia.

Haz una prueba piloto

Como supongo que, a estas alturas, ya tienes una idea que te entusiasma, lo importante es probarla a pequeña escala antes de poner mucho dinero en ella. Por eso, los proyectos paralelos son interesantes, porque no hipotecas tu vida y siempre puedes hacer ajustes y mejoras.

Ahora puedes probar tus ideas a un coste ridículo comparado con lo que suponía montar un negocio tradicional anteriormente. Puedes crear por ti mismo una página web sencilla y barata o pagar a alguien para que lo haga. En el peor de los casos estaríamos hablando de unos centenares de euros.

Aunque ya te he dicho que no voy a entrar en detalles técnicos, te recomiendo usar WordPress o Shopify (www.shopify.es) para configurar una tienda sencilla pero con todas las funcionalidades de un comercio electrónico. Si, después de un tiempo razonable, ves que despegas, puedes expandirte desde allí y continuar haciendo crecer el proyecto. La opción de crear un sitio especializado en comercio electrónico como Shopify es interesante porque tiene múltiples herramientas, incluida la posibilidad de colocar un blog en la tienda.

Incluso puede ser todavía más sencillo y que ni siquiera necesites abrir tu propio sitio para realizar estos ensayos. Podrías empezar vendiendo algo en Amazon Marketplace (services.amazon.es) antes de montar tu propia tienda web. Hay muchas

compañías que venden sus productos al por mayor y hacen envíos directos para que no tengas que comprar inventario por adelantado hasta que hagas una venta. De este modo te ahorras gastos financieros y logísticos. Así que lo más aconsejable al empezar es buscar este tipo de productos y compañías de envío directo.

Si decides vender directamente a los consumidores, es aconsejable invertir en anuncios de pago por clic (te cobran si alguien pincha en tu anuncio) para atraer a los compradores a tu tienda. Google y Facebook son excelentes lugares para comenzar a vender. Al utilizar este tipo de sistemas de publicidad, vas a poder comprobar rápidamente el grado de interés en tus productos.

También puedes escribir en tu blog sobre los artículos que vendes y poner enlaces a tu tienda. Si no aparece nadie interesado en tus productos, siempre puedes volver a intentarlo con un proyecto diferente o modificando algún aspecto de tu estrategia. No descartes vender tus productos a empresas en lugar de a consumidores finales. Los clientes corporativos también pueden ser atractivos y te permiten desarrollar un modelo de negocio muy diferente. Pero debes tener en cuenta que el grado de especialización y de conocimiento del producto debe ser mucho mayor. Por último, si eres propietario de un negocio tradicional, no tienes excusa para no poner en marcha, también, una tienda virtual.

Este sistema puede funcionar incluso para profesionales que basan su negocio en servicios personales. Por ejemplo, si eres un profesor de música, puedes vender en su sitio cuerdas para guitarra y o partituras. O si eres profesora de yoga como esa persona que te comentaba antes, también puedes vender accesorios para meditar.

Vender artesanía

Cada día conozco más gente que quiere dedicarse a la artesanía, a productos que crean ellos y que quieren vender en los mercadillos artesanales que facilitan algunos ayuntamientos. Pero las ventas suelen ser lentas y los clientes limitados. Sólo en algunas zonas y fechas muy concretas (Navidad, verano, fiestas locales), hay más flujo de gente y aumentan las ventas.

Aunque parezca un concepto muy anglosajón, existe desde hace ya algunos años un mercado digital de productos y artículos artesanales. Se trata de Etsy (www.etsy.com/es/) y es algo así como esos mercadillos físicos sólo que trasladados a una plataforma virtual. No sólo puedes exponer y vender tus artículos sino que también puedes conseguir comentarios y valoraciones sobre tus productos. A partir de ahí puedes diversificar y gestionar tu catálogo, aunque requiere algo de aprendizaje porque hay muchas categorías.

¿Qué puedes vender? Pues lo mejor es que analices lo que la gente está comprando. Observa en qué se gastan tus amigos el dinero. Presta mucha atención, porque, con esfuerzo y un poco de práctica, seguro que das con la tecla adecuada y encuentras algo que funcione.

¿300? ¿500? ¿1.200 euros? La cifra de ventas que puedes conseguir va a depender de ti, de tu producto y de tu habilidad como vendedor, pero es algo que puedes lograr con muy poco trabajo extra. Como proyecto paralelo es una opción interesante porque te permite sacar partido a algo que te gusta hacer.

Fabricar

Gracias a las nuevas tecnologías, cada vez es más fácil para una sola persona crear productos físicos para vender en todo el mundo. La impresión 3D es una forma de incorporarte a esta tendencia. De hecho, son unos cuantos los emprendedores a los que he asesorado que aplican esta tecnología en proyectos que abarcan desde temas de salud hasta la fabricación de prototipos de ingeniería o maquetas de arquitectura. Pero hay otras posibilidades.

Una forma muy habitual para que un PROFESIONAL gane dinero con una operativa muy sencilla, como la que te propongo con los proyectos paralelos, es la subcontratación de fabricación a un tercero. No es difícil encontrar sitios en la red en los que se pueden poner en contacto pequeñas empresas o negocios, como los que te planteo aquí, con fábricas y otros recursos que necesitas para convertir tus ideas en algo tangible.

A diferencia de mis tiempos en el mundo de distribución, en los que tenía que recorrer medio mundo para encontrar fabricantes de marca blanca para la empresa en la que trabajaba, hoy es infinitamente más fácil conseguir materiales y piezas y localizar fabricantes sin tener que coger un avión. Con las herramientas gratuitas de videoconferencia, a las que puedes acceder desde tu ordenador, ahora puedes ver cómo funciona tu prototipo a miles de kilómetros de distancia. Todas estas opciones multiplican tus probabilidades de éxito.

Hoy, negocios como el tuyo pueden competir y ser muy flexibles a la hora de crecer cuando las cosas van bien o reducir la actividad si desciende la demanda. La estructura de costes que las grandes empresas solían usar como fortaleza se ha convertido en una debilidad.

Los proyectos paralelos unipersonales que he conocido, a menudo, han combinado la fabricación con la venta en una tienda de comercio electrónico directa al consumidor.

Como puedes entender, trabajar en equipo con un fabricante (*copacker* o maquilador como lo llamábamos en las empresas tradicionales en las que trabajé) también permite pasar tiempo con tu familia o dedicándote a tus aficiones. Ser capaz de trabajar con terceros te faculta para trabajar desde casa y mantener ese estilo de vida del que hemos hablado desde el principio de este libro.

Subastas virtuales

Muchas personas consiguen generar ingresos a tiempo parcial o incluso a tiempo completo vendiendo cosas a través de sitios de subastas virtuales como eBay. Siempre que tengas acceso a un ordenador, una conexión a internet y una forma de enviar tus

productos al mejor postor, puedes gestionar tu negocio desde cualquier parte del mundo mientras distribuyes tus horas de trabajo como mejor te parezca.

Si nunca has vendido nada y realmente no tienes ni idea de por dónde empezar, puedes aprender vendiendo cosas en un sitio de subastas en internet, incluso aunque sean cosas viejas, pero valiosas, que tienes por casa. Es posible que éste no sea el mejor plan a largo plazo (si lo haces bien, acabarás quedándote sin cosas que vender), pero puede ayudarte a ganar confianza muy rápidamente. Además de tener una casa más ordenada y a tu pareja más contenta, salvo que hayas vendido algo a lo que tenía mucho aprecio.

Si encuentras alguna cosa en los armarios o en el trastero, puedes intentar venderlo en algún mercadillo popular de éstos que organizan algunos ayuntamientos un domingo de cada mes o puedes poner algún anuncio clasificado en un medio en papel. El problema de ambas soluciones es que puede que no aparezca nadie que quiera comprarlo, y si encuentras a alguien que lo quiera, es posible que no esté dispuesto a pagar tanto como esperas que valga el artículo. Para evitar ambos problemas, puedes vender cosas a través de sitios de subastas virtuales. La idea es muy sencilla: pones un artículo a la venta, subes una foto de ese artículo con una breve descripción y esperas hasta que alguien haga una oferta. Y al cabo de un período establecido (unas dos semanas), vendes tu artículo al mejor postor. Cada vez que vendes un artículo, el sitio de subastas generalmente se queda un porcentaje de la venta de alrededor de 2 por ciento.

Las subastas virtuales resuelven dos problemas a la vez. En primer lugar, están abiertas a cualquier persona en el mundo, de modo que puedes llegar a la mayor audiencia posible. En segundo lugar, generalmente atrae a compradores motivados que desean concretamente lo que estás vendiendo. Como resultado, los compradores de este tipo de subastas a menudo ofrecen un precio mucho más alto del que obtendrías si lo vendieses de un modo más tradicional.

Vender productos a través de una subasta virtual es una de las formas más sencillas de ganar dinero en internet. ¿Quién no tiene algo en su trastero, en la casa del pueblo de sus padres o en un armario que ya no necesita o no quiere? En lugar de tirarlo o donarlo, véndelo. Con todo el mundo como cliente potencial, hay muchas posibilidades de que alguien quiera lo que ofreces y esté dispuesto a pagar un buen precio por conseguirlo.

Puedes empezar a hacer dinero ahora mismo con este tipo de proyectos. Primero, debes encontrar un sitio de subastas virtuales. El más popular es eBay (www.ebay.com), pero hay muchos más para elegir y cada día aparecen plataformas nuevas. Como surgen y desaparecen con tanta rapidez, prefiero dejártelo como tarea para que seas tú quien lo investigue. Como eBay es el más popular entre la mayoría de los compradores, lo habitual es empezar ahí. Pero piensa que casi todos los sitios de subastas virtuales funcionan más o menos igual.

Busca algo que ya no quieras o no necesites pero que sea demasiado valioso como para tirarlo. Una colección de tebeos, una joya no demasiado cara, un aparato electrónico (como un viejo ordenador de los ochenta), un objeto coleccionable de cualquier tipo o

cualquier otra cosa que sepas que alguien puede valorar. Si bien puedes intentar vender cosas que no sean más que chatarra, te irá mucho mejor si tratas de vender algo que sabes que alguien más encontrará valioso. Todo eso también refuerza o debilita tu reputación.

Utiliza tu móvil o una cámara digital para hacer fotos de tu artículo en las que aparezca del modo más favorecedor posible. Si vendes una colección de revistas, haz una foto de algunas portadas, pero hazlo de tal manera que se vea que están en buenas condiciones. Las fotos serán la principal forma en que alguien pueda juzgar tu producto, por tanto, tómate el tiempo que necesites para obtener la mejor imagen posible.

Para publicitar tu artículo, deberás ponerle un título y una descripción. El título identifica el artículo, mientras que la descripción proporciona detalles adicionales. La descripción de tu artículo puede ser un buen argumento de venta. Debes describir el artículo con precisión, para que los compradores potenciales sepan lo que van a obtener, pero también quieres que la gente se entusiasme con él y quiera tenerlo ya. Céntrate en sus ventajas y beneficios potenciales a la vez que minimizas sus defectos, pero sin caer en la mentira o la falta de ética. Algunos elementos adicionales que puedes especificar son la forma de pago (tarjeta de crédito, cheque, PayPal o giros postales...), si asumirás los costes de envío, una oferta mínima inicial y un precio de reserva, que especifica la cantidad mínima que aceptarás. Si no indicas un precio de reserva, puedes pensar que tu artículo vale 150 euros, pero alguien podría ser el mejor postor por tan sólo 17,75 euros. Por último, deberás especificar una categoría para colocar tu artículo (como coleccionables, libros o artesanía) y cuánto tiempo deseas que dure tu subasta (por ejemplo, tres, siete o diez días). Luego, prepárate para ver cómo llegan las ofertas. Al final de la subasta, tendrás un ganador y deberás enviar tu artículo al mejor postor. Lo mejor es que entres en alguna de estas páginas de subastas y veas cuáles son los productos mejor valorados.

Vender artículos en eBay es tan simple como eso. Por supuesto, para ganar mucho dinero a través de subastas, necesitarás más productos de los que puedes encontrar cuando limpies el trastero de la casa que ha vendido tu tía. Pero si te quedas sin cosas para vender en internet, puedes encontrar fácilmente otros artículos en mercados de segunda mano, tiendas vintage y librerías de viejo, por ejemplo.

Básicamente, la gente compra cosas en los sitios de subastas por dos razones: no pueden encontrar esos artículos en ningún otro lado y/o el precio es genial. Si estás vendiendo una camiseta con el autógrafo de Emilio Butragueño, es posible que aparezcan muchos postores. Sin embargo, si te limitas a vender una camiseta del Real Madrid de hace diez temporadas que cualquiera puede comprar en una tienda de ropa de segunda mano, es mejor que le pongas un precio suficientemente bajo como para que alguien considere que vale la pena.

Si no puedes encontrar artículos raros fácilmente, piensa en vender artículos más normales a precios más altos. Algunas personas venden objetos que pueden comprar a granel a un precio lo suficientemente bajo como para obtener beneficios. Puedes comprar productos al por mayor y luego comercializarlos tú mismo a niveles más pequeños.

No tienes que limitarte a un tipo concreto de producto, como ropa o productos electrónicos. Dependiendo del tipo de artículos que puedas comprar, una semana podrías estar vendiendo zapatos y la siguiente DVD de bajo coste. A diferencia de una tienda normal en la que debes vender el mismo tipo de productos todo el tiempo, vender cosas a través de subastas te da la libertad de ofrecer cualquier cosa de la que puedas conseguir la mayor ganancia en cada momento.

Si bien algunas personas están contentas y les va bien utilizando sitios de subastas virtuales, la mayoría de los PROFESIONALES que realmente quieren ganar dinero en internet, crean su propia página web. Al configurar tu propio sitio, tendrás muchas más oportunidades para hacer crecer tu negocio a través de marketing y publicidad, crear acuerdos con socios que puedan ser complementarios e incluso ejecutar un programa de afiliados para comercializar tus productos.

Intermediarios

En general, hay tres tipos de actividades que puedes realizar para generar ingresos: vender un producto, propio o ajeno; proporcionar un servicio; o actuar como intermediario conectando oferta y demanda. En este caso te explicaré, aunque sea brevemente, cómo funciona la tercera opción, la de intermediario.

Este tipo de proyectos paralelos existe debido a la ineficiencia del mercado y a que se ha potenciado gracias a la facilidad de intercambiar información en internet. El objetivo es comprar barato y vender caro o, al menos, vender a un precio mayor que el que pagueste. Ahí está tu beneficio. Lo interesante es que puedes hacer todas estas operaciones sin llegar a ver el producto.

Es probable que éste sea un mercado más complejo de definir, porque la gama de productos es casi infinita, por lo que el enfoque aquí se centra inicialmente en la elección de los productos y en la forma en que se utilizan. Con un capital limitado disponible, sin embargo, es probable que compres artículos menos caros para un público más genérico que productos caros enfocados en un número limitado de compradores especializados. Para este último tipo de productos, es probable que tengas que buscar socios o algún tipo de financiación que escapen al concepto de proyecto paralelo.

Al principio, es probable que compres lotes de productos, digamos entre 7.000 y 10.000 euros, que crees que pueden tener salida y conseguir los mejores márgenes. En la práctica, es complicado establecer este tipo de mercado con mucha precisión. Seguramente careces de la información suficiente. No hay mucho que puedas hacer para mejorar los productos que comercializas, porque no los fabricas. Tampoco puedes proporcionar un mejor servicio, porque no realizas el envío y, a veces, ni siquiera tienes

una lista detallada con información de los compradores. Es mejor pensar en términos del producto en sí, es decir, el mercado de objetos tecnológicos o de bisutería, por ejemplo. La mejor manera de sacar adelante un proyecto para vender este tipo de productos es a través de un estudio de la competencia y el análisis de comportamiento del consumidor.

Creo que lo mejor para este tipo de negocio es considerarlo como un segundo flujo de ingresos menos prioritario e ir desarrollándolo poco a poco. Piensa que, con toda probabilidad, vas a necesitar una inversión inicial y eso puede requerir un esfuerzo mayor que otro tipo de proyectos paralelos.

Dropshipping

Hay una opción relacionada con la anterior, la de intermediario, que los anglosajones denominan *dropshipping* que es una variante de comercio electrónico en la que se ha transformado la logística tradicional. La tienda virtual se encarga de gestionar la atención al cliente, la facturación y la generación de bases de datos, mientras que la empresa mayorista almacena, empaqueta y envía los artículos a nombre del comercio virtual.

La idea básica tras el *dropshipping* es que seas tú quien se encargue de los pedidos, pero es el mayorista quien realmente envía el producto. La ventaja es que nunca tendrás que preocuparte de almacenar o enviar los productos; la desventaja es que pierdes el control del envío. Si te comprometiste a enviar un paquete en veinticuatro horas, poco puedes hacer si el mayorista no envía la mercancía hasta tres días después (o, aún peor, se olvida de enviarla). Una segunda desventaja es que el coste de contratar este tipo de operaciones también reduce tus beneficios, así que tendrás que decidir si merece la pena reducir los ingresos para menguar las operaciones.

La ventaja de almacenar y enviar productos tú mismo es que puedes controlar cuándo los envías e incluso puedes incluir tarjetas de agradecimiento u otros materiales promocionales en el envío. La desventaja es que necesitas comprar y almacenar inventario además de la molestia de empaquetar y enviar material por correo, lo que puede requerir más tiempo y recursos para gestionar tu proyecto paralelo.

Antes de comprar cualquier producto para vender, analiza la competencia y descubre si alguien está vendiendo algo similar. Si es así, averigua qué precio pide por él. Al saber el precio habitual por el que puedes vender un producto, puedes evitar comprar algo que no puedas revender en internet con un beneficio suficiente.

Para aumentar las ventas y diferenciarte de la competencia, plantéate añadir elementos relacionados con el producto. Por ejemplo, puedes vender una máquina para hacer ejercicio con un libro o un DVD de algún experto para sacarle más partido. Esa venta conjunta aumenta el valor de tu producto, y si ese añadido extra no te cuesta mucho, el valor percibido probablemente te permitirá poner un precio suficientemente alto como para cubrir el coste del artículo y conseguir un margen interesante.

Finalmente, céntrate en productos que te interesen. Si te limitas a intentar vender algo para ganar dinero rápido pero que no te interesa, probablemente no tendrás tanto éxito como alguien que no sólo puede describir un artículo, sino que también puede

hablar sobre ese artículo con el conocimiento de alguien que domina lo que vende.

En resumen

Vender algo es relativamente sencillo. Es el negocio más tradicional, casi podría decirse que éste sí que es el oficio más antiguo del mundo. Creas, compras o adquieres algo que vendes a otra persona. Los productos pueden ser tangibles o intangibles. En definitiva, se trata de trabajar con algo que entregas, envías o transfieres a otra persona. Y a cambio recibes un pago.

Para tener éxito en este tipo de negocios no necesariamente debes ser experto en todo lo que vendes. Debes ser hábil en aspectos comerciales y en la conexión de los vendedores adecuados con los compradores correctos. Y como cualquier otra habilidad, se puede aprender.

Y lo que puedes hacer para ganar más dinero es mejorar constantemente tu proceso de investigación y mejorar al establecer qué elementos se deben adquirir y revender. A medida que ganes experiencia descubrirás con qué artículos consigues márgenes mayores, y cuáles se venderán más rápido. Poco a poco te irás enfocando en comprar y revender artículos que encajan en al menos una de esas categorías.

Hay muchos modelos como éste a tu alrededor. Siempre que se intercambia dinero, generalmente hay al menos una forma que una persona creativa ha encontrado para hacer que el proceso sea más eficiente y para aprovechar esa mejora.

Marketing de red

Los buenos vendedores generan ventas. Los mejores vendedores consiguen que otros realicen las ventas.

MATT MORRIS

Negocios en tiempo real

Imagina que mañana vas a tu trabajo y le dices a tu jefe que quieres trabajar los próximos diez años y luego dejarlo. Pero, eso sí, quieres que, después de despedirte del trabajo, tu empresa te siga pagando lo mismo que hoy o incluso más durante lo que te queda de vida. Suena absurdo, ¿verdad? Sabemos que da igual el tiempo que lleves en una empresa. Cuando dejas de trabajar, se terminó lo de cobrar. Pues bien, hay una forma de seguir ingresando dinero de tu trabajo anterior aunque no vuelvas a hacer nada relacionado con él. Es lo que se denomina network marketing, marketing de red, marketing multinivel, marketing de recomendación o venta directa.

Funciona de un modo parecido a lo que te voy a contar. Imagina que lees un libro o ves una película y te encanta. Estás deseando contárselo a tus amigos. Si estos colegas compran el libro o la entrada siguiendo tu recomendación, ¿qué comisión te llevas de la editorial o la distribuidora de cine? Exacto: nada. Y si a su vez estos amigos se lo recomiendan a otros, tampoco te llevas nada. Pues bien, resulta que hay negocios que te

pagan una comisión por recomendar sus productos a tus amigos o incluso a desconocidos. Siempre que los compren, claro. Si éstos se lo recomiendan a su vez a otros, también te llevas una parte. Y así sucesivamente. Al final, en teoría, acabarás llevándote un pellizco de las comisiones generadas por todos. Esto es el marketing de red.

Antes de seguir, debo decir que este tipo de proyectos paralelos ha adquirido cierta mala fama por la relación que pueden tener o por ser asociados con algunas estafas piramidales. A lo largo de los años, ha habido una serie de empresas de marketing de red que han utilizado prácticas comerciales engañosas como invitar a personas a reuniones bajo premisas falsas, vender productos sobrevalorados y prometer ingresos directos con poco o ningún esfuerzo. Esas compañías han dejado un mal sabor de boca en mucha gente.

De todos modos, algunas de las personas más honestas que he conocido utilizan estos métodos y les funcionan muy bien. Supongo que todo depende de con quién trabajes y qué tipo de proyectos elijas. Hay empresas muy serias, que llevan décadas en el mercado y que han ayudado a generar ingresos complementarios a mucha gente. Hay cientos de compañías legítimas de marketing de red que ofrecen productos de calidad y operan con total integridad. Lo cierto es que el marketing de red ofrece uno de los modelos comerciales más rentables para poner en marcha un proyecto paralelo.

La mayoría de las compañías tradicionales invierten en publicidad de televisión, radio, revistas o periódicos. Cuando los clientes compran, la compañía se queda con todos los ingresos y utiliza parte de esos fondos para hacer más publicidad y atraer a más clientes. Las empresas de marketing de red apenas hacen publicidad, lo que implica menos costes. Basan su crecimiento en la confianza en sus clientes o prescriptores independientes para dar a conocer la compañía y sus productos. Cada vez que alguien consigue que otra persona compre algo de la empresa, aquel se lleva una comisión. Cuantos más clientes traigas, más dinero ganarás, lo que te animará a seguir generando clientes para la empresa.

La compañía se beneficia porque, en lugar de gastar dinero en publicidad, lo gasta en pagar comisiones a sus representantes de ventas. Dado que una de las formas más efectivas de marketing es el boca a boca, las compañías de marketing de red en realidad ahorran dinero al no gastar en publicidad y se enfocan en los clientes satisfechos que hablan a otros sobre los productos de la compañía.

La experiencia de colaborar con una empresa de marketing de red se convierte en una de las mejores escuelas de negocios porque enseñan valores que no se encuentran en los centros de formación empresarial tradicionales. El marketing de red es una forma práctica de aprender que la mejor manera de ganar dinero es ayudar a otras personas a convertirse en dueños de su propio negocio, en lugar de enseñarles a ser un empleado leal que trabaja para alguien.

Puedes convertirte en representante de uno o más productos, pero, por razones prácticas, deberías limitar el campo de acción y asegurarte de que todos estén enfocados a públicos parecidos. Es decir, que no conviene vender productos de industria pesada y de cosmética al mismo tiempo. Si vendes al público en general, es poco probable que tengas éxito con productos enfocados a la industria y los planteamientos son radicalmente distintos.

Abundan los esquemas de marketing multinivel, pero muchos de ellos son variantes de ventas piramidales que una vez que han quemado la red más próxima (familia, amigos, conocidos) se quedan sin compradores y, por tanto, es poco probable que proporcionen una carrera duradera a menos que estés dispuesto a cambiar de producto con frecuencia.

También es evidente que necesitas vender mucho volumen de productos de poco valor para ganarte la vida y esto puede ser demasiado exigente y contrario a algunas premisas de un proyecto paralelo. Al vender productos de mayor valor, como, por ejemplo, instalaciones de cocina o seguros de vida, probablemente tendrás que reunirte con frecuencia con los socios y los miembros del equipo, lo que te exigirá disponibilidad de tiempo fuera del horario laboral normal.

Conceptos básicos de marketing de red

Hay dos formas básicas de ganar dinero en cualquier compañía de marketing de red: o vendes los productos tú mismo o vendes los productos y, además, creas una red de ventas. Al vender únicamente los productos tú mismo, consigues un ingreso decente mediante ventas regulares. Por supuesto, si dejas de vender productos, se acabaron los ingresos. Así que la segunda y mucho más lucrativa opción de ganar dinero con el marketing de red es construir una organización de ventas mientras vendes tus propios productos.

Como regla general en cualquier negocio, cuanto más tiempo dediques, mejores serán sus resultados. Si dedicas diez horas de trabajo, generalmente obtendrás diez horas de resultados. Pero si incluyes a una persona en tu red de ventas y cada uno pone diez horas de trabajo, obtendrás veinte horas de resultados. Y si ésta involucra a dos personas más, ahora habrá cuatro personas en tu equipo de ventas y produciréis cuarenta horas de resultados. Está claro, ¿no?

Ten paciencia

El éxito del marketing de red se sustenta en lo que se denomina temporada de siembra. Si lo que queremos es recoger una cosecha dentro de unos meses, antes tienes que trabajar muy duro o, de lo contrario, obtendrás poco o nada. Debes planificarlo todo como si fueses a trabajar en el campo: plantar semillas, regar el campo, evitar las plagas. Pero lo único que verás durante mucho tiempo no serán más que montoncitos de tierra

removida. Algo parecido a los resultados que vas a obtener cuando des tus primeros pasos en el marketing de red, y también suele ser el momento en que la mayoría de la gente tira la toalla.

Supongo que esta mentalidad de siembra es especialmente difícil para quienes todavía tienen una mente de empleados que cambian horas por euros. Esperan recibir dinero por cada hora trabajada: si invierten diez horas en su proyecto de marketing de red, se desaniman si no ven de inmediato las diez horas de resultados. Para la mayoría de las personas, dedicar diez horas de trabajo sin la garantía de ver ni un euro a cambio es simplemente absurdo. Sin embargo, para aquellos que son capaces de superar la barrera del desánimo, llegará un momento en que verán resultados: se producirá un crecimiento exponencial y terminarán trabajando la misma cantidad de horas, o incluso menos, pero generando buenos beneficios a cambio.

Me contaba una alumna de un curso de emprendedores que, cuando la despidieron de su trabajo, empezó a trabajar con una empresa de marketing de red del mundo de la cosmética y estuvo a punto de abandonar porque los primeros meses apenas veía resultados. Sin embargo, ahora generaba entre 3.000 y 5.000 euros al mes.

La clave del marketing de red es hacer un gran esfuerzo inicial y cosechar las recompensas más adelante. Para tener éxito en cualquier negocio de este tipo, debes estar dispuesto a pasar por esta fase inicial de aprendizaje. Debes gestionarlo y monetizarlo como un negocio. Trátalo como una afición y acabarás cobrando como un aficionado.

He conocido a gente que trabaja el marketing de red y cuyos resultados son espectaculares. Si bien es raro que alguien gane cifras enormes en poco tiempo, no es imposible. Pero ya te he dicho que mi intención no es venderte la moto de que puedes convertirte en millonario con un proyecto paralelo. Lo que sí quiero transmitirte es que es casi imposible conseguir esa cantidad de dinero en tan poco tiempo trabajando prácticamente en cualquier empresa del mundo salvo que seas el pez gordo de una multinacional.

Lo que hace que el marketing de red sea atractivo es su baja barrera de entrada. Si quisieras abrir una franquicia de una cadena de hamburguesas o una tienda de deporte de un grupo importante, necesitarías decenas de miles de euros simplemente para pagar las tarifas de franquicia, preparar el local, comprar suministros y contratar empleados. Y todo eso sin mencionar el constante dolor de cabeza de administrar cada día tu negocio.

Con el marketing de red, cualquier persona puede empezar, independientemente de su experiencia o formación. ¿Te imaginas solicitando un empleo en cualquier empresa «importante» sin experiencia o educación? Para muchas personas, los trabajos mejor remunerados están fuera de su alcance si no demuestran sus cualidades, su experiencia en trabajos previos o la formación necesaria. En el marketing de red, todos son bienvenidos. Obviamente, algunas personas estarán mejor preparadas que otras por sus antecedentes o experiencia previa, pero cualquiera con suficiente deseo y ganas de comerse el mundo puede tener éxito en el marketing de red.

Como en toda esta filosofía de proyectos paralelos, aquí no se trata de centrarte en una única idea o negocio, sino que puedes utilizar lo conseguido para dar el siguiente salto. Otro de los casos que he conocido es el de una persona joven que reinvertió parte de los beneficios obtenidos a través del marketing de red en poner en marcha su propio negocio de marketing en internet que aceleró todavía más la monetización de su trabajo.

Uno de los aspectos más importantes de la participación en este tipo de proyectos es que la empresa de marketing de red se encarga de la contabilidad, el desarrollo de producto o la logística, entre otras cosas. Es ideal para ti si eres de los que no quieres estar en ese día a día administrativo. Todo lo que tienes que hacer es promocionar la empresa y sus productos.

Entrada y salida fácil

Por supuesto, la facilidad de entrar a formar parte de los negocios de marketing de red también hace que sea mucho más fácil abandonar. Si sólo tienes que invertir unos centenares de euros para entrar en un negocio de marketing de red, te juegas mucho menos que si hubieras invertido un millón para comenzar una franquicia de ropa. Nadie comprometería tanto dinero en un negocio y luego se daría por vencido seis meses después si no funciona como esperaba.

Si no quieres abandonar pronto un proyecto paralelo basado en el marketing de red porque piensas que tampoco pierdes tanto si lo dejas, simplemente plantéatelo como si acabases de invertir 100.000 euros. Vale, ya sé que es una pequeña forma de autoengaño, pero ese simple cambio de creencias puede suponer la diferencia entre abandonar o seguir adelante y tener éxito sin importar qué obstáculos surjan.

El marketing de red basa gran parte de sus resultados en conocer gente y trabajar codo con codo con el equipo de ventas de la empresa que proporciona los productos. Quizá, el factor más importante en el éxito del marketing de red es ser capaz de relacionarse con otras personas y ser suficientemente humilde para aceptar que implica una fase de aprendizaje. Así que, si como yo, eres un poco huraño a la hora de relacionarte y no tienes demasiada paciencia, quizá éste no sea el mejor tipo de proyecto paralelo para empezar.

Elegir tu aliado

Además de encontrar una compañía que venda productos en los que puedas confiar y con los que disfrutar, es recomendable elegir una que tenga prestigio y que haya demostrado una integridad máxima durante décadas. En un listado reciente de las mejores empresas de marketing de red en España salían algunas clásicas y muy conocidas como: Avon, Amway, Oriflame o Tupperware. Pero te recomiendo que hagas tu propia búsqueda.

Supongo que este tipo de clasificaciones cambian cada año y no todos los que colaboran o han colaborado con ellas tienen la misma percepción. Algunas de estas empresas llevan muchísimo tiempo en el mercado y son casi como de la familia. Pero como te digo, aunque el riesgo económico sea relativamente reducido, el tiempo

invertido puede ser irrecuperable si eliges mal. El fundamento del éxito para cualquier empresa de marketing de red es su integridad. Además, cuando te involucras en una compañía, la reputación y la ética de ésta van a influir mucho en tu propio prestigio y marca personal.

Quizá tu duda principal a la hora de crear tu proyecto paralelo involucrándote en una empresa de marketing de red es si serás capaz de conseguir los objetivos de ventas. Desgraciadamente, nuestra cultura no ha sido muy buena a la hora de transmitirnos una mentalidad comercial, así que si tienes que hacer todas las ventas y odias pensar como un comercial, tus posibilidades de éxito serán escasas. Por eso ayuda elegir una empresa de marketing de red que sea potente en cuanto a apoyo a las ventas y con un buen marketing. Si la compañía te proporciona buenas herramientas de presentación de sus productos, todo lo que tienes que hacer es utilizarlas sin tener que inventar nada y limitarte a dar tu toque y poner tu estilo personal.

El material de presentación que te facilitan pueden ser de todo tipo: CD, DVD, folletos, revistas, herramientas de videoconferencia o páginas web, cualquier cosa que pueda ayudarte a vender la compañía y sus productos. Cuanto más sofisticadas sean las herramientas de promoción de la compañía, más fácil será tu trabajo.

Errores que hay que evitar

El error más grande que muchas personas cometen es ir saltando de una compañía a otra, tratando de encontrar una nueva empresa de marketing de red que esté de moda. La clave para este tipo de marketing es construir un gran equipo comercial a lo largo del tiempo en lugar de obsesionarte con encontrar la compañía «de la que todos hablan» pero que no tiene una trayectoria sólida. Piensa que cada vez que cambias a una compañía diferente, perderás la mayor parte de la organización de ventas que hayas construido cuidadosamente y, sobre todo, perderás algo de tu credibilidad como profesional.

Otro error frecuente es apuntarte a dos o más compañías de marketing de red con la idea de que tendrás éxito al menos con una de ellas y ganarás mucho dinero. La verdad es que no he conocido a nadie que haya gestionado con éxito dos o más negocios de marketing de red al mismo tiempo. Creo que si divides tu atención entre varias empresas, es probable que acabes fracasando en todas ellas.

El éxito en el marketing de red proviene de la persistencia y la determinación de construir una gran organización de ventas. Un solo equipo que trabaje bajo la misma compañía paraguas siempre generará más impulso que esfuerzos dispersos diluidos entre múltiples empresas. Como regla general, busca una compañía de marketing de red que te convenza y te guste y céntrate en ella.

Para terminar

Aunque he conocido a algunas personas que han tenido bastante éxito económico gracias al marketing de red, y creo que cualquiera puede lograr resultados similares o incluso mayores, este tipo de marketing no es la única manera de convertirse en

PROFESIONAL, así que seguiré ofreciéndote opciones y te explicaré otros modelos comerciales que también pueden ayudarte a desarrollar el estilo de vida que deseas.

MODO PRODUCTO DIGITAL

Infoproductos

Existe una forma simple de empaquetar información que, en las circunstancias adecuadas, puede hacer que sea irresistible. Todo lo que tienes que hacer es encontrarlo.

MALCOLM GLADWELL

Vivimos en lo que, a menudo, se conoce como la era de la información. Internet nos proporciona acceso a cantidades absurdamente grandes de información, y cada día se genera más y más. Viendo el lado positivo, mi intención es estar más tiempo en casa o en la playa, y soy consciente de que la creación de proyectos paralelos basados en la gestión de esa información ofrece una oportunidad estupenda.

Encontrar la información que necesitamos sobre un tema determinado puede ser una tarea casi imposible porque la mayoría de nosotros no tenemos tiempo para analizar todos los datos y todos los contenidos disponibles o tratar de descubrir cómo son de fiables, relevantes y aplicables a nuestras circunstancias. Precisamente por esa razón hay gente dispuesta a pagar por esa información específica y elaborada que alguien ha organizado y que se puede entregar en un formato fácil de consumir y de distribuir. La gente paga dinero por información sobre cualquier tema que puedas imaginar, desde la construcción de maquetas, hasta el patinaje en línea pasando por la educación de adolescentes, la seducción, la alimentación, el maquillaje, la cocina y todo lo que se te pase por la cabeza. Si tienes conocimientos específicos sobre algún tema, hay muchas opciones de tener éxito vendiendo en internet ese conocimiento si eres capaz de organizarlo y empaquetarlo convirtiéndolo en un producto digital.

El éxito de un proyecto paralelo basado en el marketing de la información se basa en la capacidad de identificar un tema que interese a alguien, empaquetarlo y venderlo en formato de producto digital (o infoproducto como se denomina también) que aporta conocimiento, explica cómo hacer algo o ayuda a resolver un problema concreto.

La publicación de información y contenidos valiosos es uno de los negocios más lucrativos de todos los tipos de proyectos paralelos que te estoy explicando, especialmente si se trata de temas relacionados con ideas de negocios o finanzas. Hay ofertas en todas partes sobre cómo, por ejemplo, operar en los mercados financieros. Muchos de ellos con precios muy elevados. Entiendo que quienes los compran asumen que lo que van a pagar supondrá una mínima parte de lo que pueden llegar a ganar.

Ganar dinero por internet no siempre es tan bonito

Este tema daría para un libro entero. De hecho, hay gigas y gigas de contenidos sobre este asunto circulando en la red, pero también debe abordarse con precaución. Abundan los anuncios en la red de gente que promete explicarte cómo hacerte millonario trabajando sólo diez minutos al día creando infoproductos y que te invita a comprar cursos y sistemas que se supone que te harán ganar mucho dinero casi sin esfuerzo. Sin embargo, la competencia está aumentando, por lo que las empresas y personas que quieran tener alguna credibilidad deberían ofrecer alguna garantía si los resultados no llegan. Especialmente si el precio solicitado es alto.

Hay miles de webs que explican cómo, contratando sistemas muy sencillos o realizando cursos virtuales de unas cuantas horas, puedes ganar mucho dinero gestionando divisas o acciones o creando productos sencillos y subiendo contenidos. Parecería que con unas horas a la semana podrías dejar tu trabajo y vivir de las rentas.

Dudo que exista sólo un sistema que haya generado ese tipo de beneficios a nadie excepto a quien lo vende. Es cierto que algunas personas tienen mucha suerte y siempre hay alguien a quien le toca la lotería, pero, para la mayoría de nosotros, la mejor forma de ganar dinero es mediante el trabajo duro, la calidad, la coherencia y el valor de lo que ofrecemos, que acaba generando confianza.

Adictos al contenido

A diferencia de lo que ocurría hasta hace sólo un par de décadas, hoy cualquiera puede ser su propio editor de contenidos igual que si trabajase en un medio de comunicación importante. Y como cualquier editor de un medio de comunicación, debes encontrar la clave para obtener beneficios en la economía digital

Millones de personas se pasan cada día horas y horas en la red publicando sus pensamientos, lo que han comido, sus éxitos, con quién están, incluso sus opiniones políticas o, lo que más nos interesa, consejos prácticos sobre cualquier asunto imaginable. El contenido puede ser el rey, pero hasta que no lo empaquetas o lo dejas listo para vender, es algo intangible y sin valor. ¿Cuánto vale realmente un consejo si no puedes monetizarlo? Tu proyecto paralelo va a depender mucho de cómo lo comercialices. Evidentemente, también, o sobre todo, va a depender del resultado que esos consejos ayuden a lograr. ¿Cuánto le pagarías a alguien por aprender a ganar 10.000 euros? ¿500, 1.000, 3.000 euros? Cuanto mayor sea el valor percibido, más será el dinero que algunas personas estarán dispuestas a pagar. Es una ecuación simple.

Si eres un PROFESIONAL, el contenido es un elemento importante para crear el negocio y la vida que quieres. Un buen contenido influye en las opiniones, transforma vidas, impulsa las ventas y genera visibilidad. Te permite escapar del mundo de nueve a cinco porque, una vez que creas productos digitales, puedes aprovecharlo en diversos formatos una y otra vez. Un artículo puede convertirse en un programa de audio, un blog en un libro y un libro en un curso virtual. Con cada modificación puedes exprimir un poco más la idea.

Tanto si vendes productos como servicios, debes crear contenido que puedas distribuir en redes sociales y en plataformas como Facebook, YouTube, LinkedIn o Twitter, además de en tus propios mensajes de correo electrónico, webs y blogs. El reto está en crear contenido que anime a las personas a comprar y les estimule a compartir y divulgar tu mensaje a todo el mundo.

Si quieres saber cuáles son las tendencias, sigue a los mejores expertos en su campo y encuentra los recursos recomendados o lee todo lo que puedas para descubrir más información sobre sus fórmulas de éxito. Muchos podrían ver esto como una tarea abrumadora, pero estoy aquí para decirte que no. Con los sistemas, procesos y herramientas adecuadas, llega a ser muy divertido crear nuevos contenidos que puedas convertir en materiales comercializables. Y, de nuevo, la buena noticia es que puedes hacerlo desde cualquier sitio.

Crear tu cartera de activos digitales

Si consigues crear unos cuantos productos basados en el marketing de la información o infoproductos, lo que vas a tener al final es un paquete de activos digitales. Un activo digital es un proyecto de generación de ingresos que existe en la red. Y, al igual que los activos financieros, te van generando ingresos de forma más o menos constante sin tener que hacer nada, o casi nada, una vez creados. Esto está relacionado con otro término que no me gusta nada. Me refiero a ingresos pasivos o esa idea de ganar dinero mientras duermes. Creo que son descripciones engañosas porque, si bien vas a ver como algunos de los productos que has creado van hacer aumentar tu cuenta en el banco, no debes olvidar que antes has tenido que ser muy activo y seguramente te habrás quitado muchas horas de sueño.

Si decides desarrollar algún proyecto paralelo basado en el marketing de la información, deberías pensar antes qué temas de los que te interesan puedes monetizar mejor. A veces, en la vida eliges hacer cosas que no están bien pagadas por las razones que sean (experiencia, prestigio, visibilidad, interés...), pero un proyecto paralelo debería generarte suficientes ingresos como para merecer la pena el esfuerzo.

Dedica unos cuantos minutos al día a leer los principales blogs relacionados con tu especialidad. Esta información a menudo está más actualizada que los libros, ya que puede haber un tiempo mucho mayor entre la escritura de un libro y su lanzamiento y lectura. Pero a cambio, quizá su contenido es más superficial.

Deberías establecer los precios de tus infoproductos basándote en el valor que proporcionan. Nadie te va a pagar por el tiempo o el esfuerzo dedicados, sino por lo que van a conseguir con tu oferta. Con algunas excepciones, la cantidad de tiempo invertido no debe ser el factor más importante en la fijación de precios. Lo que más importa es cómo mejoran las vidas de tus clientes.

Nunca olvides que tu prestigio, tu marca personal, es uno de tus activos más valiosos. Esto es especialmente importante cuando se habla de servicios relacionados con internet donde existe la posibilidad de publicar comentarios y opiniones públicas

sobre tu trabajo. Así que ganarse una buena reputación o valoración es crucial.

Debes esforzarte en ir más allá, en superar las expectativas para asegurarte de que las personas queden más que satisfechas. Siempre habrá algún cascarrabias que encuentre algo de qué quejarse, aunque reciba un servicio casi perfecto. Pero cualquier opinión negativa o calificación que recibas debe ser compensada más que de sobra por muchas otras críticas y calificaciones positivas.

Te recomiendo que busques las tendencias y los temas sobre los que las personas a las que te diriges desean obtener más información, y que trates de atraer su interés hacia tu cartera de productos digitales.

Venta de productos digitales

La venta de productos físicos a través de internet es un fenómeno creciente como te explicaba antes, pero siempre es engorroso tener que enviar productos y preocuparse de los retrasos en los envíos, las reclamaciones de productos dañados y devoluciones.

Una forma más rentable de ganar dinero en internet es comercializando productos digitales, como libros electrónicos, contenidos de audio/mp3 o cursos virtuales basados en vídeo. Cada uno de estos productos no cuesta prácticamente nada almacenar y puedes entregárselos a tus clientes sin coste alguno. Sólo tienes que crearlos una vez y podrás venderlos tantas veces como quieras o puedas. Y todo eso puedes hacerlo creando una página web que acepte pedidos y envíe automáticamente el libro electrónico o cualquier producto digital, para que no tengas que hacer nada.

Si se te da bien escribir y tienes conocimientos especializados sobre un tema en particular, puedes crear tu propio libro electrónico. Si sabes manejar la luz y el sonido para grabar con una cámara sencilla y lo combinas con algún programa de presentaciones, puedes crear un curso digital en pocos días o incluso horas. Otra forma sencilla de crear un producto digital es comprar alguno que ya exista pero que puedas modificar. Esto es posible hacerlo porque algunos proveedores de contenido te permiten comprar un producto una vez, hacer algunos cambios y venderlo tantas veces como quieras sin pagar una tarifa o tasa adicional. Hay muchos sitios en internet que te venderán los derechos de algunos productos digitales a precios increíblemente asequibles.

Para encontrar este tipo de productos, simplemente tienes que buscar en Google «derechos de reventa» y encontrarás mucha información. Yo nunca he vendido estos productos, pero conozco a gente que los ha utilizado como regalo, como extra, para dar un valor superior a su oferta principal. Es algo así como los regalos que incluyen algunas revistas en los quioscos.

Para hacer un libro electrónico, todo lo que necesitas es crear información útil en un procesador de texto y guardarlo como un archivo PDF. Si no te apetece escribir, grábate la voz y utiliza algún programa que transcriba ese archivo de audio a texto.

Para que veas que el límite a la hora de monetizar tus productos digitales sólo es tu creatividad, en el caso anterior ni siquiera tendrías que transcribir tus archivos de audio a texto, porque podrías vender esa información como archivos de audio. Y aún hay más: si quieres ir más allá, puedes grabarte en vídeo y vender archivos de vídeo en lugar de (o además de) un libro electrónico.

Si ves que te repites y compartes la misma información una y otra vez, es hora de crear un producto o servicio que puedas vender en piloto automático. Esto te proporciona una mayor flexibilidad para decidir dónde, cómo y en qué vas a trabajar. Con un portátil, puedes preparar tus contenidos en una cafetería, en un avión, en la playa o en un despacho en tu casa y, a partir de ahí, darle a la caja registradora virtual una y otra vez.

Las personas pueden pagar y descargar directamente los contenidos desde tu sitio. Puede ser una combinación de archivos PDF, vídeo, audio y otros elementos. Por ejemplo, si sueles escribir en tu blog sobre diferentes formas de usar y sacar partido a Instagram, podrías crear un curso intensivo sobre cómo promocionar una marca en esa red social.

Los productos digitales son geniales para que la gente compre cuando quiera y de una forma rápida. Puedes configurar tu plataforma web para coger los pedidos o crear una tienda digital similar a la que crearías para vender un producto físico. En el momento en que se aprueba la tarjeta de crédito de un cliente, se le envía automáticamente un correo electrónico o un enlace para que reciba o descargue al instante el producto deseado.

Los sitios web que venden productos digitales son como máquinas de venta que dispensan una cantidad ilimitada de productos y están disponibles para los clientes las veinticuatro horas del día, los siete días de la semana. Todo lo que tienes que hacer es configurar tu tienda virtual y cobrar. Por eso, los productos digitales son una de las mejores opciones para desarrollar proyectos paralelos.

Tipos de productos

Los productos basados en el marketing de la información existen en muchas formas y rangos de precios. Hay libros tradicionales, libros electrónicos o archivos PDF, cursos virtuales, programas de audio, programas de vídeo, programas de DVD, boletines informativos y seminarios web, sólo por nombrar algunos. Sus precios pueden variar desde unos pocos euros hasta varios miles cada uno.

Una forma de hacer que los productos digitales sean aún más atractivos para los clientes potenciales es usar algún programa de diseño con el que crear una imagen atractiva que puedas subir a tu sitio web y que haga que, por ejemplo, tu libro electrónico tenga un aspecto mucho más profesional. Igualmente, si estás vendiendo cursos en formato audio o vídeo, puedes mostrar una imagen que equivaldría a las de un CD o DVD aunque lo que vendas sean sólo ficheros que envías por la red. Como ves, las formas de empaquetar tus contenidos para crear productos comercializables valiosos son muy variadas. Te dejo este cuadro para que te hagas una idea.

Vídeo, CD y DVD	Puedes grabar tus intervenciones y venderlas. Un buen vídeo debe editarse de forma adecuada y profesional. Se pueden añadir gráficos, efectos, diagramas y otro tipo de imágenes que enriquezcan tus palabras. A veces es más rentable (y cómodo) grabar una ponencia con calidad y venderla en formato digital que hacerla una y otra vez teniendo que desplazarte a diferentes lugares.
Fichas	Resúmenes en fichas en los que se explican algunas ideas sobre un tema concreto.
Hojas de consejos	Son documentos cortos, que van al grano con consejos sobre un determinado asunto. Suelen estar impresos en tamaño folio. Suelen presentarse como una serie de consejos numerados. Puede cobrarse entre 1 o 2 euros por documento.

Folleto	Son como las hojas de consejos pero más extensas. Contienen una información similar pero en un folleto, hay más espacio para desarrollar cada punto. El tamaño es más pequeño y se puede enviar por correo. Pueden tener entre 8 y 16 páginas aunque pueden ser más extensos. Precio: entre 5 y 12 euros.
Informes especiales	Es más extenso y detallado que un folleto. Suele crearse para imprimirlo en tamaño folio. Puedes incluir ilustraciones, gráficos y tablas. Desde 5 a 100 páginas o más. Normalmente son de 6 a 12 páginas. Para un documento de este tipo de unas 10 páginas se puede poner un precio de 6 a 7 euros para la versión impresa. También pueden descargarse gratuitamente por la red aportando una dirección de correo electrónico. La versión electrónica suele tener un precio de la mitad o menos que la impresa.
Monografías	Es un ensayo o artículo sobre un tema concreto. Es parecido a un informe especial pero suele ser más largo (20 a 30 páginas) y escrito en un lenguaje más formal o profesional. Suele ser utilizado en el mundo de la medicina. Puedes pedir entre 5 y 14 euros o más por un documento monográfico bien escrito sobre un tema que interesa a tus clientes potenciales. Es una buena alternativa antes de escribir un libro. Pueden enviarse a clientes actuales o potenciales. Suelen ser más específicos del sector que un libro. Puedes publicar varios al año. Cuando tengas varios puedes convertirlos en un libro.
Manuales	Los manuales de referencia son informes exhaustivos, normalmente una carpeta o cuaderno y organizado en secciones. Pueden tener entre 30 y 150 páginas o más. El precio puede ir de 10 a 30 euros o más.
Guías de recursos o directorios	Son directorios breves de fuentes de información en un determinado campo (por ejemplo: páginas web para profesionales del control de calidad). Para una guía de 5 o 6 páginas, se puede pedir de 5 a 8 euros.
Newsletters de pago	Algunos expertos producen una newsletter trimestral promocional de 4 a 8 páginas que distribuyen de forma gratuita a clientes actuales y potenciales. Si incluyes más contenido (más información, no más autopromoción) y lo haces más extenso (6 a 8 páginas) y más frecuente (mensual) puedes venderlo por suscripción (29 a 249 euros/año). Una newsletter de pago debe proporcionar un valor único y valioso a los lectores. El material debe ser útil, informativo, nuevo y especial. En resumen, debe ser un contenido que no sea fácil de encontrar en otro sitio. La newsletter debe convertirse en una fuente de información crítica en el área cubierta por la publicación. En una newsletter de pago no es aceptable incluir mucha información comercial.
Packs	Es una combinación de varios materiales informativos: audio, manuales, informes, etc.
Promociones	Concursos, descuentos, paquetes (juntar dos productos o servicios complementarios...), Regalos promocionales (camisetas, objetos con logo...).
Software	Si algunos de los procesos a los que te dedicas se pueden automatizar mediante software, puedes trabajar con un desarrollador y crear un programa para vender.

Beneficios de la comercialización de la información

Sin importar qué tipo de producto crees o a qué nivel de precios lo vendas, éstos son algunos de los beneficios de crear y vender un producto de información.

Apalancamiento

Con el marketing de la información, puedes hacer el trabajo inicial para crear un producto una vez y luego configurar los sistemas para continuar vendiendo ese producto después de haberlo creado. Se necesita mucho trabajo para crear un producto (créeme), pero, una vez que lo has hecho realidad, lo puedes vender muchas veces, incluso durante varios años. Básicamente, te van a pagar una y otra vez por el trabajo que hiciste en una sola ocasión.

Cada vez que creas un producto, adquieres un activo que continúa generando dinero para ti. Cada producto que creas te genera un flujo de ingresos adicional para construir el estilo de vida que deseas. El valor que proporcionas al mercado se multiplica con cada producto que lanzas y con cada cliente que lo compra.

Interacción mínima con los clientes

En muchos casos, puedes vender un infoproducto sin comunicarte (y, todavía menos, reunirte) directamente con tu cliente. Esto se consigue configurando algún sistema (o aprovechando alguno existente) que te permita gestionar la venta y controlar las operaciones. Por ejemplo, si publicas un libro en Amazon, aprovechas los sistemas de esa tienda gigantesca para que vendan tu libro por ti. Personas de todo el mundo pueden encontrar tu libro, comprarlo y descargarlo sin que tengas que hacer nada. Todo se produce automáticamente porque Amazon tiene los sistemas para facilitar la transacción.

Éste es sólo un ejemplo, pero lo importante es que no hay límite para la cantidad de productos que puedes crear o la cantidad de personas a las que puedes vender esos productos. Esto se puede lograr con poca o ninguna interacción directa con tus clientes. Puedes estar en el cine viendo una película mientras alguien en otro lado del mundo, a quien ni siquiera conoces, compra tu producto.

Y si eres introvertido como yo y prefieres centrarte en los productos más que en las relaciones personales, esto es el paraíso.

Barato para comenzar

La mayoría de los infoproductos son relativamente baratos de crear. En términos generales, cuantos más tipos de medios o recursos diferentes se usan en la creación de un producto, mayor es el coste de producción. Por ejemplo, los libros electrónicos o los manuales en PDF tienen costes de producción increíblemente bajos. Sin embargo, los productos que requieren otro tipo de medios, como audio y vídeo, exigen un equipo adicional para crearlos (cámaras, micrófonos, software de edición, etc.) y, por tanto, tendrán un coste de producción más alto.

Dependiendo de los tipos de medios utilizados en tu producto, tus costes de producción pueden variar desde casi nada hasta varios cientos o incluso varios miles de euros. Dicho esto, la inversión más importante que tener en cuenta cuando creas un infoproducto es tu tiempo. Mi recomendación es que no lances un producto a menos que tengas una expectativa razonable de generar un retorno de la inversión que compense el tiempo requerido para crearlo.

Alto potencial de beneficio

Uno de los alicientes más atractivos de vender un infoproducto es el potencial de beneficios. De momento ya podemos olvidarnos de los costes de comercialización (que se aplican a cualquier negocio o tipo de producto), ya que virtualmente no hay costes asociados a la venta y entrega de tu producto a los clientes. Podrías vender un producto digital a centenares de personas por valor de varios miles de euros (créeme que los hay, y bastantes) y, en muchos casos, mantener el ciento por ciento de los ingresos de la venta, excepto las comisiones de las plataformas de pago y de venta (si utilizas una plataforma de terceros). Ésta es una característica exclusiva de los productos digitales que se venden en internet. Los productos físicos tienen costes de producción, entrega y operaciones asociados con cada venta individual. Cuando un cliente compra un producto digital, se le da acceso inmediato al producto o se le ofrece un enlace para descargar el producto. Puedes vender el mismo producto mil veces y sólo tienes que crearlo una vez.

Crear un conjunto de productos es como invertir en acciones

A la hora de diseñar tu estrategia comercial de productos y contenidos digitales debes pensar que es algo parecido a las diferentes fases de la formación de una persona desde el colegio hasta la universidad. Me explico. Empiezas en parvulario, pasas a primaria, luego a secundaria y la universidad o la formación superior. En cada nivel vas acumulando conocimientos, descubriendo más detalles y desenmarañando problemas más complejos. Si tratasen de enseñárnoslo todo de golpe, no podríamos asimilar toda esa información, así que el sistema educativo está pensado para crear una experiencia de aprendizaje mucho más suave y proporcionarnos las piezas de conocimiento adecuado en cada nivel.

Desarrollar un proyecto paralelo basado en contenidos en internet sigue un proceso parecido al de nuestra educación. Paso a paso vamos construyendo un catálogo de contenidos y productos digitales valiosos que van de lo más sencillo a lo más rico en información y conocimiento. Lo importante es que en cada escalón que subas vayas haciendo crecer tu cartera de productos o servicios. Deberías incluir ofertas sencillas a precios bajos pero poco a poco también debes ir incorporando ofertas más caras y productos de un valor añadido superior. De este modo, una vez que captas a un cliente en los niveles más bajos, puedes ir fidelizándole a medida que desarrollas nuevas ideas y negocios para tu nicho de mercado.

Cada vez que alguien te compre algo, deberías pensar: ¿qué más podría estar interesado en comprar? ¿Qué otros productos o servicios podría necesitar? Una vez que hayas creado un catálogo con ofertas de alto nivel, como cursos virtuales de formación o asesorías virtuales vía videoconferencia, también puedes recorrer el camino inverso y quizá valga la pena crear alternativas de menor precio, como ebooks o acceso a congresos virtuales.

Si alguien puede pagar un curso caro, sin duda puede permitirse un producto más barato. Si ya han demostrado que están interesados en tu enfoque, ¿por qué no buscar formas de seguir ayudándoles ofreciéndoles alternativas más asequibles? Lo ideal es que amplíes las opciones con las que comercializas tu oferta, para que tu audiencia crezca y se haga cada vez más rentable obtener productos de menos precio. Incluso con un público reducido, siempre hay gente que desea comprar algo pero que no puede permitirse pagar un curso de 1.000-1.500 euros, así que ¿por qué no ofrecerles otras opciones?

Si te gusta trabajar con tu portátil desde donde te dé la gana, entonces sólo hay un camino que seguir cuando se trata de vender tus productos, y es lo digital. Olvídate del inventario. Con una plataforma digital nunca tienes que almacenar nada que ocupe espacio, la entrega es automática y puedes encontrar asistentes virtuales a un coste asequible con facilidad para solucionar cualquier problema o realizar trabajos rutinarios y de poco valor.

Con los infoproductos mantienes el control, pero sin tener que estar en el día a día de las tareas cotidianas de gestionar un negocio. Y lo mejor es que los resultados son inmediatos. No tienes que esperar a ver los datos del trimestre como ocurre en una gran empresa. Incluso puedes configurar alertas en tu teléfono móvil para que te lo notifiquen cada vez que realices una venta. (Yo lo hago y es un subidón.)

Promocionar tu infoproducto

La forma «típica» de promocionar un infoproducto tuyo o de otros sigue un esquema bastante típico. Normalmente se empieza explicando algo relacionado con alguna situación problemática con la que alguien se pueda sentir identificado y le motive a cambiar. Se suele explicar lo que puede ocurrir si no actúas (normalmente no suele ser nada bueno) y entonces se cuenta cómo puedes evitarlo o solucionarlo gracias a la propuesta. Como guinda suele describirse cómo ha cambiado las vidas de aquellos que han aplicado tu solución. También se cuenta que si estás interesado puedes aprender mucho más apuntándote a un curso virtual o a unos servicios de asesoría personal.

En general, ése es un formato que funciona. Después de todo, a menos que expliques por qué un problema es relevante para un cliente y por qué eres la persona adecuada para ayudarle, vas a hacer pocas ventas, si es que haces alguna. El problema es que estos formatos de presentación empiezan a parecer todos iguales. Hay mucha imitación y poca creatividad.

Vender tus productos con programas de afiliados

Uno de los mayores retos de cualquier negocio es el marketing y, cuando se trata de proyectos en internet, todavía más. Puedes tener el mejor producto o servicio en el mundo, pero si tus potenciales clientes no saben que existes, nunca te encontrarán. Del mismo modo que hay formas de delegar o subcontratar tareas que no te gustan o no sabes hacer (como diseño web o gestión financiera), también puedes subcontratar la tarea más importante de todas: promocionar y vender tus productos.

Si tienes un curso u oferta que quieres monetizar, puedes hacer una lista de posibles contactos a los que crees que les gustaría recomendar tus productos. Los socios ideales deben ser personas que respetas y con quienes tienes una buena relación, y que se dirigen a audiencias complementarias. Y muchas empresas, servicios de internet y personas con cursos virtuales ofrecen programas de afiliados. Estos programas son una forma automática de dar una comisión a alguien que promocione tus productos y servicios.

Como hemos dicho, la primera función del marketing es llevar clientes a tu negocio, por lo que si no consigues tener un dominio mínimo del marketing, tu proyecto paralelo va a crecer más lentamente o directamente se estancará.

Para la mayoría de las empresas, marketing significa visibilidad y esperar que las personas vean los contenidos y compren sus productos. Aunque eso es parte del marketing, a menos que tengas algo de experiencia y creatividad para conseguirlo, puede acabar siendo un ejercicio inútil. Una solución ideal, que en muchos casos es más rápida, más efectiva y mucho menos costosa que invertir en publicidad, es que otros promocionen tu negocio por ti. Aunque mi experiencia en programas de afiliados es reciente, podría decir que más del 90 por ciento de lo que he ingresado con mis cursos y programas en la red se debe a la existencia de otros vendedores y prescriptores que comercializan mis productos a cambio de una comisión. Esto no debe confundirse con la contratación de un equipo de ventas sino únicamente con inscribir a otros como afiliados para que se lleven una comisión si venden algo.

Muchos de los emprendedores que he asesorado y que se han centrado en crear productos virtuales me cuentan que, cuando empezaban a dar a conocer su trabajo en internet, no sabían cómo dirigir tráfico a sus sitios web. Normalmente son personas que estaban más enfocadas en el producto que en la promoción. La mayoría de ellos trataron de aprender cómo conseguirlo asistiendo a algunas charlas y eventos relacionados con el posicionamiento en buscadores y cosas similares, pero cada cosa que aprendían les parecía más complicada y, francamente, consideraban que su esfuerzo debía centrarse en crear productos y no en aprender todas estas técnicas que probablemente les llevaría años dominar. Aunque yo he entrado más recientemente en este asunto, comparto completamente esa forma de pensar.

Por mi parte reconozco que soy bastante perezoso y además no soy especialmente bueno manejando los hilos que hacen que estés bien situado en los buscadores como Google. Así que, desde el primer momento, decidí que en lugar de convertirme en un

experto en generación de tráfico, simplemente compartiría los ingresos y me centraría en encontrar a quienes quisieran publicitar mis cursos iniciando un programa de afiliados. Hay mucha gente que tiene páginas web con una gran cantidad de visitas, que dominan las bases de datos y que son expertos en conseguir que aparezcas en las primeras posiciones en las búsquedas, por lo que lo mejor es pasar el testigo a los que saben. El precio compensa.

Para iniciar tu propio programa de afiliados, debes adquirir un software que gestione a las personas que se incorporan a tu programa, que haga un seguimiento de las ventas y que calcule las comisiones. Básicamente, un programa de afiliados funciona de la siguiente manera:

- Un afiliado se une a tu programa a través de la página de registro del software de afiliación. Normalmente, www.eldominiodesitio.com/afiliados o algo similar. Y si tienes el software adecuado y se adapta a tu sector, puedes inscribir automáticamente a los clientes como afiliados y persuadirlos (a través de comisiones o descuentos) para que te envíen otros clientes.
- El afiliado recibe un enlace de sitio web único para anunciar tu sitio que rastreará a todos los visitantes generados a partir de tus programas de marketing.
- El software de afiliado coloca una *cookie* única en el ordenador del visitante para que sepa qué afiliado te envió al visitante.
- Cuando el visitante hace una compra desde tu sitio web, el software de afiliación acredita al afiliado correspondiente, registra la venta y te notifica a ti y al afiliado que la venta se ha realizado.
- Hace un ingreso al afiliado a final del mes por las ventas que ha generado.

Deberás estar absolutamente seguro de haber elegido el programa de software de afiliación adecuado. Un software incorrecto puede paralizar tu negocio. Algunas características fundamentales que debes tener en cuenta al seleccionar tu programa de afiliados son:

- Proporciona seguimiento de clics para que tus afiliados sepan cuántos visitantes te han enviado y la cantidad de ventas generadas.
- Proporciona una sección de herramientas de marketing para que los afiliados puedan descargar banners, correos electrónicos, anuncios de texto, etc. para ser utilizados en las estrategias de marketing.
- Proporciona una contabilidad adecuada para pagar a los afiliados.
- Admite comisiones recurrentes si cobra mensualmente en lugar de hacerlo cada vez que hay una compra. De ese modo se puede pagar a los afiliados mensualmente.

Muchos anunciantes nuevos configuran su sitio web y el proceso de pedido, crean un programa de afiliados y luego salen e intentan inscribir a otros afiliados para comercializar su producto con grandes esperanzas de tener una cola inmensa de gente esperando trabajar para ellos. Por lo general, quienes actúan así suelen cometer alguno de estos errores.

Crear tu programa de afiliados para vender tus productos

Aunque algunas otras empresas ya habían experimentado con este modelo anteriormente, Amazon comenzó la primera asociación de afiliados en 1996, invitando a sus clientes a unirse como socios y compartiendo una parte de los ingresos. Desde entonces, casi todos los principales minoristas han creado algún tipo de programa de afiliados, al igual que muchas pequeñas empresas de todo tipo.

Si lo haces bien podrás conseguir cientos de afiliados que se unirán a ti para promocionar tu trabajo. Sin embargo, si te esfuerzas, puedes llegar a crear una verdadera colaboración, un espíritu de grupo que te generará ingresos estables a lo largo del tiempo sin importar lo que esté pasando en otros de tus proyectos o en la economía en general. ¿Cómo puedes conseguir eso? Te doy algunas ideas.

Normalmente suele haber dos problemas en la mayoría de los programas de afiliados. En primer lugar suelen pagarse comisiones muy pequeñas, dejando muy poco al afiliado que les envió la referencia. Por otra parte, los afiliados tienden a no hacer más que pasar las referencias a ciegas. Pero como un gran problema también es una gran oportunidad, puedes ofrecer un programa mucho más atractivo pagando comisiones mucho más altas para empezar, pero también esperando más del afiliado.

Si un afiliado quiere ganar más, deberá dedicar más esfuerzo y así ganamos todos. No basta con colocar un enlace en alguna de sus plataformas y olvidarse. Si quieren tener éxito promocionando tus productos o servicios, deberán crear una conexión más cercana entre sus lectores y seguidores y tu oferta. Pueden hacerlo utilizando lo que promocionan y escribiendo reseñas sobre su uso.

Empieza con uno o dos socios con los que tengas relaciones especialmente sólidas y acepta hacer intercambios recíprocos de información.

Errores al crear tu programa de afiliados Disparar a todo lo que se mueve

Hay una creencia habitual alrededor de los programas de afiliados y es que puedes salir y reclutar a cualquiera para que sea tu afiliado y eso acabará haciéndote millonario. Lo cierto es que no hay nada malo en incluir al mayor número de afiliados, pero los expertos recomiendan una y otra vez que te centres en la calidad, no en cantidad. Puedes reclutar miles de afiliados pero acabar generando muchos menos ingresos que otro vendedor que tenga sólo cinco o diez afiliados pero que están muy enfocados en un nicho y tienen un gran prestigio.

No proporcionar materiales de marketing para tus afiliados

Pronto te darás cuenta de que quienes se unen a un programa de afiliados quieren ganar dinero y dedicarán más esfuerzo a quienes les ayuden a vender. Si tienen que elegir entre dos sitios que venden cosas parecidas y uno les proporciona buenos materiales de marketing y promoción y el otro no, se centrarán en el primero porque les va a generar más ingresos.

La mayoría de los programas de software de afiliados proporcionan una sección de marketing o herramientas de afiliación para que descargue materiales de marketing para sus afiliados.

Éstas son algunas de las herramientas de marketing que debería incluir un programa de afiliados que pretenda conseguir resultados.

Banners

Aunque los expertos cada vez recomiendan gastar menos dinero en publicidad de banners, habrá muchos afiliados que querrán publicarlos en sus sitios web, así que deberían estar disponibles. Cuando yo actúo como afiliado de algún producto o servicio siempre me gusta tener algún banner o alguna imagen porque siempre llama más la atención que un simple enlace en un texto.

La clave de un buen banner es que destaque y llame la atención. No te obsesiones en crear banners demasiado profesionales porque suelen ser tan perfectos como aburridos. Con todo el bombardeo que recibimos cada día, lo que tienes que conseguir es que los banners tengan un alto impacto con colores que destaquen o imágenes llamativas. En ese sentido, se recomienda que un banner esté animado, con imágenes que roten cada tres o cinco segundos.

Aunque no soy demasiado partidario de ciertas técnicas, dicen los expertos que, si es posible, incluyas la palabra *gratis* o *regalo*. A la gente le encanta conseguir algo a cambio de nada, por eso *gratis* es la palabra más poderosa en marketing. Y también es importante que haya algún tipo de mensaje que anime a actuar con frases como «¡Haz clic aquí!» O «¡Pincha aquí ahora!». Pero esto lo dejo a tu criterio.

Correo electrónico

Escribe tres o cuatro versiones de texto que los afiliados tengan simplemente que copiar y pegar, agregar su enlace de afiliado (si el software no lo hace automáticamente) e información de contacto, y ponerlo en su programa de correo electrónico para enviarlo a su lista de contactos. Además, incluye tres o cuatro opciones de asunto diferentes para elegir.

Mi intención con este libro no es explicarte cada detalle de cada una de las posibilidades de monetización pero si quieres aprender a escribir textos persuasivos puedes encontrar montones de información y consejos en internet.

Anuncios de pago en Google

Una de las estrategias más potentes de generación de tráfico en internet es a través de Google Adwords (<https://ads.google.com/>), la publicidad que se ve en la parte superior y derecha de los resultados de búsqueda en Google. Las personas que conozco y que llevan más tiempo trabajando con Adwords siempre me dicen que, bien gestionado, este sistema es capaz de generar muy buenos resultados en ventas.

Si quieres obtener buenos resultados en Adwords es recomendable que les proporciones las palabras clave relevantes para aumentar tus opciones de éxito. Una de las mejores formas de generar estas palabras clave es mediante el uso de una herramienta que Google ofrece de forma gratuita.

Piensa siempre en lo que quieren los demás

Hay algo que no debes olvidar si quieres tener éxito con un proyecto paralelo, especialmente cuando hablamos de programas de afiliados. Me refiero a que siempre debes pensar en lo que van a obtener contigo en lugar de pensar en ti mismo. Vale, lo sé, el ser humano es egoísta y las cosas funcionan así, pero en lugar de protestar, utilízalo.

En la mayoría de los casos, las empresas y profesionales con más éxito tienen sus propios productos en el mercado, así que, por lo general, están mucho más interesados en vender sus propios productos que en comercializar los de otras personas. Por tanto, preocúpate de poner la miel en los labios y tener una oferta irresistible si quieres que alguno de los grandes se preocupe de mover tus ofertas.

Cursos y webinarios

Curso o programa de formación virtual

Un tipo especial de infoproducto son los cursos virtuales. Por eso le dedico un espacio separado. Puedes impartir un curso con participantes de todo el mundo combinando lecciones por correo electrónico, vídeos y seminarios web en directo o webinarios (seminarios virtuales en los que compartes la pantalla de tu ordenador o hablas a la cámara y respondes a las preguntas de los participantes). También puedes invitar a los participantes a un grupo privado de Facebook para continuar posteriormente con la discusión. O, como alternativa, puedes empaquetar tu curso en una serie de lecciones grabándote en vídeo y venderlo en Udemy (www.udemy.com) como he hecho yo o en alguna otra plataforma de comercialización de cursos sobre cualquier tema que puedas imaginar.

Una vez que creas tu curso, «sólo» tienes que venderlo. Básicamente hay dos opciones principales que tener en cuenta para vender tu curso, cada una con sus pros y contras.

Plataformas de cursos virtuales

Una plataforma de cursos es un sitio web que aloja los cursos de varios creadores y gestiona los ingresos de las ventas de esos cursos pagando a éstos periódicamente las ganancias que han generado sus ventas. El sistema que sigue este tipo de plataformas se parece mucho al de la autoedición y publicación de un libro en Amazon: creas el curso, lo subes a la plataforma desde la que puedes venderlo y ellos se llevan un porcentaje de los ingresos de cada venta. El porcentaje que recibas será mucho mayor si vendes tu producto desde tus enlaces en tus propios sitios en internet que si lo compran directamente a través de esa plataforma de cursos.

Si no tienes mucha experiencia en la creación y comercialización de cursos virtuales, o no cuentas con una audiencia importante para promocionarlo, ésta es probablemente tu opción más rápida y sencilla. Puedes subir tu curso de forma gratuita y exponerlo a cientos, incluso miles de estudiantes potenciales que de otra manera quizá no encontrarían tu curso. Algunas de las plataformas de cursos más populares son Udemy, Teachable, Coursera o Lynda. Pero como todo lo relacionado con la red va tan rápido, lo mejor es que investigues y encuentres la plataforma que mejor se adapta a tus proyectos.

Una desventaja de vender tu curso en una plataforma de este tipo es que éste no siempre se adquirirá al precio que hayas establecido sino el que la plataforma decida, pues estos mercados virtuales tienen promociones y descuentos para sus clientes. Como este tipo de sitios realizan estas ofertas constantemente, puedes acabar recibiendo una cantidad de dinero mucho menor de la que ganarías si tuvieses un control total de la venta. En cualquier caso, las personas que compran tu curso con descuento probablemente nunca lo hubieran adquirido si estuviera en un mercado abierto y con el precio completo, así que no te agobies demasiado por eso.

Tu propio alojamiento

Si quieres tener el control completo de tu curso y no deseas compartir los ingresos de sus ventas con nadie, puedes subir tu curso a tu plataforma. El alojamiento por tu cuenta requiere más trabajo y también puede generar más problemas en comparación con la venta de tus contenidos de formación en un mercado digital de cursos, pero puede ser más rentable a largo plazo. También existen algunos costes asociados con el alojamiento de tu curso, incluidas las tarifas de registro de dominio y de alojamiento web y la gestión de afiliados o las tarifas de venta. La comercialización de tu curso será tu responsabilidad, así que debes asignarle tiempo y recursos. En definitiva, la cantidad de beneficios que obtengas dependerá de tu capacidad para atraer gente a tu sitio web y convertirlos en clientes de pago.

Por otra parte, y aunque excede el propósito de este libro, otro de los aspectos que debes tener en cuenta, cuando empieces a despegar, son las cuestiones fiscales, que desgraciadamente creo que todavía no son demasiado claras.

Cuando tienes el control de tu curso, básicamente lo subes a tu propio espacio web y luego lo vendes como un producto descargable o para visualizarlo directamente en tu sitio. Al igual que con la venta de un libro electrónico directamente desde tu sitio web, puedes utilizar algún software o alguna aplicación para realizar la venta.

Otra opción que te explicaré más adelante es crear un sitio web de suscripción (o incluir una sección sólo para miembros de tu sitio web existente) que limite el acceso a tu curso únicamente a clientes de pago. Con un sitio web de suscripción, tus clientes reciben un nombre de usuario y contraseña, que pueden utilizar para iniciar sesión y acceder al curso las veces que deseen o que les permitas. Y tiene un aspecto interesante y es que si ves que hay un número inusualmente alto de entradas puede significar que lo están utilizando personas que no lo han comprado y puedes bloquear a ese usuario.

Poner un precio a tu curso

En el mundo de los cursos virtuales hay un abanico enorme de precios. Por sólo 10,99 euros, puedes comprar un curso de «Iniciación a la gestión de proyectos» o apuntarte a unas clases sobre «Cómo crear recetas rápidas de comida para celíacos» en sitios como Udemy, que se especializa en cursos de bajo coste.

También hay una infinidad de alternativas gratuitas, incluidas las descargas de clases grabadas de las mejores universidades. En el otro extremo, te puedes encontrar con especialistas en marketing en internet que cobran 2.000 euros o más por curso. Hay programas de formación muy específicos de alto nivel dirigidos a directivos o empresarios que prometen enseñar habilidades para negociar, conseguir puestos de alta dirección o realizar operaciones financieras complejas. Lo importante, como siempre, no es tanto el precio como el valor que se espera obtener.

La gran pregunta entonces es: ¿qué precio pongo a mi curso? En realidad, todos los precios se encuentran entre dos límites: en la parte superior está lo máximo que el mercado estará dispuesto a pagar y en lo más bajo está lo mínimo que puedes permitirte cobrar sin perder dinero. Todo lo que está en medio es el posicionamiento.

En otras palabras, puedes diferenciar tu curso en función de lo que ofrecen tus competidores, el nivel de profundidad o la experiencia que aporta el material, el tipo de apoyo que ofreces, el valor que tus alumnos pueden esperar, y así podrías obtener buenos resultados. Pero un curso en el que expliques cómo conseguir el trabajo de tus sueños y negociar un salario más alto tiene un retorno de la inversión más rápido que uno en el que aprendas a ordenar tu casa y deshacerte de los trastos.

Hay una opción muy interesante para aumentar el precio que consiste en incluir una parte de tiempo y atención personal. Es decir, que el curso no sólo incluya vídeos y algunos materiales descargables sino que añadas algunas sesiones de asesoramiento vía videoconferencia o teléfono. Tu audiencia, especialmente si son tus seguidores fieles, porque has construido una marca personal prestigiosa, probablemente valorará el contacto individual y puede estar dispuesta a pagar más por él. Si te has convertido en un referente en tu sector, es probable que haya gente que quiera relacionarse contigo

directamente aunque sea a través de una pantalla. Por ejemplo, tengo colegas que han construido sus programas de formación incluyendo una serie de sesiones semanales en directo vía web y en las que responden preguntas directamente de los participantes. También aporta mucho valor contestar personalmente a los correos electrónicos de los alumnos o interactuar con ellos en un grupo privado de Facebook.

Si llegas a tener información sobre los participantes, sus nombres, sus trayectorias o sus retos profesionales, puedes compartir consejos personales y concretos, asesorarles sobre cómo tomar ciertas decisiones y sugerir cambios en sus estrategias. Ese tipo de relación no es posible con un curso a gran escala. Pero si creas grupos más pequeños, puedes llegar a pedir cifras diez o cien veces más grandes que en un curso sencillo en una plataforma genérica de venta de cursos.

Solemos tener tendencia a vender los primeros cursos a un precio exageradamente bajo (10, 30, 50 euros) en relación con el esfuerzo invertido. Incluso, en algunos casos, cuando se trata de cursos virtuales realizados para alguna universidad o escuela de negocios que quiere meter algo de tu especialidad, los precios son ridículos. Para que te hagas una idea, lo que suelen pagar este tipo de instituciones ronda los 100 euros por hora de curso. Es cierto que colaborar con este tipo de organizaciones puede tener otro tipo de ventajas como el prestigio que puede suponer vincularte a alguna de ellas, pero como medio para monetizar tu proyecto paralelo no es de las mejores decisiones.

Establecer un precio más alto no es una decisión fácil. La mayoría de los profesionales que conozco, incluido yo mismo, tendemos a justificar los precios bajos como una forma de sentirnos más solidarios, pero ésa no es más que una excusa porque no nos atrevemos a poner el precio que merece. La verdad es que, en el momento en que estableces cualquier precio, siempre habrá alguien a quien no le guste. Incluso habrá quienes te critiquen por no «regalar» tu trabajo. Es una especie de maldición que sufrirás tú también si, entre tus proyectos paralelos, pretendes vender servicios personales o profesionales. Es frecuente que, tras años ofreciendo valor gratuitamente en tu blog o en tus plataformas, alguien se enfade porque vas a vender un curso a 12,99 euros.

Cómo crear tu curso

¿De qué te preguntan constantemente o te piden consejos? ¿Sería posible sistematizar ese conocimiento y enseñarlo como un curso virtual? ¿Cuál sería el curso más valioso que podrías ofrecer? ¿Qué les enseñarás, cuándo y cómo? ¿Cuánto tiempo tardarán tus alumnos en obtener resultados? ¿Pueden aprender por sí mismos con el material que les ofreces o necesitan una participación más directa por tu parte o por parte de gente de tu equipo? Éstas son algunas preguntas que deberías hacerte a la hora de diseñar tu curso. Pero aquí tienes algunos otros aspectos que también deberás tener en cuenta.

Elige un tema para tu curso

El primer paso para crear un curso es decidir qué quieres enseñar. Debes hacer inventario de las cualidades específicas que has adquirido a través de tus experiencias personales y profesionales y con cuáles de esas habilidades te sentirías cómodo enseñando a otros. No tienes que ser un experto en un tema, sólo saber más sobre él que la persona a la que estás enseñando. Por ejemplo, si sabes cómo realizar una entrevista de trabajo, diseñar un logotipo o configurar un blog, puedes crear un curso para enseñar a cualquiera que no sepa cómo hacer esas cosas.

Te recomiendo que dediques algún tiempo a navegar entre las diversas categorías de cursos virtuales que ya existen para escoger algunas ideas. Udemy, una de las plataformas más grandes para cursos virtuales, es un sitio excelente para hacer esto. Si ya hay otros cursos sobre el tema que estés pensando desarrollar, no te preocupes, es una buena señal. Eso significa que hay demanda de cursos sobre el tema. Incluso podrías aprender algo de esos cursos antes de crear el tuyo para que puedas diferenciarlo de los que ya existen.

Escribe una breve descripción (de media página a una página de longitud) de lo que quieres contar. Haz una lista de las personas que crees que podrían estar interesadas. Envíaselo y pide que te hagan comentarios y te den su opinión. Y no te olvides de preguntar si estarían dispuestos a comprarlo con el precio que hayas establecido. Si al menos un 10 por ciento te dice que sí, considera seriamente la posibilidad de ponerte manos a la obra.

Crea el título y el subtítulo

Al igual que con un libro, el título de tu curso debe ser convincente y debe transmitir claramente lo que van a aprender realizándolo.

Crear un esquema

Un resumen del curso es esencialmente una lista de contenidos del curso. Organiza el tema que estás diseñando en varias secciones. Cada sección debe contener algunas lecciones y cada una de ellas debe enfocarse en un concepto central o idea. Dividir el curso en secciones facilita que el alumno asimile la información. Recuerda que tus alumnos están pagando para recibir información de una manera organizada y secuencial.

Elige un formato

Una vez que hayas creado el esquema del curso, debes decidir el formato específico en el que vas a crear tu curso. Debes plantearte qué formato es el más apropiado para el tema que vas a desarrollar y ver si encaja con tu presupuesto para producirlo. Algunos formatos requieren más equipos y tecnología al utilizarlos y, por tanto, tienen un coste de producción más elevado, por lo que deberás tenerlo en cuenta. Éstos son los formatos más frecuentes empleados para crear cursos virtuales.

Sólo audio	Graba tu voz mientras enseñas. Esto es como crear un audiolibro. Dependiendo del tema de tu curso, éste puede no ser el formato ideal para tus estudiantes. Por ejemplo, es difícil enseñar a alguien a diseñar un logotipo sin mostrarles realmente cómo hacerlo.
Captura de pantalla con audio	Utiliza el software de grabación de pantalla para grabar la pantalla de tu ordenador mientras muestras un proceso técnico específico o utilizas un programa concreto (por ejemplo, diseñar una portada de libro o configurar un blog). Usa un micrófono para grabar tu voz mientras realizas la tarea.
Presentación de diapositivas con audio	Utiliza el software de grabación de pantalla para captar todo lo que aparece en tu ordenador mientras pones una presentación de diapositivas. Usa un micrófono para grabar tu voz mientras presentas las diapositivas.
Audio y vídeo	Usa un micrófono y una cámara de vídeo para grabar imágenes en vivo de tu formación (por ejemplo: un taller presencial o un seminario ante un grupo real de personas).

Graba y edita tu curso

Éste es el paso más lento en todo el proceso. Dependiendo de la duración y el formato de tu curso, la grabación puede necesitar desde unas cuantas decenas de horas hasta varios cientos. A esto debes añadir el tiempo adicional que requiere organizar y editar todas las grabaciones. En mi caso, para un curso de ocho horas, es posible que emplee cinco o seis veces más de ese tiempo, y sólo para grabar.

Si tu curso es sólo de audio, puedes crearlo utilizando un equipo muy básico. Incluso un simple teléfono móvil o un micrófono barato para ordenador es suficiente. Para grabar la pantalla del ordenador, necesitarás comprar software de grabación de pantalla, aunque las últimas versiones de Powerpoint también lo permiten.

Si quieres grabar audio y vídeo en directo, puedes contratar un equipo de producción y edición de vídeo para asegurarte de que tu producto final sea lo más profesional posible. Esto requerirá una mayor inversión financiera por adelantado, pero te permitirá cobrar un precio superior por el curso una vez que lo hayas creado.

Crear una imagen del curso y/o vídeo de promoción

El último paso antes de que estés listo para vender tu curso es crear una imagen y/o un vídeo de promoción para usarlo en la comercialización. Éste es un paso muy importante, y cuanto mayor sea la calidad de la imagen del curso y el vídeo de promoción, mayor será el valor percibido de tu curso.

A menos que seas experto en diseño gráfico y/o producción de vídeo, deberías contratar a un profesional para que te eche una mano. Los alumnos potenciales juzgarán la calidad de tu curso por la calidad de su «envoltorio». La imagen del curso y el vídeo

de promoción son componentes principales de su «envase».

Publicidad y afiliados

Promoción de productos de terceros

Aunque no tengas algo propio para vender, también puedes ganar dinero en internet anunciando los productos de otras personas. Al igual que una cadena de televisión generalista puede mantener su programación financiándose con la publicidad, una página web puede ofrecer información gratuita a cambio de mostrar anuncios. Cuanto más popular sea tu sitio web, más lucrativa puede ser la publicidad. Y ahí está el problema: hace falta tener muchas, pero muchas visitas para conseguir una cifra significativa de ingresos.

Los dos modelos publicitarios más populares son el pago por clic (PPC) y el pago por rendimiento (PPP). El modelo de pago por clic significa que creas un sitio web, muestras anuncios en tus páginas web y cada vez que alguien hace clic en uno de los anuncios, se te paga una pequeña cantidad. En el pago por rendimiento o marketing de afiliación del que te hablaba antes como herramienta para que otros vendan por ti, sólo te pagan si alguien hace clic en un anuncio y luego compra algo del anunciante. Dependiendo de quién ponga el anuncio, puedes llegar a recibir pagos en cualquier lugar del 10 al 75 por ciento del precio de compra.

Muchos vendedores de internet utilizan ambas tácticas de pago por clic y pago por rendimiento. El mejor ejemplo en el modelo de pago por clic es Google AdSense (<https://www.google.es/adsense>). Simplemente tienes que registrarte para obtener una cuenta gratuita y definir el tipo de anuncios que desees mostrar en su sitio web, el tamaño de los anuncios, los colores utilizados para mostrarlos e incluso el tipo de anuncios que no quieres que aparezcan (para bloquear la aparición de anuncios inapropiados o de la competencia).

Si conoces a alguien cuyo negocio realmente te gusta y te parece que merece la pena recomendarlo, pregúntale si tiene un programa de afiliados y regístrate para participar en él. Luego, explica en tu blog por qué te gusta lo que ofrece e incluye el enlace de afiliado.

Ganar dinero con el marketing de afiliados

Ahora quiero centrarme en el marketing de afiliados del que te he hablado en la sección anterior porque está ganando fuerza en internet para convertirte en un comisionista de casi cualquier producto que se venda en la red. Antes te hablaba de utilizar el marketing de afiliados para que otros vendan tus infoproductos, ahora quiero explicarte cómo convertirlo en un proyecto paralelo y ganar dinero vendiendo productos de otros.

El marketing de afiliados es, tal y como te lo planteo, muy parecido al marketing de red del mundo «real» pero centrado en internet. Si no tienes tiempo para poner en marcha un proyecto paralelo complejo o no tienes nada que ofrecer, puedes vender algo

en nombre de otra persona y ganar dinero por ello con este sistema.

Para tener éxito con el marketing de afiliados, debes ser capaz de ocupar un lugar visible y notorio en la red y aprender a posicionarte en buscadores como Google de tal manera que generes visitas a tus sitios web y redirijas parte de estas visitas a los sitios de los productos que promocionas. Para monetizar este tipo de sistema de afiliación deberías configurar un sitio web propio que promocióne los productos que prefieras. Lógicamente, esa gama de productos debe dirigirse a un mercado concreto como, por ejemplo, las personas interesadas en la nutrición o en las técnicas de seducción. Y, a su vez, estos temas deben estar relacionados con la especialidad en la que hayas posicionado tu marca personal. De este modo vas a conseguir comisiones del propietario original o del promotor del producto cuando alguien pinche en el enlace que hayas puesto en tu plataforma.

Muchos de quienes promocionan sistemas o programas de formación para monetizar este tipo de actividad anuncian que puedes ganar miles de euros dedicándole unos cuantos minutos al día. Lo que no te cuentan es que debes cubrir los costes de Adwords (la herramienta de publicidad de Google) y también los de construir tus propias listas de correo. Sin embargo, esto es potencialmente rentable si investigas bien tu mercado y los productos y lo gestionas como un negocio al que hay que dedicar un tiempo.

Cobrar por recomendar

Una red de afiliados vincula a los vendedores, generalmente llamados editores, con afiliados, que por lo general se llaman anunciantes. Estas redes también pueden ser un gran recurso para vender tus productos a través de afiliados si decides comenzar a comercializar tus propios productos como vimos antes. Cuando cuentas con un número de seguidores suficientemente grande y activo en un tema concreto, tienes esta opción para crear un proyecto paralelo y monetizarlo. Puedes empezar a hacer dinero a través de las relaciones de afiliado, recibiendo una parte de los ingresos a cambio de enviar clientes de pago a un proveedor. Esta opción puede ser interesante especialmente si todavía no tienes un producto propio, pero cuentas con un público fiel que confía en ti y en tus recomendaciones.

Se puede crear un gran infoproducto echándole muchas horas de trabajo y mucho esfuerzo y poniéndole un precio alto que lo justifique. Pero si realmente tienes una audiencia pequeña y piensas que, en realidad, vas a vender media docena de esos productos que tanto esfuerzo te ha costado crear quizá no merezca la pena meterse en ese tipo de proyectos. Todavía. Sin embargo, tienes la opción de promocionar productos de otras personas en su lugar y llevarte una parte del pastel. ¿Cuál es la barrera de entrada? Ninguna. Tengo buenos amigos que participan en este tipo de programas de afiliados, especialmente del mundo de internet, que enlazan sus páginas a sitios con plantillas para crear webs, plataformas de imágenes o gráficos, cursos, etc., y se llevan una buena cifra en comisiones.

De todos modos, una parte importante del éxito de este tipo de proyectos paralelos es la credibilidad que generas. No deberías recomendar cualquier cosa que se te presente si no te parece que merece la pena. Si, por el contrario, crees que el contenido o el producto que vas a recomendar es bueno, puedes conseguir unos ingresos constantes y con facilidad. ¿Significa esto que cualquiera puede tener éxito con las recomendaciones en internet? Sí y no. Lo puede hacer cualquiera, pero sólo les irá bien a aquellos que hayan cuidado su marca personal, su reputación y su prestigio durante meses, o más bien años, y hayan conseguido que sus seguidores sigan sus recomendaciones.

El marketing de afiliación te permite enviar tráfico a un sitio web y ganar comisiones por cualquier producto vendido. Es ideal para quienes tienen poca experiencia en la creación de productos porque no hay que preocuparse del diseño de una tienda virtual, la creación de las imágenes o la gestión de pagos con tarjetas de crédito, por ejemplo. He visto a muchos emprendedores, con poca o ninguna experiencia, comenzar a monetizar como afiliados hasta que han aprendido a comercializar con sus propios productos con éxito. Una vez que dominas los programas de afiliado, te será mucho más fácil empezar a crear tus propios productos y conseguir objetivos más ambiciosos.

Para empezar a monetizar con el marketing de afiliación, debes buscar una o más empresas que ofrezcan ese tipo de programas. En lugar de ejecutar tus propios programas, la mayoría de las empresas utilizan los servicios de alguna plataforma que se encarga de todo el seguimiento de los anuncios para que aquellas sepan quién les envió un cliente y cuánto tienen que ingresarle.

Una de las mejores formas de encontrar productos para comercializar como afiliado es a través de una red de afiliados, a menudo denominadas redes de CPA (coste por adquisición). Si buscas «redes CPA» en Google, encontrarás mucha información. ¿Hay personas a las que admiras que comercializan productos, como cursos virtuales? Envíales un correo electrónico directamente para preguntar si tienen un programa de afiliados y cómo puedes unirte a él.

La clave para ganar dinero como afiliado radica en aprovechar al menos una de estas opciones, o algún tipo de ventaja tecnológica (mejores resultados de los motores de búsqueda, por ejemplo), o tu «autoridad» o marca personal en la mente de las personas interesadas en comprar algo a través de tus enlaces y recomendaciones.

Dependiendo de tus intereses y del tamaño de la comunidad de seguidores que hayas construido, el marketing de afiliación puede ser un gran proyecto paralelo. Pero ojo, mi bandeja de entrada está llena de anuncios de personas que me ofrecen el último y más alucinante programa de lo que sea para que me una a su programa de afiliados, pero lo cierto es que la mayoría de esas oportunidades casi nunca merecen la pena. A menos que hayas comprobado que existen resultados concretos y reales que demuestren hasta qué punto puede ser efectivo el programa para ti, es mejor que los evites y te centres en otros proyectos.

Piensa en los productos que puedes promocionar. Si tienes un blog de cocina, podrías recomendar ollas a presión o accesorios para cocinar. Si tienes un blog de tendencias empresariales, podrías poner enlaces a libros o a aplicaciones de gestión de productividad. La pregunta que debes hacerte es: ¿qué contenido puedes crear que te proporcione oportunidades para presentar ese artículo de forma natural y sin que chirríe a tus lectores?

Gana dinero recomendando productos de Amazon

Aunque no quiero enfocarme en sitios o plataformas concretos, porque todo lo relacionado con la red cambia con demasiada frecuencia, hay un ejemplo que podemos utilizar sin problema porque parece que todavía tiene una larga vida por delante. Me refiero al programa de afiliados de Amazon (<https://afiliados.amazon.es/>). El programa de afiliados más conocido y omnipresente probablemente sea el de Amazon. Ha conseguido que seamos muchísimos los que nos hayamos unido a su red comercial casi sin darnos cuenta.

Si creas un enlace personalizado a los productos que quieres recomendar del sitio de Amazon, recibirás un porcentaje de la venta si alguien compra el producto que has enlazado. Puedes llevar a tus lectores y seguidores a esos productos de Amazon que recomiendas poniendo esos enlaces en publicaciones de tu blog que traten temas relacionados con lo que estás prescribiendo. Puedes recomendar ciertas marcas, proporcionar consejos sobre el uso eficaz de algún producto o incluir el aprendizaje que has conseguido al leer determinado libro. Para cada elemento mencionado, si Amazon lo vende, incluirá un enlace especial que te permitirá obtener un ingreso como afiliado.

Las cifras que he ganado con mis enlaces de afiliado de Amazon no son relevantes, pero debo decir que apenas le he dedicado esfuerzo y he puesto muy pocos enlaces en mis publicaciones. Pero aun así, yo diría que si se gestiona bien, una persona que se haya ganado una cierta reputación de experto en algún tema puede ganar entre 100 y 300 euros mensuales con cierta facilidad. Vale, eso no va a hacerte rico, pero todo suma y el esfuerzo es muy pequeño porque simplemente requiere que lo metas de forma natural en tus contenidos.

Piensa en los productos relevantes que puedes destacar en tu blog y enlázalos a través de un programa como el de Amazon. ¿Qué contenido puedes crear que le dará oportunidades para presentar ese artículo de una forma natural? Para mantener la confianza de tus lectores, asegúrate de indicar qué enlaces están asociados a un programa de afiliados.

El lado personal del marketing de afiliados

Si recomiendas un producto y envías personas a Amazon con tu enlace, puede ser una fuente de ingresos extra, pero el marketing de afiliados posee, además, un efecto colateral positivo como forma poderosa de creación de redes y relaciones. Al recomendar productos y servicios de gente a la que admiras tienes la capacidad de

evangelizar en nombre de esos mentores a los que (quizá) no conoces personalmente, todavía. Es una forma de conectarte con ellos más profundamente y mostrar tu agradecimiento por su ayuda. No obstante, haz un esfuerzo para conocerlos en algún momento. Si vas a estar en el mismo evento, preséntate. Empieza a seguirlos en las redes sociales y a compartir sus publicaciones. Busca y ofrece sus productos en tus listas de recomendaciones, si viene a cuento, claro. Con el tiempo, habrás convertido un contacto frío en una relación mutuamente beneficiosa.

Muchas personas que utilizan el marketing de afiliados como proyecto paralelo se limitan a seguir el protocolo y hacen lo justo para promocionar los productos mediante correos electrónicos bastante sosos con textos cortados y pegados. Pero si quieres promocionar de verdad (y ganar dinero mientras tanto) algo de un experto en tu campo, puedes utilizar la creatividad para generar más ventas. Y quizá llames la atención de ese personaje del que has aprendido tanto sin conocerle personalmente y puedas contárselo en un evento en el que coincidáis.

Empieza con uno o dos socios con los que tengas relaciones particularmente sólidas en la promoción de sus productos y acepta realizar webinarios recíprocos para que te conozcan las personas de su lista de contactos y a él o ella los de la tuya. No siempre tendrá que ser recíproco, a veces su audiencia es buena para ti, pero no al revés. De todos modos es una buena forma de comenzar, y puedes profundizar en tu relación y resolver los problemas con un socio de confianza.

Mantenimiento de tu reputación

Si bien los programas de afiliación son fórmulas de proyectos paralelos relativamente fáciles y potencialmente lucrativas, también conllevan un gran riesgo para tu reputación si eliges el socio equivocado, y tus seguidores te harán responsable. Si vas a utilizar el marketing de afiliados como forma de monetizar, no deberías olvidar que el prestigio y la reputación es un camino de dos direcciones, para lo bueno y para lo malo. Al recomendar un producto estás poniendo tu marca personal en manos de otro, y si éste falla o comete alguna torpeza o se mete en problemas, puedes verte afectado por ello.

A veces recibes mensajes de agradecimiento por recomendar un producto, un curso o un webinar, por poner algunos ejemplos. Y eso debería ser lo habitual porque confirman que existe una asociación sana y sólida entre lo que ofreces y el valor que aporta. Desgraciadamente, eso no siempre es lo que sucede en este tipo de colaboraciones de afiliación, por lo que es importante tener cuidado. Después de todo, como profesional no puedes poner precio a tu reputación. Si la debilitas o la destruyes, te quedas sin tu activo más importante.

Una persona me explicó un caso que le había sucedido y que le hizo bastante daño. Hace algunos años empezó a tratar en sus plataformas, especialmente en su blog, temas de desarrollo profesional que consideraba que serían de interés para sus lectores. Networking, hablar en público, marketing personal, propuesta de valor y muchos otros temas relacionados con la estrategia personal. Paralelamente comenzó a trabajar con

programas de afiliados de varios tipos pero siempre vinculados a su especialidad. Unos funcionaron muy bien y otros no tanto. Pero en uno de los casos, lo que promocionaba era algo que rozaba la estafa y perjudicó mucho su prestigio.

Tengo que decir que hay ciertas prácticas de marketing de afiliados que encuentro exageradas, chillonas, incluso desagradables pero que parecen funcionar sorprendentemente bien. Muchos de los colegas con los que he hablado de estos temas coinciden conmigo en que hay comportamientos y estrategias de visibilidad que ellos no aplicarían, que no van con su forma de ser. Al final, la decisión es tuya.

Muchos seminarios en internet y cursos virtuales ofrecen mucha información valiosa a quienes se apuntan, incluso si no terminan comprando el producto, pero empieza a haber un exceso de creadores de este tipo de ofertas que suelen dedicar una gran cantidad de tiempo, especialmente al principio, describiendo una especie de lucha titánica en la que el protagonista explica cómo estaba arruinado y con sobrepeso y su matrimonio a punto de romperse pero que fue capaz de superar todo eso utilizando una especie de secretos mágicos infalibles que está a punto de revelar (en realidad, nunca lo hace). No suele faltar toda una iconografía de imágenes del protagonista en una casa (algo hortera) con parcela de un puñado de miles de metros cuadrados, una familia perfecta y cochazo. Abundan incluso los que te dicen que pueden enseñarte su saldo en el banco. Lo cierto es que toda esta parafernalia, desgraciadamente demasiado habitual en la red, puede acabar arrastrándote si vinculas a ella tu prestigio. Si te asocian con ese tipo de personajes, sus seguidores asociarán a esa persona contigo. Por eso sólo deberías aceptar asociaciones de afiliación con gente a la que conozcas personalmente o que hayan sido recomendadas por colegas cercanos. Si puedes, intenta tener una conversación con ellos, y siempre revisa sus materiales y comprueba su experiencia y su reputación antes de aceptar trabajar de forma conjunta.

Debes pensar en el daño a largo plazo que puede hacerle a tu marca personal utilizar determinadas técnicas de venta agresivas. Puede que pierdas unos centenares de euros si no envías el decimoquinto correo electrónico a tu lista de correo recordándoles que «el tiempo para comprar el producto en promoción termina en X minutos», pero si tienes la intención de construir un estilo de vida a largo plazo basado en proyectos paralelos y de forma consistente, deberías evitar ciertas tentaciones para conseguir rendimientos rápidos.

Para tener éxito en todos los sentidos y no sólo económicamente, sino a la hora de desarrollar una trayectoria profesional sostenible, debes ser muy cuidadoso al elegir tus proyectos, porque te estás jugando algo mucho más importante. Ese tipo de decisiones son las que te sitúan en una excelente posición a largo plazo para disfrutar la carrera y la vida que deseas.

Lo interesante para alguien como tú y como yo es colaborar con socios diferentes y aprender todo lo que puedas sobre este sistema antes de lanzar un curso virtual por tu cuenta o crear infoproductos y tu propio programa de afiliados. Poco a poco irás viendo

que hay una serie de aspectos y de lecciones que vas ir aprendiendo gracias a otros.

Suscripción

Programa de suscripción o membresía

Si tu proyecto paralelo consiste en ofrecer un servicio a los clientes, piensa en convertirlo en un servicio de suscripción. Los programas de suscripción son interesantes como proyectos paralelos porque, en lugar de pagarte una vez, te pagarán en repetidas ocasiones. Suelen ser pagos mensuales o incluso anuales. Si estás ofreciendo contenidos valiosos para la gente sobre algo relacionado con su vida o su profesión, podrías crear un programa de suscripción que les brinde la oportunidad de aprender algo nuevo que proporciones cada mes por un cargo periódico.

Se trata de ofrecerles un incentivo a cambio de su fidelidad y, así, todos ganamos. Por ejemplo, si tuvieses una cafetería, podrías ofrecerles un descuento a quienes se comprometan a realizar un consumo mensual determinado. Si eres capaz de crear, por ejemplo, un sitio en el que subas mucho contenido, como entrevistas, cursos, infografías o documentos útiles con regularidad, la gente puede estar interesada en suscribirse. Puedes proporcionar seminarios virtuales en grupo, videoconferencias privadas, suscripción a un grupo privado de Facebook y la posibilidad de hacerte preguntas a través del correo electrónico. También podrías crear una red para personas de un sector en particular y cobrar una tarifa mensual o anual por la posibilidad de conectarse unos con otros, obtener más información sobre el sector y asistir a eventos privados para los miembros. Como ves, de nuevo, el límite es tu creatividad. Lo importante es que puedas configurar tu negocio pensando en crear algo valioso que atraiga regularmente a tu audiencia y por lo que estén dispuestos a pagar. El rango puede ir desde pocos hasta centenares de euros si la información es muy valiosa.

Los productos digitales como los libros electrónicos y la posibilidad de acceso total a plataformas con mucho contenido útil pueden ser una excelente forma de ganar dinero. Pero los sitios de suscripción, que proporcionan ingresos recurrentes, son otro nivel.

Cuando precisamente estamos tratando de reducir la incertidumbre y crear una mayor estabilidad profesional, es muy potente conseguir un flujo de ingresos constante. Por supuesto, la gente cancela o modifica sus suscripciones cada vez que tienen que renovar pero, con el tiempo, esos porcentajes pueden volverse predecibles. Los empresarios inteligentes siempre han entendido que es más fácil mantener a un cliente existente que ganar uno nuevo. Por eso, crear un sitio de suscripción periódica mensual o anual funciona tan bien. Siempre que la renovación sea fácil de hacer, por supuesto.

En un mundo donde hay tanta información disponible de forma gratuita, puede parecer sorprendente que las personas realmente paguen dinero para unirse a sitios de suscripción. Pero si sabes escoger y manejar buen contenido puedes conseguir que tu sitio sea verdaderamente valioso y, por tanto, fácilmente monetizable.

Congresos virtuales

Organizar cumbres virtuales

Una posibilidad interesante de matar dos pájaros de un tiro cuando hablamos de productos digitales es la organización de congresos o cumbres virtuales. Si tienes pocos suscriptores de correo o visitas a tu web y deseas mejorar tu reputación y reforzar tu marca personal, puedes organizar un evento virtual con el que atraigas a mucha gente sin las complicaciones de un congreso en el mundo real. Hay quien denomina a este tipo de proyectos *podcast con esteroides*. La diferencia es que, mientras que un podcast o un vídeo en un canal como YouTube está abierto a todo el mundo, un congreso virtual es un evento que, por lo general, se celebra una sola vez y su contenido está basado en entrevistas en vídeo con una o dos decenas de ponentes relacionados con algún tema específico.

Atraídos por una oportunidad de ver las entrevistas de forma gratuita, los seguidores más interesados pueden entrar con sus direcciones de correo electrónico y, a cambio, obtener acceso a esos vídeos durante un cierto período, generalmente de veinticuatro a setenta y dos horas. Si quieren volver a ver los vídeos más tarde, tienen la opción de pagar un precio, por lo general entre 50 y 300 euros para acceso de por vida.

Este tipo de congresos son una forma excelente de establecer conexiones y construir relaciones si eres quien los organiza, y además te ayudará a hacer crecer rápidamente tu lista de correos electrónicos porque muchos de los que intervienen como ponentes suelen promocionar el evento entre su propia audiencia.

Para organizar un evento virtual de este tipo debes identificar a las personas a las que quieres entrevistar y establecer relaciones con ellos mucho antes de invitarlos. Piensa en lo que puedes hacer para atraerles antes de pedirles que participen. Hay muchas formas de conseguirlo: puedes dejar comentarios en sus blogs, compartir su contenido y, si son autores de libros, escribir reseñas de sus obras en Amazon. Inscríbete en, al menos, dos o tres eventos virtuales de este tipo para ver cómo son, cómo se promocionan, cómo se llevan a cabo las entrevistas y cómo se ejecutan las ventas paralelas de los productos de los ponentes.

Cuando te sientas cómodo para establecer una conexión sólida con un posible entrevistado, es cuando puedes invitarles a participar. Y, si crees que has conseguido una buena sintonía, puedes pedirles que te propongan otros ponentes de alto nivel que podrían elevar el prestigio del evento. Crea una lista de las cuarenta o cincuenta personas a las que más te gustaría entrevistar. Ordénalos en dos tipos: el primero sería gente conocida e influyente y el segundo, profesionales con prestigio pero menos conocidos. Si no conoces a mucha gente, empieza ahora mismo a trabajar en crear una red de contactos con ellos.

Hay una estrategia inteligente para conseguir buenos ponentes que consiste en que, en lugar de empezar a contactar con invitados desconocidos o de poco nivel, puedes comenzar por otros mucho más conocidos, de los que están en un escalafón más alto para poder aprovechar su credibilidad y atraer a los demás. Los expertos muy conocidos podrían no estar dispuestos a enviar información sobre el evento a su lista de correo electrónico para no molestarles, pero su simple presencia le da legitimidad al congreso y las otras «estrellas» en ascenso tendrán interés en asociarse con sus colegas más conocidos o para no perderse un evento en el que están todos los que tienen que estar. De todos modos, incluso algunos potenciales invitados menos conocidos pueden tener una audiencia de buen tamaño y algunos incluso son futuras promesas y han construido una comunidad de seguidores de unos cuantos miles de personas en sus listas de correo.

Si deseas crear una cumbre virtual, identifica tu tema favorito. Por lo que a mí respecta, te puedo decir que he participado en eventos virtuales enfocados en temas diversos, desde el marketing personal hasta la publicación de libros o cómo convertirte en un profesional con una reputación sólida. Aunque todavía no he organizado congresos virtuales como proyecto paralelo, he participado como invitado en unos cuantos y una de las cosas que menos me ha gustado es que algunos de los organizadores lo único que pretenden es utilizar tu prestigio o tus listas de correo para promocionarse. Aunque tampoco puedo quejarme porque es justo lo que te estoy proponiendo.

En mi opinión, si el contenido del evento es suficientemente interesante, y los ponentes son profesionales reconocidos, entonces los participantes querrán promocionarlo, y eso es mucho mejor que obligarlos a hacerlo. Mi recomendación es que rechaces todas las solicitudes para participar en las que te impongan condiciones como la de promocionarlo si no lo deseas, y que si eres tú quien lo organiza, no sigas este tipo de prácticas.

El éxito de un evento virtual de este tipo puede llegar a generar una gran cobertura de los medios y una gran cantidad de peticiones de información que pueden acabar produciendo mucho negocio. Por lo que me cuentan los colegas que han puesto en marcha este tipo de congresos, es muy fácil quemar a la gente (la audiencia y los ponentes) si se hacen con demasiada frecuencia. Es mucho más eficaz crear sólo un evento por año y complementarlo con otros productos digitales. Y todavía algo más: si el evento fuese un gran éxito, podrías llegar a crear cursos y talleres para enseñar a otros a organizar ellos mismos sus propios eventos virtuales en la red.

Aunque este tipo de eventos ya tienen algunos años, especialmente desde que la velocidad de internet permite ver fluidamente a un ponente en vídeo en un ordenador, siguen siendo una buena oportunidad para generar ingresos alternativos, conocer gente de primer nivel, reforzar tu reputación y hacer crecer tu lista de contactos.

MODO SERVICIOS

Servicios profesionales

No hemos venido a ser servidos sino a servir

Si careces de fondos para invertir en un negocio complejo pero quieres utilizar tu conocimiento y tu experiencia para generar ingresos, una de las opciones más factibles es la de ofrecer un servicio basado en tus habilidades personales. Cuando construyes tu proyecto paralelo ayudando a otros con tus consejos y tus orientaciones, entonces estamos hablando de servicios profesionales.

Proporcionar un servicio como proyecto paralelo es bastante sencillo. Se trata simplemente de encontrar el modo de hacer algo por una persona u organización a cambio de una compensación o remuneración. Puedes realizar gestiones, formar a un equipo de profesionales o asesorar en la declaración del IRPF.

Demstrar tu experiencia sobre un tema en tu blog, en algún artículo en medios de comunicación o en tus intervenciones como ponente te va a facilitar muchísimo interactuar con personas interesadas en tu trabajo. Puedes invitarlas a conectarse contigo en LinkedIn, proponerles nuevas oportunidades para impartir conferencias o realizar proyectos de consultoría.

Antes de seguir avanzando en este apartado, quiero aclararte que voy a hablar de varias formas de proporcionar servicios personales y profesionales que pueden ser muy distintas: asesor, *coach*, consultor, asistente personal... cada una de ellas tiene una metodología y unas características muy diferentes. Pero para lo que aquí nos interesa, lo que quiero transmitirte es que todas estas profesiones tienen en común que se trata de alguien que ayuda a personas o empresas con su experiencia, sus habilidades y sus conocimientos.

Un consultor es alguien cuya relación con su cliente dura mientras se realiza un proyecto específico. Suele ser contratado por el cliente para ayudar a resolver un problema concreto o lograr un resultado definido. Una vez que se resuelve el problema (o se logra ese resultado), sus servicios ya no son necesarios. Hay muchos tipos diferentes de consultores, incluidos los de gestión, de liderazgo, financieros, de redes sociales o de marketing, por nombrar algunos.

Un *coach* es alguien a quien contrata el cliente para ayudarlo a experimentar una transformación personal o profesional. Ese cambio podría aplicarse a cualquier área de su vida, incluidas sus relaciones, salud, finanzas, carrera, negocios, crianza de los hijos, productividad y muchas más. Algunas personas pueden llegar a contratar múltiples *coaches* al mismo tiempo, cada uno para un propósito diferente. La relación entre un *coach* y su cliente puede durar desde sólo unos pocos meses hasta varios años o más.

En cualquier caso, todos ellos son profesionales y aceleradores del cambio, los emprendedores de la nueva era de la información y las redes sociales que están generando los ingresos necesarios para desarrollar su estilo de vida. Son personas

normales, como tú y como yo que se han convertido en expertos influyentes, autores, ponentes, formadores o especialistas en algún tema. No tienen la sensación de estar trabajando porque están haciendo lo que aman y aman lo que están haciendo.

Conviértete en coach o consultor

Las historias de triunfadores de internet que han creado herramientas y plataformas que utilizan miles de millones de personas se han convertido en una especie de icono en nuestra cultura, así que puede parecer casi pasado de moda y retrógrado eso de pretender ganar dinero a través de algo tan personal, directo y analógico como el *coaching* o el trabajo de consultor. Pero aunque sólo pretendas desarrollar alguna de esas actividades como proyecto paralelo y aspiras a aprovechar tus cualidades trabajando con un ordenador desde tu casa o desde cualquier otro sitio, te diré que para entender lo que necesitan tus potenciales clientes y, sobre todo, comprobar que tus consejos realmente funcionan, es recomendable empezar con proyectos de consultoría tradicionales (preferiblemente en persona). Por ejemplo, podrías trabajar individualmente con un ejecutivo para ayudarlo a desarrollar habilidades de comunicación, diseñar el plan de redes sociales de una empresa, asesorar sobre la implementación de su nueva política de recursos humanos o cualquier otra área en la que tengas experiencia.

Si eres joven y estás introduciéndote en el mercado laboral pero dominas alguna materia, el *coaching* o la consultoría te pueden proporcionar ingresos secundarios de una forma bastante cómoda. Puedes empezar tu negocio unipersonal de forma inmediata y ganar dinero muy pronto porque no requieren gastos adicionales más allá de un sitio en el que puedas trabajar con comodidad y tranquilidad y un ordenador con conexión a internet. Como consultor o *coach* que trabajas en tu casa, deberías crear un espacio específico equipando un cuarto o un despacho con la infraestructura apropiada y las herramientas necesarias.

Cada proyecto en el que participes te va a servir de laboratorio para probar y refinar tus ideas y modelos antes de llevarlos a un nivel superior, adquirir más conocimientos y experiencia y reunir un pequeño grupo de seguidores y prescriptores que puedan ayudarte a difundir tu mensaje. Además, es genial ver directamente el impacto que estás teniendo, proporcionando ayuda práctica a quienes te necesitan.

Durante mucho tiempo estaba mal visto entre muchos profesionales utilizar el marketing personal para promocionarse porque se consideraba que conseguir notoriedad mediante la publicidad era poco ético. Se esperaba que los profesionales obtuviesen a sus clientes a través de la recomendación y la reputación. En la actualidad, cada día más PROFESIONALES de *coaching* y consultoría no sólo consiguen clientes a través de recomendaciones y redes sociales sino que utilizan todos los canales de marketing personal a su disposición (libros, conferencias, networking...) para tener más presencia en el mercado y ser identificados con más facilidad.

Generar ingresos como consultor, asesor o coach

Escalar los ingresos de un negocio o, en nuestro caso, de un profesional de servicios, ya sea como abogado, como diseñador gráfico o como asesor de marketing, es muy difícil. Los ingresos de los profesionales que quieren ofrecer servicios suelen estar limitados por el número de horas que pueden dedicar. Pero hay excepciones. Los propietarios de empresas de servicios profesionales unipersonales que desean romper la barrera de los ingresos sin estar limitados a las horas disponibles lo hacen de dos maneras. La primera es encontrando formas creativas para automatizar, subcontratar o colaborar con otros profesionales independientes y la segunda es cobrando precios más altos que sus competidores.

Algunos PROFESIONALES escalan sus servicios profesionales como consultores, *coaches* o asesores especializados al aumentar sus tarifas por hora u honorarios por proyecto a medida que van consolidando su prestigio con un historial de éxito. Otra forma de hacerlo es mediante la preparación de un paquete de servicios o un programa de formación para obtener precios más altos y vendiéndolos a posibles clientes que puedan pagarlos. De este modo, ya no ofreces una solución únicamente para la necesidad que eres capaz de resolver sino que puedes dar un servicio integral que puede competir con empresas consultoras más grandes. Este enfoque puede funcionar si lo combinas con otras tácticas, como la construcción de una red de profesionales independientes en los que puedas confiar.

Si quieres posicionarte, por ejemplo, como responsable de proyecto, asesor fiscal o experto en marketing digital tal cual, corres el riesgo de entrar en la categoría de «marca blanca», lo que dificulta tu diferenciación, así que necesitas añadir una ventaja adicional para asegurarte de destacar. Como puedes deducir, en este caso, la especialización se convierte en una necesidad casi obligatoria para la mayoría de los PROFESIONALES que quieren desarrollar proyectos paralelos en el área de servicios. Una vez más, la especialización elegida nos va a posicionar y va centrarnos en nuestro nicho de mercado.

Los servicios profesionales generalmente, pero no siempre, requieren que visites de forma personal a los clientes. Esto es algo que debes tener en cuenta a la hora de calcular los costes de tus servicios y añadirlos a la factura final del proyecto. En cualquier caso, y teniendo en cuenta que estamos hablando de proyectos paralelos a los que no vas a dedicarte a tiempo completo, deberías elegir proyectos que puedas realizar a distancia y sin tener que desplazarte con demasiada frecuencia a «casa» del cliente.

Si disfrutas ayudando a otros, asesorando u orientando, puedes convertirlo en una opción interesante para monetizar tus cualidades. Es una forma muy interesante y valiosa de compartir tus conocimientos y tu experiencia en un área específica con alguien que desea tu ayuda.

Logísticamente, trabajar como *coach* o consultor es muy similar a trabajar como autónomo o *freelance*, pero hay algunas diferencias. Un profesional independiente es contratado para hacer una tarea concreta, mientras que se contrata a un *coach* o un

consultor para que brinde asesoramiento profesional. Un profesional independiente gestiona la ejecución. Un *coach* o consultor ayudan a crear una estrategia pero dejan la ejecución de esa estrategia en manos de su cliente.

Beneficios de convertir los servicios profesionales en proyectos paralelos

Centrándonos en el *coaching* y la consultoría podríamos decir que es una opción de proyecto paralelo muy potente por varias razones.

El coaching y la consultoría

son dos sectores de rápido crecimiento

La cantidad de información disponible para todos y cada uno de nosotros es abrumadora. Ésta es precisamente la razón por la que muchas personas y organizaciones contratan asesores y expertos que les ayuden a diseñar estrategias para alcanzar objetivos que les diferencien de la competencia en sus circunstancias específicas.

Los avances en la tecnología han transformado la forma en que muchos de nosotros hacemos negocios. Estamos trabajando en un mercado global, compitiendo por oportunidades, personas y recursos de todo el mundo. Nuevos sectores y tendencias surgen de la noche a la mañana, y las industrias existentes deben encontrar formas de adaptarse a un mercado dinámico, o inevitablemente enfrentarán la extinción. Millones de personas sufren la incertidumbre de saber si sus puestos seguirán existiendo a medio plazo.

Bajos costes, beneficios altos

Uno de los beneficios más atractivos de *coaching* y consultoría son los márgenes de beneficio. Los costes para mantener un negocio de *coaching* o consultoría son muy bajos. Básicamente puedes manejar todo tu proyecto desde tu ordenador en tu casa. Además de una conexión a internet, tarifas de alojamiento de sitios web, un software de gestión y algunos complementos como una cámara de vídeo o una buena impresora, los costes fijos requeridos para mantener tu negocio son muy pequeños. Y trabajar con clientes adicionales no te cuesta más dinero, sólo te exige más tiempo. Tus costes fijos siguen siendo los mismos tanto si tienes un cliente como si tienes veinte. Por eso es fácil generar beneficios interesantes.

La mayoría de los *coaches* o consultores realizan llamadas utilizando herramientas de videoconferencia, que suelen ser gratis o muy baratas. Si decides organizar webinarios, sesiones *coaching* grupal o de formación sobre algún tema específico o utilizar software de grabación de pantalla, puede que tengas que hacer alguna inversión para tener mayor calidad que con herramientas gratuitas, pero serán mínimos y merecen la pena.

Libertad, flexibilidad y cumplimiento

El *coaching* o la consultoría, incluso cuando lo realizas dentro de una organización como profesional por cuenta ajena, tienen muchos beneficios similares a los del trabajo independiente: puedes trabajar desde cualquier parte del mundo siempre que tengas una buena conexión a internet; puedes realizar tus llamadas durante los días y horarios que más te convengan a ti y a tus clientes; puedes cobrar cualquier tarifa que sea apropiada en función del valor del resultado que puedas ayudar a alcanzar a tus clientes; y puedes elegir con quién trabajas y qué servicios le brindas.

Y lo más importante es que puedes sentirte realizado sabiendo que estás aportando algo valioso en las vidas y los negocios de tus clientes. Tienes que ser parte del proceso de transformación personal y profesional de aquellos que no poseen el conocimiento, las habilidades o la motivación para lograrlo por sí mismos. Puedes verlos triunfar y saber que has desempeñado un papel en la consecución de sus objetivos, y, en muchos casos, desarrollar un vínculo significativo que va más allá de la duración de tu relación profesional con ellos.

No te pagan por tu tiempo

Como *coach* o consultor, debes encontrar tiempo para trabajar con tu cliente, pero no olvides, y no me cansaré de repetirlo, que éste no te va a pagar por las horas que estés con él o ella. Por lo que realmente te pagan es por el valor del resultado que les vas a ayudar a conseguir. Por tanto, puedes y debes cobrar tarifas que sean proporcionales al valor de ese resultado y no a la cantidad de tiempo que te lleva ayudarle a lograrlo.

Dependiendo de tu sector concreto y tu posicionamiento, autoridad o prestigio en tu especialidad, el *coaching* o la consultoría pueden ser muy, muy rentables. Supongamos que decides realizar trabajos como consultor de marketing y centrarte en ayudar a las empresas de servicios a aumentar sus ingresos mediante la utilización de diversas estrategias de marketing en internet. Uno de tus clientes actualmente factura 500.000 euros al año. Tú puedes ayudarles a crear una estrategia que incrementará sus ingresos anuales en un 20 por ciento (el equivalente a 100.000 euros) en los próximos doce meses. Tus honorarios de consultoría para este proyecto son de 10.000 euros.

Este cliente es local, por lo que visitas su empresa para mantener una reunión cara a cara con los responsables y conocer mejor su negocio antes de desarrollar la estrategia. Si llegáis a un acuerdo, puedes orientarlos en la implementación de esa estrategia mediante llamadas telefónicas semanales durante un mes. Realizas un seguimiento de sus resultados durante los cinco meses siguientes, comunicándote principalmente a través del correo electrónico, para garantizar que se mantengan en el buen camino y para revisar la estrategia si es necesario. Entre las reuniones, las llamadas telefónicas y las comunicaciones por correo electrónico, dedicas aproximadamente veinte horas a trabajar con este cliente. ¿Cuánto vale tu tiempo en este ejemplo? Tu tarifa de 10.000 euros dividida por las veinte horas de trabajo equivalen a 500 euros por hora. Esa cifra te puede parecer elevada, pero recuerda que el cliente no te paga por tu tiempo, sino por el

valor del resultado que le vas a ayudar a conseguir. Una inversión de 10.000 euros por su parte para generar 100.000 euros adicionales de ingresos en los próximos doce meses parece que merece la pena. Así que piensa:

- ¿Qué servicio de alto valor añadido podrías ofrecer de manera realista?
- ¿Quién es tu cliente ideal?
- ¿Cuál es el precio de tu trabajo? ¿Qué obtendrán a cambio? ¿Cuál es la duración del proyecto?
- ¿Por qué les resultará atractivo? ¿Por qué deberían elegir trabajar contigo en lugar de con otro?

Responder a estas preguntas y ver dónde hay puntos débiles puede ser un ejercicio enormemente útil para aclarar tu propuesta de valor y comprender lo que desea tu público objetivo.

Lanzar tu proyecto paralelo como coach o consultor

Si quieres convertir el *coaching* o la consultoría en uno de tus proyectos paralelos deberías tener una idea sobre los pasos que debes dar. Lo mejor, para no agobiarse, es dividirlo en módulos pequeños y específicos.

Identifica tus experiencias y tu experiencia

Dependiendo del sector, es posible que tengas que conseguir ciertos certificados o credenciales antes de poder cobrar a alguien por tus servicios. Si se trata de *coaching*, es fundamental tener un título de alguna escuela de prestigio. Sin embargo, el requisito más importante es que sepas cómo ayudar a alguien a alcanzar los objetivos específicos por los que te van a pagar. Con credenciales o sin ellas, si no puedes ayudar a obtener el resultado que desea, no durarás mucho.

Piensa en todas tus experiencias pasadas y sectores en los que has trabajado o en los que has aprendido y hazte las siguientes preguntas:

- ¿Qué problemas y retos has superado con los que podrías ayudar a otras personas?
- ¿Qué resultado has logrado que también pueden ayudar a lograr a otros?
- ¿Qué habilidades has adquirido que podrías enseñarle a alguien más?
- ¿Qué dolor o frustración has experimentado que has aprendido a superar?
- ¿Qué errores cometiste que pudieras evitar que alguien más evite?

Las respuestas a estas preguntas te ayudarán a establecer qué valor puedes extraer de tus experiencias personales y profesionales y que pueden usarse para ayudar a otra persona.

Identifica tu cliente ideal

Una vez que has hecho inventario de las áreas en las que puedes ayudar a alguien, el siguiente paso es identificar quién es probable que quiera tu ayuda. Un error que muchos *coaches* y consultores novatos cometen es creer que pueden ayudar a todos. Yo mismo tardé mucho tiempo en especificar a quiénes quería dirigirme. Un *coach* especializado en relaciones personales, por ejemplo, podría asumir que todo el mundo puede tener interés en mejorar sus relaciones. Pero desde una perspectiva de marketing, tratar de atraer a cualquiera es un gran error. Si quieres llegar a todos, no vas a llegar a nadie. Necesitas ser específico, especialmente si estás empezando y si estás compitiendo con personas o empresas más grandes o más conocidas.

Es muy importante que definas cuál es tu cliente ideal. Es una combinación específica de datos demográficos y psicográficos lo que los hace más adecuados para ti y a ti el óptimo para ellos. ¿Cuál es su edad, género, nivel educativo, profesión, ingresos? ¿Cuáles son sus hábitos, creencias, miedos, dolores, frustraciones, metas, aspiraciones? Cuanto más sepas sobre tu cliente ideal, más preparado estarás para influir en él con el fin de que tome medidas y consiga implantar los cambios.

Un mal ejemplo de definición de cliente podría ser algo como: «Desempleado que quiere comenzar su propio negocio». Sin embargo, una descripción mucho más precisa podría ser la siguiente: «Profesional del sector financiero de más de cincuenta años que ha trabajado como directivo para una empresa mediana ganando entre 60.000-80.000 euros anuales. Trabajaba un promedio de sesenta horas semanales, incluidos sus desplazamientos diarios. Desea desesperadamente comenzar su propio negocio para volver a generar ingresos, tener un mayor control de su horario y pasar más tiempo con sus hijos. Antes de perder el empleo ya ha estado planteándose poner en marcha un negocio en internet, pero no sabe por dónde empezar. Necesita a alguien que le muestre cómo desarrollar su proyecto paralelo en el menor tiempo posible para poder recuperar la tranquilidad y trabajar desde casa a tiempo completo».

Para empezar a encontrar potenciales clientes piensa en las siguientes cuestiones: ¿te has comunicado directa y personalmente con tus amigos y colegas, hablándoles de tu trabajo y preguntándoles si conocen a alguien a quien pueda interesar tus servicios? Si la respuesta es no, empieza ya. Piensa en las personas con las que has trabajado en el pasado que han cambiado de empresa, o a antiguos colegas o contactos de universidades, escuelas de negocios, equipos deportivos, asociaciones profesionales o similares. ¿Quién está en una posición en la que posiblemente podría contratarte o darte buenos contactos?

Posiciónate como la persona que puede ayudarles

A medida que avanzas en el proceso de identificación de tu cliente ideal, vas a ir descubriendo los obstáculos concretos a los que se enfrenta y, lo que es más importante, los objetivos que desea alcanzar. Cuando tengas esa información, tu siguiente paso es posicionarte como la persona que puede ayudarles a conseguir ese resultado.

Y el primer paso para posicionarte como la persona que puede ayudarlos es escribir tu propuesta de valor. Básicamente una propuesta de valor es tu respuesta a la pregunta: ¿a qué te dedicas? Para hacerlo más fácil, cuando alguien te lo pregunte, debes entender que lo que realmente quieren saber es: ¿qué puedes hacer por mí?

Una buena propuesta de valor te posiciona como alguien a quien recurrir dentro de tu sector. Para crear tu propuesta de valor deberías responder a estas tres preguntas:

- ¿A qué tipo de personas o empresas ayudas?
- ¿Cuál es el problema al que se enfrentan?
- ¿Cuál es el resultado que esperan obtener?

Ahora coge las respuestas a cada una de esas preguntas y júntalas en una única frase. Usando el ejemplo de cliente del paso anterior podrías crear algo como esto: «Ayudo a los directivos sénior desempleados a construir un negocio en internet de una forma rápida, para que puedan recuperar su nivel de ingresos, trabajar desde casa y pasar más tiempo con su familia». Escribe varias versiones diferentes de tu propuesta de valor hasta que encuentres una con la que te sientas cómodo y sea suficientemente convincente y adecuada para el perfil de cliente en el que te quieres enfocar. Una vez la tengas, utilízala en tus canales de comunicación y tus plataformas. Inclúyela en tu sitio web, en tus perfiles en las redes sociales, en tus tarjetas de visita, etc. Cuando lo hagas, empezarás a llamar la atención y atraer a tus clientes preferidos, porque cuando vean ese mensaje, se sentirán como si estuvieses dirigiéndote a ellos directamente.

Diseña tu oferta

Una vez que sepas quién es tu cliente ideal y qué resultado quieres generar, es hora de crear tu propuesta. Tu oferta es esencialmente el proceso paso a paso que guiará a cada cliente para ayudarlo a llegar desde donde está hasta donde quiere llegar. Debes personalizarlo para adaptarlo a las circunstancias específicas y los resultados deseados de cada cliente, pero tener un protocolo predeterminado proporcionará un marco a tu proceso de *coaching* o modelo de consultoría que generará confianza al cliente y también a ti mismo. Hazte estas preguntas para diseñar tu método:

- ¿Cómo te comunicarás con tu cliente? ¿En persona? ¿Teléfono? ¿Videoconferencia? ¿Correo electrónico?
- ¿Con qué frecuencia te comunicarás? ¿Semanal? ¿Quincenal? ¿Mensual?
- ¿Trabajarás 1-a-1 o con grupos?
- ¿Cuánto tiempo durará la relación? ¿Tres meses? ¿Seis meses? ¿Doce meses?
- ¿Cuánto les cobrarás?
- ¿Cómo les cobrarás? ¿Por adelantado? ¿Por etapas del proyecto?

Al contestar estas preguntas, debes considerar el formato que sea más adecuado para tu cliente, y el que también tenga más sentido para tus objetivos comerciales y de estilo de vida.

Servicios personales

Hay un tipo de servicios profesionales diferentes a la asesoría o el *coaching* que podrías utilizar como proyecto paralelo. Me refiero a servicios personales como los entrenadores personales, los profesores particulares, personal shoppers, fisioterapeutas o cocineros a domicilio para eventos privados. Los servicios personales abarcan una amplia gama de habilidades que, probablemente, en las etapas iniciales, requieran visitar a los clientes, aunque, más adelante, una vez que te has establecido en unas instalaciones adecuadas, es preferible que los clientes te visiten a ti.

De manera similar, un peluquero o especialista en belleza podría acercarse a los hoteles locales y ofrecer una visita una vez a la semana o estar disponible durante dos horas cada mañana o tarde. Esto es más fácil en las ciudades que en entornos rurales, pero las nuevas iniciativas generalmente son bien recibidas en todas partes. Por supuesto, es conveniente investigar un poco sobre la cantidad de peluqueros, expertos en arreglar ordenadores a domicilio, fisioterapeutas, tutores privados, profesores de música y otros servicios especializados. Internet y, sobre todo, las publicaciones locales son un buen punto de partida en el que encontrar especialistas que se anuncian e indican su ubicación y su área de especialización. Para muchos de estos servicios, los clientes están dispuestos a acercarse donde los ejerzas, lo que te ayudará a decidir si debes reservar en tu casa una habitación acondicionada para ello. Deberás dedicar algún tiempo a determinar cuántas personas ofrecen estos servicios, desde locales o clínicas de zonas más céntricas, para conocer tanto el número como la ubicación porque estos datos podrían ser importantes a medida que tu negocio se desarrolla y se expande.

Tanto si ofreces pasear perros como entrenamiento personalizado como si te posicionas como la persona más adecuada para aprender a tener una buena alimentación, las empresas de servicios personales tienen las mismas limitaciones que las compañías de servicios profesionales como el *coaching* o la consultoría. Cuando ofreces servicios personales, el tiempo influye en la cantidad de servicios que puedes proporcionar. Pero eso no significa que no puedas escalar sus ingresos si piensas creativamente.

Licencias y certificaciones

Licencia tu propiedad intelectual

Todos los formadores, *coaches* o consultores que trabajamos desarrollando programas de mejora o de cambio para nuestros clientes hemos echado de menos en algún momento no poder estar en varios sitios a la vez, no poder clonarnos. Pero existe una posibilidad, si bien no de ser omnipresente, sí de conseguir que tus ideas, tus modelos o tus sistemas puedan utilizarse al mismo tiempo en lugares distintos. Me refiero a las licencias, a las

certificaciones y las homologaciones. En pocas palabras, franquiciar tus ideas. Se trata de convertir tus procesos y protocolos de trabajo en algo por lo que otros te paguen, de monetizar la propiedad intelectual que has creado. Por ejemplo, técnicas de formación o sistemas de gestión que pueden utilizarse para actuar como si estuvieses presente porque representan la esencia de lo que has desarrollado.

Generar ingresos permitiendo el uso de los métodos que has desarrollado sólo es posible una vez que hayas tenido un grupo lo suficientemente relevante de clientes satisfechos y de proyectos llevados a cabo con éxito. Pero una vez que lo consigues, las posibilidades de generación de ingresos son importantes.

Lo primero que deberías hacer es probar y demostrar, con tus propios clientes, que tu concepto funciona. Si no has desarrollado un negocio de consultoría o de *coaching* significativo y exitoso utilizando tu modelo, es mucho más difícil que puedas venderlo como licencia o franquicia. Pero esto tiene toda la lógica del mundo porque si alguien va a pagar para aprender tu metodología, antes querrá que le proporciones pruebas y evidencias de que funciona y de que el mercado la valora para poder recuperar su inversión. No es como vender algo físico que puedas probar directamente.

El segundo paso es empezar a vender estas licencias a tus propios clientes para que sean ellos mismos quienes apliquen tus métodos sin depender de ti. Si pruebas que tu sistema funciona y lo aplican por sí mismos con éxito, entonces la licencia podría ser una buena posibilidad de generación de ingresos paralelos para ti. Si, además, has hablado de tu modelo en tus canales de comunicación y en tus plataformas digitales, es posible que se te presenten oportunidades sin buscarlas. Con frecuencia recibo peticiones, especialmente por parte de personas de Latinoamérica, interesadas en utilizar mis modelos. De ese modo se eliminan los costes de desplazamiento si tuviese que ir personalmente a aplicarlos. Cuando ves que eso se repite, debes empezar a pensar en crear un programa de licencias.

Tengo amigos *coaches* (yo no lo soy) que pensaron dedicarse a tiempo completo a esta actividad tras realizar algún programa de los más prestigiosos. Sin embargo, pronto se dieron cuenta de que no iba a ser tan fácil tener clientes. En primer lugar, porque, en realidad, poca gente sabe en verdad lo que es el *coaching* y, en segundo lugar, porque, entre quienes lo conocen, no siempre hay quien esté dispuesto a pagar por ello. No obstante, alguno de estos *coaches*, en lugar de quedarse cruzado de brazos esperando que llamase alguien interesado, se dedicó a investigar, a aprender temas colaterales que podrían ser útiles para el tipo de clientes en los que se había enfocado, creó una metodología y empezó a aplicarla a voluntarios para ver lo que funcionaba y lo que no y así poder perfeccionarla.

Si tu proyecto paralelo trata de algo que no es muy conocido, pero es interesante y valioso, crear un modelo que puedas comercializar puede ser una buena opción para generar ingresos. Podrías pensar que es un poco absurdo compartir tu metodología con quienes pueden convertirse en tu competencia, pero yo siempre he pensado que, cuando

se trata de algo que empieza, lo importante no es luchar por una tarta muy pequeña sino hacerla lo más grande posible colaborando con otros. De ese modo, al final, conseguirás un pedazo, sí, pero mucho más grande que una tarta completa diminuta. Si compartes tus modelos, al final, cuantas más personas divulguen ese concepto que está vinculado contigo, mejor para todos.

La mayoría de las personas sin un modelo de negocio sustentado sobre bases sólidas tendría problemas para generar interés en un programa de licencias. Pero si desarrollas tu metodología desde el principio, lo haces bien, no paras de mejorarla y comercializas las actualizaciones, entonces puede ser una mina de oro.

Iniciar un programa de licencias

Licenciar tu material es completamente diferente de tener que realizar el trabajo tú mismo. Se convierte en una verdadera experiencia de aprendizaje. Una de las ventajas de contar con un programa de licencias como proyecto paralelo es que tienes claro cómo es tu metodología porque ya no sólo la usas tú, sino que deben utilizarla otras personas. Por eso tiene que ser tan fácil de usar y de transmitir a los usuarios y clientes que realmente debes conocer muy bien tu proceso. No basta con tenerlo en tu cabeza, hay que «pasarle a papel».

No se trata sólo de desarrollar y perfeccionar algunas técnicas, en realidad, lo que estás haciendo es crear una visión compartida del mundo, de tu mundo. Por tanto, es recomendable ponerle un nombre diferenciador y atractivo. Si te fijas, en las librerías hay montones de libros con títulos como «El método ... de ...» o «El sistema ... para ...». Pues bien, tú también deberías hacer algo parecido para asociar tu sistema a tu marca personal y reforzar ese vínculo en los contenidos que compartas en tus canales. Poco a poco vas a ir creando un lenguaje común. Es lo que ocurre en cualquier sistema o protocolo que utiliza mucha gente. Al final se acaba generando un fuerte sentido de cohesión comunitaria e ideas y valores compartidos. A partir de ahí, ya puedes ir desarrollando y potenciando tu licencia o certificación.

Tendrás que empezar a hacerte preguntas como: ¿mi certificación es válida para siempre o debe renovarse periódicamente? Hay todo tipo de respuestas, desde quienes cobran una vez por la certificación hasta quienes obligan a sus participantes a actualizar sus conocimientos mediante un examen periódico por el que hay que pagar (o no). Debes pensar en la gente que se une a tu método como una especie de asociación o de comunidad en la que tú eres quien la lidera.

De todos modos, tu programa de licencias probablemente cambiará y evolucionará con el tiempo. Por ejemplo, como la idea de los proyectos paralelos que te estoy contando pretende liberarte de una carga importante de trabajo para que puedas seguir desarrollando otros proyectos y viviendo la vida que desees, quizá decidas crear un grupo reducido de personas de confianza que ejerzan el control mientras que tú te limitas a un papel mucho más simbólico.

Mi recomendación es que, en lugar de dedicar demasiado tiempo a crear un programa perfecto de licencias, empieces a probarlo cuanto antes en pruebas piloto y con gente de confianza para pulirlo antes de crear el producto que el mercado realmente quiere. Si actúas de esa manera, el desarrollo de productos licenciables puede ser una forma divertida y lucrativa de difundir tus ideas. Tu modelo se beneficiará de la visibilidad que proporcionan las personas que certificas y de todos aquellos que lo prueban. Y eso es genial porque nunca serías capaz de conseguirlo tú solo.

Plantéate cuestiones como éstas:

- ¿Cuáles son los pasos en tu proceso?
- ¿Cuál es la mejor manera de transmitir tu conocimiento y experiencia?
- ¿Realizarás la formación de tu sistema de forma virtual, en persona o una combinación de ambas?
- ¿Cómo lo estructurarás?
- ¿Realizarás entrenamientos intensivos durante una semana o un fin de semana?
- ¿Habrá múltiples sesiones en el transcurso de un año?
- ¿Cuánto cobrarás por certificación?
- ¿La certificación será para siempre o habrá que renovarla?
- ¿Las renovaciones son gratuitas o tienen un coste?
- ¿Cómo verificarás quién sigue cumpliendo (o no) tu enfoque?

Manejar los riesgos

No pretendo ni mucho menos analizar toda la casuística de situaciones relacionadas con las licencias pero sí me gustaría que tuvieses en cuenta un posible riesgo. Me refiero a que tu reputación (y la de tu modelo) puede estar en peligro si trabajas con licenciarios que tienen tu sello oficial de aprobación, tu homologación, pero empiezan a introducir su propio enfoque. ¿Qué pasa si tergiversan o modifican tu metodología? ¿Qué sucede si tratan a los clientes de manera deficiente y esto repercute en ti y en tu prestigio? Ésas son preocupaciones válidas y reales y no son fáciles de controlar ni de resolver. Quizá lo mejor es fomentar que sea la comunidad que se ha generado alrededor de tu sistema la que establezca cierto control y vigilancia porque, si el sistema se degrada o adquiere mala fama, todos pierden. En cualquier caso, lo mejor es mantener el contacto con la comunidad y los participantes y seguir dándoles apoyo y formándoles. De esta manera, puede mitigarse un poco el riesgo de que estalle una crisis y, si se produce, que cause el menor daño a tu marca personal y al método.

Un programa de asesoría o consultoría como los descritos en esta sección te proporciona una excelente manera de generar ingresos y construir una base de seguidores. Es entonces cuando te encontrarás en una buena posición para expandirte a otros ámbitos, como el de impartir conferencias o tener un blog de referencia.

MODO EXPERTO

Conferencias

Ponencias, conferencias, mesas redondas

Hablar en conferencias y eventos, y viajar para impartir talleres es una de las partes más importantes, y también de las más satisfactorias, de mi modelo de negocio unipersonal. El problema es que basar tus ingresos exclusivamente de este tipo de actividad es arriesgado porque estarás limitado por el tiempo, por la logística, por tu capacidad física (uno ya no tiene veinte años) o incluso por tu salud (si te pones enfermo o simplemente te quedas afónico, lo vas a pasar mal).

A partir de un cierto número de intervenciones al año, acabas llegando a tu límite. Hay que prepararlas, desplazarse, realizarlas, relacionarse con gente... No se trata de impartir la ponencia o el taller y ya está, sino que hay mucho más trabajo y esfuerzo detrás.

Desde que decidí convertirme en un PROFESIONAL y desarrollar proyectos paralelos sabía que necesitaba posicionarme como experto y, desde el primer momento, me pareció que hablar en público era una excelente manera de conseguirlo. Por otra parte, siempre me he sentido cómodo ante un grupo de gente (cuanta más, mejor) y me divierte interactuar con el público. No digo que no me merezca respeto cada intervención, pero creo que subirse a un escenario o dirigirte a un grupo de personas, aunque sea muy reducido, es una experiencia adictiva. Y si encima te pagan...

Así que, al principio de mi nueva vida como profesional independiente, empecé a ofrecerme para hablar de forma gratuita a casi cualquier organización o institución que me abriese sus puertas. Por supuesto, esa flexibilidad me ha colocado en situaciones bastante cómicas, como cuando acepté ir a hablar a un ayuntamiento pequeño que no tenía ni cañón para proyectar. Pero también he tenido y sigo teniendo muchas y buenas experiencias, como cuando me piden que hable de mis ideas en eventos a los que asisten decenas o cientos de profesionales.

Recuerdo mis primeras presentaciones: en aquel momento me parecían estupendas, pero hoy me daría vergüenza repetirlas. No obstante, como en todo lo que te estoy contando sobre diferentes formas de generar ingresos alternativos, no se puede mejorar si no se empieza en algún momento.

Con todo, en aquellos años aprendí un par de lecciones valiosas. En primer lugar, que de algún modo tenía que ser más conocido y reconocido porque, en general, costaba mucho atraer la atención de quienes organizaban los eventos importantes. En segundo lugar, que sólo empiezan a interesarse por ti si hablas gratis o pueden conseguirte (muy) barato.

Lo que no es tan bonito

Aunque hablar en público es una forma excelente de generar ingresos para aquellos que lo disfrutamos, no siempre es la manera más consistente o fiable de ganar dinero. Durante las crisis como la que hemos sufrido en los últimos años, las empresas casi

siempre reducen los presupuestos para este tipo de contrataciones. Además, el trabajo es muy estacional. Puedes pasarte viajando sin parar durante la primavera y el otoño, que es la «temporada alta» de las conferencias, y quedarte completamente parado en verano y en invierno (por la Navidad y por los cierres de año en las empresas). Además, como no hay barreras de entrada, puede ser un proceso largo y lento diferenciarse de la competencia y construir una marca personal conocida, reconocida y valorada. Por otra parte, como la planificación de los eventos por parte de las empresas y las organizaciones es tan lento, incluso aunque empieces a ganar impulso y a hacerte un nombre como ponente, no puedes abandonar otras fuentes de ingresos porque pueden pasar meses desde que te contactan hasta que te contratan.

Ésa no es necesariamente una mala noticia porque, si mantienes tu empleo, te será más fácil negociar con tu empresa para tener más flexibilidad a la hora de pedirte algún día para realizar tu ponencia. Y si estás desarrollando otros proyectos paralelos, te deja un margen de tiempo para seguir gestionándolos o creándolos.

Posicionarte como ponente

Cuando empiezas a hablar en público por dinero, hay dos herramientas de credibilidad inicial que debes manejar para que te tomen en serio. En primer lugar, debes tener un sitio web con información sobre ti y sobre los temas de los que hablas, y, en segundo, uno o varios vídeos de demostración con tus (mejores) intervenciones. Cuando los tengas, puedes pensar en presentarte a clientes potenciales y ofrecerles lo que mejor les encaje.

Como siempre que se trata de vender a puerta fría, los resultados son escasos y lentos. Pero hay que probarlo todo. En cualquier caso, como me sucedió a mí, es probable que encuentres compañías, organizaciones e instituciones que tengan previsto organizar algún congreso, alguna reunión de empresa o convención en los que posiblemente necesiten algún ponente. En ese caso, lo que debes hacer es anotártelo en tu calendario y realizar un seguimiento para volver a retomar el contacto unas semanas antes. Si has llegado tarde pero ese evento se repite regularmente, sigue intentándolo. Sólo tienes que «pillarlos» en el momento adecuado. Al crear una interacción inicial pequeña y positiva, y mostrar tu disciplina y fiabilidad mediante ese seguimiento, te diferencias de otros.

Identifica tus objetivos. Crea una lista de al menos cinco eventos o congresos en los te gustaría hablar. Busca la información de contacto en internet y, en los próximos días, envía un mensaje por correo electrónico a cada uno de ellos. Repite cada semana. Los porcentajes de respuestas positivas que vas a recibir al principio puede que no sean muy altos, pero el tiempo invertido en hacer algunas llamadas tampoco te va a exigir mucho. Si contactas con mucha gente, es posible que recibas noticias de algunos de ellos, y de éstos quizá te pidan que intervengas (posiblemente gratis) uno o dos. Pero una vez que empiezas, se produce un efecto de bola de nieve que te va llevando de uno a otro evento. Si lo haces bien, claro.

Poco a poco vas tomando impulso como ponente y paso a paso podrás ir incrementando tus tarifas y elegir los mejores eventos. Cuando construyes una base sólida de prestigio y profesionalidad, multiplicas tus opciones de elegir.

Haz una lista de los clientes que aprecian tu trabajo. Ponte en contacto con ellos si están relacionados con asociaciones profesionales a las que puedan dar tus referencias, o si tienen previsto asistir a eventos en los que conozcan a los organizadores. Pueden estar dispuestos a recomendarte.

Si tienes amigos o colegas ponentes, pregúntales si han hablado últimamente en algún evento en el que podrías encajar. Hazlo con un poco de tacto porque, si bien en muchos eventos no suelen repetir los mismos ponentes cada año, pueden dejar de verte como un compañero y empezar a percibirte como un competidor demasiado ambicioso. Hazlo con personas con las que tengas buena relación y ten preparado tu vídeo con alguna de tus mejores presentaciones para que puedan valorar tus habilidades como ponente si nunca te han visto en acción.

Así que ve pensando qué técnicas (blogs, podcasts, referencias de colegas, etc.) vas a usar para lograr que los organizadores de los eventos que te interesan te tengan en cuenta. Haz una lista de, al menos, dos o tres tácticas específicas que vas a implementar en los próximos tres meses.

Empresas de conferenciantes

Muchas de las personas que quieren generar ingresos como ponentes me preguntan cómo conseguir llamar la atención de una empresa de conferenciantes. Algunos novatos ven a este tipo de servicios como una panacea, creen que una vez que has conseguido que te representen, las oportunidades de ganar mucho dinero lloverán del cielo. Pero sencillamente esto no funciona así. Yo he trabajado con varias compañías de este tipo con cuyos gestores tengo confianza y me confiesan que son muy pocos los conferenciantes que tienen un flujo de ingresos constantes mediante sus servicios. La mayoría lo máximo que consiguen es que su imagen aparezca en la página web de la empresa que representa a los ponentes, lo que tampoco está mal si consigues asociarte con gente importante. No me entiendas mal: tengo buenos amigos que se dedican a representar a ponentes, pero su negocio principal es el de profesionales de un nivel más alto, mucho más alto.

Puede sonar genial eso de ganarte unos cuantos centenares o miles de euros del cliente por «sólo» unos minutos de esfuerzo, pero no es tan sencillo ni son muchos los que consiguen alcanzar los niveles más altos en cuanto a honorarios. Incluso si logras trabajar con algún speakers bureau, que es como se llaman estas empresas, no vas a conseguir ningún acuerdo interesante hasta que alcances un cierto umbral de prestigio y popularidad. Este tipo de negocios funciona con una base de datos de ponentes a los que representa, algunos de manera exclusiva y otros no, que se contratan por lo general para encontrar y reservar conferenciantes para eventos.

Como te digo, he trabajado con algunas de estas oficinas de conferenciantes y pueden ser útiles en algún caso. Pero si no te involucras a fondo en tu propia promoción, no van a apostar demasiado por ti. Piensa que ellos viven de las comisiones (a menudo un considerable 25 por ciento o más), así que si eres de los que vas a cobrar 300 o 500 euros por una conferencia, te dedicarán mucha menos atención que si se trata de un exministro, un gurú de moda, un famosillo de televisión o un deportista de élite retirado que no bajan de 5.000 euros por intervención. Y eso como poco.

Por otra parte, si eres de los que, como yo, tiendes a pedir poco dinero por tu trabajo, el hecho de que sean otros quienes negocien por ti puede proporcionarte mejores honorarios. En realidad, tu caché aumenta cuando evitas ser tú quien hace la labor comercial. El simple hecho de promocionarte disminuye tu credibilidad. Parte del encanto de ser un ponente de prestigio es que ya estás establecido en tu sector o especialidad y no necesitas «venderte», así que al postularte tú mismo como orador, estás devaluando tu oferta. Ya sé que parece una locura, pero es así.

En resumen, encontrar una agencia de conferenciantes no debería ser tu principal preocupación. Dicen que los bancos sólo querrán prestarte dinero cuando ya no lo necesites. Pues bien, con esto ocurre algo similar: no tendrán interés en trabajar contigo hasta que tengas un prestigio, una notoriedad y una capacidad de atracción lo suficientemente sólidos como para que puedas conseguir compromisos sin su ayuda.

Buscar tus propias oportunidades

El secreto está en atraer clientes potenciales hacia ti en lugar de perseguirlos, darles la lata y «venderte». Puedes hacerlo de dos formas. La primera es pedirle a tus contactos y a la gente que ya te conoce o te ha visto en acción que te recomienden. La segunda es crear contenido en tus plataformas que atraerá clientes potenciales hacia ti. Es la fórmula que yo utilizo y que mejor resultado me ha dado. Ojo, no se trata de que digas lo bueno que eres, sino de que tus contenidos, tus propuestas hablen por ti. Crea un blog en el que escribas sobre los temas relacionados con tus posibles ponencias. El objetivo es desarrollar una estrategia de marketing personal en la que tu contenido atraiga a los clientes interesados, que llegarán a través de búsquedas en internet, y a los que puedes preguntar si podrías hablar en su empresa o institución. Por ejemplo, una vez escribí una publicación en mi blog acerca de cómo transformar a los empleados en profesionales con estrategias personales propias. Ese artículo llamó la atención de una asociación profesional que me preguntó si podría hacer un seminario web (de pago) sobre el tema. Lo hice ante varios centenares de asociados y me permitió darme a conocer a una audiencia completamente nueva que, a su vez, me proporcionó la oportunidad de dar nuevas ponencias posteriores en persona.

Habla gratis

La mayoría de las veces, al principio, hablarás sin cobrar. Y aunque soy uno de los mayores defensores de que siempre hay que cobrar, en este caso creo que es importante hablar de forma gratuita para «coger tablas», para conseguir un impulso inicial y conectar con una audiencia cada día más grande de personas que te hayan visto en acción.

Al principio, hablar gratis es una estrategia razonable. Puedes practicar y perfeccionar tus habilidades y darte a conocer a audiencias que pueden contratarte para futuros compromisos. Para decidir cuándo hablar sin cobrar debes determinar qué criterios son más importantes para ti. Es posible, por ejemplo, que quieras ver cómo reacciona un grupo determinado ante tu mensaje, especialmente si estás desarrollando nuevas ideas.

Pero hay otros resultados positivos que podrías conseguir participando como ponente aunque no te proporcione beneficios económicos directos. Puedes invitar al jefe de recursos humanos de una empresa con la que quieres colaborar o a algún contacto de algún medio de comunicación a ese evento. Al intervenir sin pedir una compensación económica, no deberían ponerte pegas los organizadores. También puedes pedir a alguien que te grabe en vídeo para usarlo más tarde como forma de demostración. O pedir a los asistentes que compartan los contenidos que expones en tus redes sociales para reforzar tu marca personal. O grabar testimonios de los asistentes. O interactuar con otros profesionales relevantes de tu sector que asisten como invitados o ponentes y que pueden convertirse en prescriptores o clientes.

En resumen, si hablas de forma gratuita, encontrar eventos donde intervenir puede ser muy rápido y fácil. Lleva tiempo hacerse un nombre en el circuito de conferenciantes, pero con el tiempo verás como consigues clientes y propuestas de proyectos no sólo para hablar en público sino como consultor o incluso para escribir un libro. Tu nombre será más conocido y reconocido y cada vez será más fácil crear proyectos paralelos monetizables.

Cuánto cobrar

Pasar de hablar gratis a convertirte en un ponente bien pagado es todo un reto. Es todo un ejercicio psicológico decir con cara seria que cobras centenares o miles de euros por una intervención de unas horas o incluso de unos minutos. Y es posible que las personas que te invitaron a intervenir en el pasado sin pagarte un euro no estén dispuestas a repetir si tienen que pagarte. Así que tendrás que buscar clientes con presupuestos más abultados.

Uno de los factores más importantes para mí, a la hora de pasar de las conferencias gratuitas (o casi) a las de pago, fue la publicación de mi libro *Expertología*, que me situó a un nivel superior y me proporcionó más credibilidad en entornos empresariales. El otro factor que influye mucho en los honorarios y en las oportunidades que pueden surgir es

tener una presencia sólida en internet como especialista o experto en alguna materia. Es especialmente importante contar con un sitio web propio como un blog con contenidos que publiques regularmente y que refuercen tu prestigio.

Para que te hagas una idea y por si quieres incorporar la posibilidad de incluir las ponencias, conferencias y mesas redondas en tu cartera de proyectos paralelos te daré algunas cifras. Los ponentes menos conocidos pueden ganar entre 200-700 euros por una charla. Si has logrado cierta visibilidad y te has convertido en alguien más o menos conocido en tu sector, tus tarifas podrían oscilar entre 1.000 y 3.000 euros. Si ya has publicado varios libros y tu nombre suena cuando se habla de un tema o se ha puesto de moda por alguna razón, puedes pedir entre 4.000 y 7.000 euros. Y si ya eres un famoso, un autor/gurú o un político de muy alto nivel, no es raro llegar a cifras de 40.000 euros o bastante más.

Pero incluso para los profesionales que tienen unas tarifas consolidadas, las circunstancias varían. Puedes encontrarte con asociaciones sin ánimo de lucro que tienen presupuestos altos para contratar a gente como tú. Y a empresas multinacionales que te van a poner todo tipo de pegas si superas unas cifras que para ti son ridículas. Por eso es importante que, cuando estés investigando sobre alguien que quiera contratarte, te informes sobre cuestiones como:

- ¿Cuántas personas se espera que asistan a la charla?
- ¿Cuál es el perfil de los asistentes (formación, edad, situación laboral)?
- ¿Dónde será el evento?
- ¿Qué tipo de evento es (conferencia, desarrollo profesional interno, convención, etc.)?
- ¿Será una ponencia magistral (entre cuarenta y cinco y sesenta minutos) o algo más extenso?
- ¿Seré el único ponente o habrá varios?

De ese modo no te llevarás sorpresas, como cuando me propusieron hablar para una pequeña clase de unos veinte alumnos en una escuela de negocios y me encontré con un auditorio de varios centenares de asistentes.

De este modo podrás establecer la importancia del evento y te harás una idea de cuánto valorarán tu intervención. Cuanto más alto sea el perfil, como por ejemplo si es para cientos de ejecutivos sénior en un centro de formación en El Escorial, será más probable que dispongan de un presupuesto mayor. Sin embargo, si se trata de una «charla informal» para una decena de becarios en la sede central de la empresa, pueden no mentir cuando te dicen que sólo tienen 500 euros de presupuesto. Pero incluso en ese caso, puede que te sirva como forma de darte a conocer en esa organización.

Si la oferta está por debajo de tus honorarios habituales o de lo que le gustaría ganar, tendrás que decidir si estás dispuesto a aceptar una tarifa por debajo de lo que tienes establecido. A veces, la visibilidad u otros beneficios colaterales pueden merecer

la pena. Otras veces es mejor plantarse.

Si la idea de tener que dedicar un día para viajar durante varias horas a la otra punta de España justo antes de Nochebuena para cobrar 125 euros no te entusiasma, simplemente di que no te interesa. Sólo debes aceptar ese tipo de propuestas si, por alguna razón más personal (es una causa que defiendes, vas a conocer a alguien que admiras, te apetece conocer el sitio, quieres desconectar de la familia, etc.), te atrae intervenir.

Recuerda, también, que, aunque las tarifas aproximadas que te he dado pueden parecer cifras bastante altas, lo cierto es que, en España y para la mayoría de los profesionales, hablar en público no te hará rico. Ojo, no te digo que con media docena de intervenciones al mes no generes unos ingresos más que interesantes, pero mi consejo es que no dependas demasiado de este tipo de proyectos paralelos.

Lo que es realmente interesante es combinar las intervenciones ante una audiencia con otras formas de generación de ingresos como el *coaching*, la consultoría, la venta de libros, DVD o cursos virtuales. De ese modo, al juntar varias fuentes de ingresos complementarios puedes conseguir mucha más estabilidad financiera.

Amplia tu red y sé creativo monetizando

Uno de los mayores problemas cuando eres un PROFESIONAL de proyectos paralelos es el hecho de que, incluso si has hecho un trabajo extraordinario, es probable que no te vuelvan a contratar, al menos durante varios años, porque hay una constante demanda de «cosas nuevas» y de «gente con ideas rompedoras (o disruptivas como se dice ahora)». Por eso es bueno establecer buenas relaciones con otros ponentes con los que compartir información valiosa sobre honorarios, personas y eventos y para intercambiar contactos. Ésa es una de las cosas de las que me siento más satisfecho: tengo buenos amigos ponentes sobre temas similares. Consideramos que todos formamos un grupo bien avenido y ese apoyo mutuo ayuda mucho a tomar buenas decisiones.

Una forma de generar más ingresos, especialmente si tienes que impartir tu ponencia lejos de donde vives, es tratar de conseguir varias oportunidades por la zona del evento. Con un poco de esfuerzo extra puedes lograr que te inviten a una segunda o tercera charla. Aunque tengas que reducir algo tus tarifas por las otras intervenciones, la suma total te va a compensar, además de llegar a más gente y aprovechar el viaje.

Si eres creativo y tienes iniciativa, no te costará encontrar fuentes de ingresos alternativos a la propia ponencia. Esto es especialmente beneficioso si hablas de forma gratuita o con honorarios reducidos. Por ejemplo, puedes promocionar el libro o el curso virtual al que aludes en tu charla o incluso vender algunos al finalizar. Con el permiso del organizador, por supuesto. Tengo amigos que, cuando hablan en ciertas conferencias sin cobrar, crean un formulario de pedido de una página para sus diversos productos, como DVD y libros, y piden a los organizadores que coloquen una copia en cada asiento.

¿Qué productos, como libros o programas de formación de audio o vídeo, podrías crear, promocionar y vender en un evento? ¿Qué aspectos de tu charla interesan más a tu público y cómo podrían beneficiarse de él con productos complementarios? Evidentemente, hacer una presentación y vender productos en el sitio del evento generalmente no es aceptable si estás en un entorno corporativo. Pero siempre es útil al menos pensar en posibilidades no tradicionales de monetización.

De todos modos, reconozco que a mí me cuesta promocionar y, aún más, vender mis libros o mis cursos en eventos en los que doy una conferencia. Reconozco que es una cuestión de creencias, pero también es cierto que he visto como lo hacen algunos ponentes más agresivos y me produce un cierto rechazo.

Blog y videoblog

Introducción al blog

Por si todavía no lo sabes, un blog es un sitio web que se crea con el propósito de informar y/o entretener a sus visitantes al proporcionarles contenido gratuito para consumir regularmente. Ese contenido se publica con mayor frecuencia en formato escrito (a los que se hace referencia como artículos, posts o publicaciones de blog), aunque los videoblogs también son frecuentes (un videoblog es un blog en el que una parte importante del contenido se basa en la publicación regular de vídeos).

Hay muchos tipos diferentes de blogs: personales, corporativos, de expertos y de nicho. Cada uno de estos tipos tiene un propósito único y atrae a un tipo específico de público. Algunos blogs se consideran más como un diario personal de su propietario. Otros se utilizan para ayudar a aumentar el conocimiento de los productos o servicios de una empresa existente. Y otros más se emplean para ayudar a posicionar a su autor como una autoridad o experto en su sector.

La cantidad de visitantes que atrae un blog depende de muchos factores, desde la calidad del contenido proporcionado hasta la frecuencia con que se publica contenido nuevo, pasando, por supuesto, por los temas en los que se especializa su autor. Los temas más habituales relacionados con los proyectos paralelos incluyen tecnología, motivación, negocios, política, actualidad, desarrollo personal, salud, estado físico, relaciones, finanzas personales, espiritualidad, etc. Algunos blogs atraen a cientos de visitantes por mes, otros a miles y unos pocos a millones.

Promociona tus publicaciones

Cada vez que publicas contenido nuevo, debes promocionarlo para hacerlo llegar a la mayor cantidad de personas posible. Tener una estrategia predeterminada para divulgar nuevo contenido ayudará a dar a tus publicaciones del blog el impulso inicial que necesitan para que consigas generar ingresos. Las redes sociales son un excelente lugar

para compartir tus publicaciones del blog. Debes configurar un perfil para tu especialidad en Facebook, Twitter, LinkedIn, Google Plus y cualquier otra plataforma que sea apropiada teniendo en cuenta tu público objetivo.

Para simplificar el proceso de compartir tus contenidos en redes sociales, puedes utilizar herramientas automáticas como HootSuite. Esto te permite compartir un enlace a tu última publicación en múltiples plataformas sociales al mismo tiempo, e incluso programar publicaciones específicas para compartir más adelante. Pero esto va a gustos. Yo soy poco partidario de automatizar los mensajes, prefiero hacerlo manualmente, a la antigua usanza.

A menos que estés dispuesto a pagar a otras personas para que contribuyan con contenido en tu blog, cuando empieces a escribir por primera vez, debes estar preparado para ser la única persona que crea contenido. Es difícil convencer a otros de que contribuyan con contenido en tu blog de forma gratuita cuando es nuevo, porque no tienen garantía de que aquello que crean para ti sea visto por suficientes personas como para que valga la pena el esfuerzo. En cualquier caso, al menos en lo que a mí respecta, soy muy cuidadoso con los contenidos que creo para mi blog y no incluyo contenidos ajenos. Y tampoco suelo escribir para otros.

No importa en qué punto te encuentres en relación con tus proyectos paralelos, pero la creación de un blog o un videoblog para aumentar tu cifra de seguidores y, por supuesto, tus ingresos puede ser una idea bastante potente. Puede que un blog conocido y rentable sea un fin en sí mismo, pero también puedes considerarlo como una parte de un plan más amplio que incluye un lanzamiento de libros, un negocio de *coaching* o hablar en público ante grandes audiencias.

Un blog te ayuda a mantenerte centrado en el camino correcto y a compartir con los demás las lecciones que has aprendido o lo que has experimentado en tu sector. De cualquier manera, en algún momento, tu blog o videoblog serán una parte importante de tu estrategia para monetizar. Incluso podrías llegar a fin de mes enseñando a otros a llevar a cabo lo mismo, como hace mucha gente.

Te recomiendo que investigues al menos a cinco blogueros o videoblogueros relacionados con tu especialidad. Busca al menos tres o cuatro de sus publicaciones o vídeos más populares para tener una idea de su estilo, enfoque y lo que funciona. Decide qué elementos quieres aprove-

char y también qué te gustaría hacer de manera diferente.

Cómo ganar dinero con tu blog

Una de las dudas más habituales entre los aspirantes a blogueros «de éxito» que me encuentro en mis talleres es si realmente se puede ganar dinero con un blog. La respuesta es que sí, pero, como sucede con cualquier proyecto paralelo, vas a tener que invertir algún tiempo antes de empezar a recoger los beneficios de tu esfuerzo.

Construir una reputación a través de los blogs no se produce de la noche a la mañana. El trayecto desde tu primera publicación hasta las apariciones en medios de comunicación nacionales o internacionales a menudo lleva años, y muchos se dan por vencidos antes de llegar. Pero para no rendirte pronto, es fundamental disfrutar de las pequeñas victorias del camino y reconocer que, incluso aunque no hayas llegado a tu destino, siempre estás avanzando y aprendiendo. A mí me costó al menos un par de años, publicando varias veces por semana, empezar a recibir un número significativo de visitas y todavía algo más recibir las primeras solicitudes de talleres, asesorías o ponencias.

Incluso una vez que consigues hacerte un hueco entre los profesionales de tu sector, la reputación de experto, las intervenciones en congresos, eventos y convenciones y las apariciones en medios son formas fantásticas de generar credibilidad y reforzar tu prestigio, pero eso, por sí mismo, no paga facturas. Debes encontrar formas de monetizar tu blog para que se convierta en un proyecto paralelo atractivo y rentable.

Para los no iniciados, ganar dinero con un blog puede parecer una forma fácil de monetizar, pero eso sólo sucede si has alcanzado un nivel suficiente de visitas y de prestigio. Cuando eso se produce, puedes generar ingresos de varias formas. Además de la publicidad, las publicaciones patrocinadas y o el marketing de afiliados puedes generar ingresos colaterales indirectos como las solicitudes de talleres y conferencias sobre tu tema, las peticiones de asesorías y consultorías o la publicación de libros o artículos pagados.

Si ya tienes tu propio blog, piensa en cómo monetizarlo. Por ejemplo, ¿qué formas de generar ingresos pueden funcionar mejor para tu modelo de negocio? ¿Publicidad? ¿Publicaciones patrocinadas? ¿Intercambio de enlaces? ¿Vender tus libros electrónicos u otros productos?

Dicho esto, éstas son algunas de las formas en que se puede ganar dinero con un blog.

Marketing de afiliados

El marketing de afiliados que te expliqué con más detalle en otra parte del libro es un tipo de marketing basado en la rentabilidad que puede proporcionar la red. Muchas empresas crean programas de afiliados para facilitar que otras personas promocionen sus productos o servicios, y les pagan una comisión cuando sus esfuerzos resultan en una venta. Cuando te inscribes en el programa de afiliados de una empresa, te proporcionan un vínculo con un código personalizado para que dirijas a las personas que visitan tu plataforma virtual al sitio web de esa compañía o a una página con sus productos. Y realizan un seguimiento de las ventas que provienen de tu enlace exclusivo para que puedan pagarte las comisiones que te correspondan.

Si tienes la intención de recomendar productos físicos, el programa de «Afiliados» de Amazon funciona muy bien. Para productos digitales (ebooks, cursos virtuales, etc.), ClickBank (<http://international.clickbank.com/eses/>) es otra opción interesante. Ambos

sitios web tienen miles de productos para elegir en prácticamente todas las categorías/sectores que te puedas imaginar.

Una vez que estableces una relación de afiliado con un vendedor que ofrece productos o servicios que podrían ayudar a tu público o a tu audiencia, puedes monetizar tu blog recomendando esas ofertas. Empieza a pensar qué productos sería bueno que promocionases como afiliado. ¿Puedes crear contenido que destaque las virtudes del producto y poner un enlace a un sitio donde las personas puedan comprarlo?

Página de recursos

Una página de recursos es una página en tu blog que enumera los diversos productos y servicios que consideras valiosos para quienes lo visitan. Por ejemplo, si el tema de tu blog es el deporte, tu página de recursos puede contener una lista de productos recomendados, como equipos de gimnasia, vitaminas, ropa deportiva, etc.

Reseñas del producto

Escribir artículos patrocinados en tu blog a 20 euros puede ser desmotivador como proyecto paralelo. Además, puede reducir la credibilidad de tus publicaciones y, por tanto, debilitar tu marca personal. Pero si insistes y consigues posicionarte como una autoridad o un referente en tu especialidad, es muy probable que más pronto que tarde te ofrezcan escribir para publicaciones más relevantes, influyente y conocidas.

Escribe un artículo o graba un vídeo en el que comentes un producto o servicio relacionado con tu especialidad. Para hacerlo, obviamente tienes que comprar y usar el producto primero. Comparte con tu audiencia los beneficios y los inconvenientes, en función de tu experiencia con el producto. Tus comentarios deben ser honestos y sinceros. Una revisión de un producto no es una presentación comercial como los de la teletienda.

Correo electrónico

Suponiendo que tengas una lista de correo electrónico de las personas que se suscriben a tu blog, puedes enviar a tus suscriptores un mensaje recomendando un producto o un servicio. No abuses de esta estrategia y empieces a enviar ofertas a las personas en cuanto se suscriban a tu boletín informativo, porque lo más probable es que se den de baja tan pronto como vean el panorama o, algo peor, denuncien sus correos electrónicos como correo no deseado. Gánate la confianza de tus suscriptores enviándoles información valiosa de forma gratuita durante un período prolongado. Una vez que te consideren como alguien fiable serán más receptivos a la recomendación de un producto o servicio.

Vende tus propios productos o servicios

Si tienes tus propios productos o servicios para vender, tu blog o videoblog es el lugar perfecto para exponerlos, mostrar sus virtudes y hablar de ellos. Esto funciona muy bien para los profesionales que utilizan sus blogs para posicionarse como expertos en su sector. Si tienes un libro, por ejemplo, puedes usar tu blog para proporcionar a los clientes potenciales información valiosa sobre tu especialidad. Si les parece interesante lo que leen en tu blog y desean aprender más o conocer más detalles, puedes recomendarles que consigan tu libro.

Para promocionar tus productos o servicios desde tu blog, simplemente incluye en él una página de producto o una tienda virtual y describe tus ofertas en esa página. También puedes colocar anuncios publicitarios personalizados vinculados a páginas de ventas para un producto o servicio específico que ofrezcas. ¿Qué temas atraen a tus lectores en formato de libro electrónico? ¿Puedes crear un libro sobre un tema de tu especialidad porque es demasiado complejo para explicar en una publicación de blog normal? ¿Y qué tal un curso virtual complementado con cuadernos de ejercicios?

Publicidad

Si eres uno de esos afortunados de tener un blog que atrae diariamente a miles de visitantes o más, la publicidad es una opción viable para monetizar. Con este modelo, puedes reservar uno o varios espacios en tu blog exclusivamente para que los anunciantes coloquen sus anuncios. Cuando alguno de tus visitantes pinche en uno de ellos, éste le dirige al sitio web del anunciante, que te pagará por enviarle a su sitio web.

Por lo general, esto funciona bien para blogs con mucho tráfico pero no es una buena estrategia para uno que atrae a un pequeño número de visitantes diarios. Cuando alguien hace clic en un anuncio y lo redirige a otra página, posiblemente nunca vuelva a tu blog. Si tiene poco tráfico, lo último que quieres es que los visitantes se vayan a otra parte. Lo que pretendes es que permanezcan en tu sitio el mayor tiempo posible y que compartan tu contenido con otros para atraer más gente.

Es mejor esperar hasta que tu blog atraiga a miles (o decenas de miles) de visitantes por día antes de colocar publicidad en él. Por otra parte, hay más posibilidades de que un anunciante disponga un anuncio en tu blog y que pague más por ese espacio si saben que estará expuesto a una gran audiencia y, de ese modo, podrás conseguir mayores ingresos.

Además, si tu blog atrae a miles de visitantes diarios, no es tan importante mantener cada uno de ellos el mayor tiempo posible. Puedes permitirte el lujo de que algunos hagan clic en el anuncio y abandonen tu blog. Piensa en una valla publicitaria en el centro de tu ciudad. El coste de colocar ahí un anuncio dependerá de la cantidad de personas que pasen por esa zona cada día. Cuanta más visibilidad tenga el cartel, mayor será el coste de anunciarse en ella. No puedes esperar cobrar mucho a los anunciantes por colocar su anuncio en ese espacio si por ahí apenas pasa nadie.

Empieza a hacer un listado de las empresas de publicidad que te están contactando (sí, es bastante habitual recibir varias propuestas semanales): ¿a quién representan? ¿Qué marcas están patrocinando? ¿Qué tipo de eventos?

Publicidad de Google

Google AdSense (www.google.es/adsense) es un servicio que permite mostrar diferentes tipos de anuncios (texto, imagen, vídeo, etc.) en tus sitios web y que están personalizados en función del contenido de las páginas. Básicamente, lo que hace Google es analizar los contenidos de tu blog para encontrar palabras clave específicas, y luego poder mostrar anuncios que estén relacionados con esos términos. Por ejemplo, si publicas un artículo sobre inversiones inmobiliarias, es probable que los anuncios que aparecen en esa página estén relacionados con la compra y venta de casas.

La cantidad de dinero que ganas cuando alguien hace clic en un anuncio depende de cuánto está dispuesto a gastar el anunciante para que se muestre su anuncio. Algunos anunciantes pagan más que otros, dependiendo de lo que anuncien y de la competencia que existe para las palabras clave a las que apuntan.

Uno de los aspectos más atractivos de participar en el programa de Google AdSense es que es muy fácil de usar. Sólo tienes que registrarte en el programa, entonces te asignan un código publicitario personalizado para pegarlo en lugares específicos de tu blog (el encabezado o la barra lateral, por ejemplo), y Google se ocupa de todo lo demás. La desventaja es que no tienes ningún control sobre qué anuncios se muestran en tu sitio web, por lo que existe la posibilidad de que tus visitantes estén expuestos a un anuncio que preferirías que no encontrasen en tu página. Dicho esto, Google tiene algoritmos para determinar a qué anuncios son más receptivos los visitantes de tu blog.

Decide si quieres que se muestren anuncios en tu sitio o consideras que eso te resta valor para tus lectores y reduce tu credibilidad. Si decides que los quieres, empieza a buscar el modo de registrarte en el programa de publicidad de Google o en otras redes publicitarias.

Vender espacios publicitarios

Si quieres tener más control sobre los anuncios que se muestran en tu blog, puedes vender espacios publicitarios directamente a los anunciantes. Esto implica dedicar más trabajo por tu parte porque tienes que contactar con posibles anunciantes y negociar una tarifa, pero puede ser bastante rentable si sabes que tu audiencia será particularmente receptiva a un anuncio para un producto o servicio o de un vendedor específico.

Si tu blog es relativamente reciente, lo mejor es buscar un agente publicitario para que te ayude con esto. A cambio de una tarifa, te pondrán en contacto con anunciantes que deseen llegar a tu audiencia. Si tu blog acaba siendo muy popular, llegará un momento en el que los anunciantes se pondrán en contacto contigo directamente.

Patrocinios

Cuando tu blog alcance una cierta notoriedad, es posible que te inviten a bastantes conferencias y eventos patrocinados por empresas. A menos que te conviertas en alguien famoso, popular o en un influencer (que es algo diferente a un experto en alguna

materia), es poco probable que puedas apoyarte sólo en patrocinios corporativos. Pero si cultivas y desarrollas tus contactos, esto puede convertirse en una fuente de ingresos interesante.

Te contratan para crear contenido relevante para tu audiencia y para que hables de ello siempre que los medios de comunicación te ofrezcan una oportunidad. Lo importante es que transmitas que no vas a vender un producto sino que vas a hablar sobre lo que siempre hablas (productividad, emprender, nutrición, arte o lo que sea) y cómo utilizarlo para desarrollar una estrategia con el fin de mejorar una situación o resolver un problema.

Por lo general, las empresas suelen recurrir a los profesionales de relaciones públicas y éstos buscan a los blogueros más adecuados. En realidad, lo que hacen es lo mismo que se hacía hasta hace unos años con los medios tradicionales, sólo que ahora cada blog se considera un medio en sí mismo pero con la ventaja de que está enfocado a una audiencia muy segmentada.

Conseguir patrocinios corporativos puede ser muy lento y puede que no haya una recompensa inmediata pero, igual que ocurre con cualquier otro proyecto paralelo en internet, por el camino vas a conocer a personas interesantes, aprender sobre lo que hacen y descubrir formas en las que podrías ayudar y generar nuevas oportunidades de negocio.

Podcast

Introducción a podcasting

Un podcast (POD, *play on demand*) es esencialmente una colección de archivos de medios digitales que se producen en una serie, similar a un programa de televisión o radio. Antes se utilizaban casetes o CD, pero ahora pueden divulgarse contenidos de forma más sencilla subiéndolos a una página web donde se pueden escuchar directamente o descargar en formato digital. Desde que empezamos a utilizar dispositivos móviles para escuchar música, se ha revolucionado la forma en que consumimos contenido de audio y el podcasting ha experimentado un aumento tremendo de popularidad.

Además de la gran cantidad de dispositivos digitales que tenemos disponibles en la actualidad, parece que se ha multiplicado el deseo de encontrar y consumir contenido interesante y valioso. En algunas situaciones es un medio excelente para hablar de temas empresariales o explicar cómo hacer algunas cosas. El podcast es más popular entre las personas que tienen la capacidad de elegir el contenido que consumen.

A diferencia de la televisión y la radio, que están pensadas para el consumo masivo, la mayoría de los podcasts se producen para proporcionar contenido para un público más reducido y con intereses muy específicos. Si te suscribes a un podcast especializado, el programa o la aplicación que utilices para escucharlos revisará periódicamente si se han publicado nuevos episodios y los descargará automáticamente.

En este momento, hay infinidad de podcasts para prácticamente cualquier tema que se te ocurra. Y lo mejor es que, al igual que el blog o el videoblog, puedes tenerlo gratis.

La frecuencia es clave para el éxito del podcasting. Otro factor de éxito es el tiempo que lleve publicándose. Los podcasts necesitan tiempo para construir una audiencia, y muchos creadores renuncian antes de tiempo porque creen que su esfuerzo no les proporciona los rendimientos que esperaban. Sin embargo, algunos de los creadores de podcasts que tienen más éxito han descubierto que hay una recompensa por la que merece la pena aguantar el tiempo suficiente.

No es de extrañar que la gran mayoría de los que ponen en marcha un podcast no consigan atraer seguidores si se rinden pronto. Puede haber una gran cantidad de podcasts, pero la competencia es mucho más fácil de superar cuando te das cuenta de que la mayoría de la gente no aguanta mucho tiempo.

Ve a iTunes o Ivoox y descarga episodios de, al menos, diez podcasts relacionados con tu materia. Escúchalos a lo largo de las próximas semanas e identifica qué elementos te gustan más y menos. ¿Qué tendrá el tuyo de diferente y único? ¿Qué estilo te gustaría que tuviera tu podcast? ¿Amable? ¿Directo? ¿Tendrás invitados o serás el único que habla? ¿En qué nicho te gustaría enfocarte?

Los beneficios del podcast pueden ser sustanciales si se hace bien. Pero también hay un coste de oportunidad. Si vas a crear varios episodios por semana, hay muchas otras cosas que no vas a poder hacer, incluso puede retrasar varios proyectos paralelos.

Por lo que a mí respecta, he decidido enfocarme en escribir libros y blogs y potenciar mi actividad como ponente como mis formas principales de creación de contenido. Para tener éxito, debes priorizar y yo no seleccioné el podcasting. Pero si puedes comprometerte a mantener la disciplina y hacer crecer tu público, es una excelente forma de construir y monetizar. En cualquier caso, nunca digas nunca jamás.

Cómo hacer dinero con tu podcast

La pregunta que te estarás haciendo es: ¿cómo puedo monetizar mi podcast? A estas alturas, seguramente ya se te habrán ocurrido algunas ideas para convertir los ficheros de audio en una fuente de ingresos.

Marketing de afiliados

Ésta ya es una opción habitual cuando se trata de crear contenidos digitales de cualquier tipo como ya hemos visto. Si recomiendas productos o servicios específicos en tu programa, un método sencillo para aprovechar esa recomendación es establecer una relación de afiliado con el vendedor de ese producto o servicio. Por ejemplo, si recomiendas un libro en tu programa, puedes registrarte en el programa de afiliación de Amazon y obtener un enlace único para ese libro. Entonces ya sólo tienes que poner el enlace de ese libro en la sección de recursos recomendados en su sitio web o en la página del episodio de podcast específico en el que lo mencionaste. Al final de cada episodio,

puedes recordar a tus oyentes que visiten esa página si están interesados en el libro. Si compran el producto o ese contenido usando el enlace en tu sitio web, Amazon te pagará una comisión por esa referencia.

Patrocinios

Si el número de descargas de tu programa es lo suficientemente alto (varios miles por episodio), puede ser relativamente fácil encontrar patrocinadores para tu programa. Un patrocinador es una compañía que te paga por recomendar sus productos o servicios a tu audiencia. Obviamente, cuanto mayor sea la cantidad de descargas que reciba tu programa, más dinero ganarás con esta estrategia.

A diferencia de otro tipo de medios, a los oyentes de podcasts parece que no les importa demasiado que el creador del podcast dedique unos segundos a hablar y recomendar a un patrocinador durante un episodio. Muchos incluso lo esperan. Si te has ganado su confianza, lo interpretan como una recomendación útil de un amigo en lugar de una «pausa para la publicidad». De todos modos es recomendable que te asegures de que todas las empresas con las que llegas a un acuerdo de patrocinio ofrezcan productos o servicios que sean relevantes y útiles para tu público. Si no es así, podrías perder la confianza de tu audiencia y hacer que las cifras de descarga de tu programa disminuyan.

Puedes cobrar a los patrocinadores de diferentes formas. Los dos sistemas más habituales de pago son CPM (coste por mil) y CPA (coste por adquisición). Con el modelo de CPM, le cobrarías a tu patrocinador un precio fijo por cada mil escuchas (descargas). Con el modelo de CPA, le cobrarías a tu patrocinador un precio fijo por cada cliente que adquiriera un producto como resultado de su exposición en tu programa (te darán un enlace único a su sitio web para rastrearlo).

Aunque es posible mencionar a tu patrocinador al final de un episodio, la mayoría de los creadores de podcasts coinciden en que ese momento es más adecuado para pedirles a tus oyentes una llamada a la acción más personalizada, como visitar tu sitio web, suscribirse a tu podcast, dejar un comentario para tu programa o suscribirse a tu boletín informativo por correo electrónico.

Una forma fácil de encontrar patrocinadores potenciales para tu podcast es escuchar otros podcasts que se dirigen al mismo público o se enfocan en temas relacionados con el tuyo. Presta atención a quiénes son sus patrocinadores. Si crees que alguno de ellos sería una buena opción para tu podcast, visita su sitio web, busca su información de contacto y comunícate con ellos. Evidentemente, deberás tener cifras altas de descarga para que esto funcione. Cada posible patrocinador querrá ver tu historial de descargas antes de patrocinar tu programa.

Publicidad

No necesariamente tienes que dejar tu trabajo para comenzar un podcast, eso casi siempre es desaconsejable como te he dicho en muchas ocasiones en este libro. Pero todavía lo es menos porque, aunque te dedicases a tiempo completo al podcast, durante

los primeros meses difícilmente vas a generar ingresos. Los anunciantes no están interesados en casi ninguno de los podcasts que empiezan, debido a que, en la inmensa mayoría de los casos, sólo atraen a unos pocos cientos de oyentes. Pero una vez que alcanzas un cierto umbral (unas decenas de miles de descargas por episodio), tu programa comienza a aparecer como un canal interesante para llegar a un público especializado.

De todos modos debes tener en cuenta que, aunque los podcast están aumentando su popularidad, no son la principal forma de consumir contenidos en internet y, entre los más forofos, suele haber una proporción especialmente alta de consumidores relacionados con la tecnología.

Las tarifas cambian con frecuencia y no son inamovibles, pero los expertos a los que he preguntado me dicen que el CPM es significativamente más alto para los podcasts que para la radio tradicional. Esto es posible porque los oyentes tienen que suscribirse y descargar conscientemente episodios de podcasts, mostrando su interés hacia el material, mientras que los oyentes de radio pueden estar escuchando más pasivamente o haber sintonizado accidentalmente una emisora.

Los podcasts también son mucho más rentables para sus creadores que los vídeos de YouTube. Alguien que tiene millones de vistas en YouTube obtendrá menos ingresos que alguien que cuenta con miles o decenas de miles de descargas de podcasts. Pero, como todo en internet, esto puede cambiar.

Vende tus propios productos o servicios

Una de las maneras más eficaces de ganar dinero con tu podcast es promocionar tus propios productos o servicios en el programa. Cuando aportas valor a alguien de forma constante y gratuita, al final se sienten inclinados a corresponderte de alguna manera.

Un podcast es una forma muy efectiva de atraer clientes potenciales que muy probablemente estarán dispuestos a comprar tus productos o servicios, libros, cursos, informes especializados, congresos virtuales y *coaching* o consultoría. Un *coach*, por ejemplo, puede lanzar un podcast y usar su programa para compartir consejos útiles con un público objetivo muy específico (es decir, su cliente ideal). Al final de cada episodio, puede invitar a sus oyentes a visitar su sitio web y solicitar una sesión de *coaching* gratuita. Suponiendo que el 1 por ciento de sus oyentes se apunten a la oferta, tendría reservadas sesiones de *coaching* gratuitas con un cliente potencial por cada cien oyentes. Te puedes hacer una idea de cómo aumenta su tasa de conversión o cómo puede llegar a atraer a miles de oyentes a su podcast, o ambas cosas. Una estrategia tan simple como esta puede hacer crecer muchísimo tu proyecto.

Hay otra forma interesante de conseguir clientes con el podcast y es atraer la atención de los propios invitados si tu programa se basa en entrevistas. La gente a la que se suele invitar a compartir sus experiencias y conocimientos en un podcast suelen ser personas que han alcanzado un cierto nivel y prestigio. Si querías llegar a ellos pero eran inalcanzables o poco accesibles, el podcast te brinda la oportunidad de hacer negocios

con ellos o ampliar tu red de contactos con gente interesante. Mi recomendación es que hagas una lista de los diez invitados interesantes que podrías tener en tus primeros episodios mientras aprendes los trucos del medio. No intentes empezar contactando a expertos a nivel mundial que no conoces. Mejor céntrate en las personas en las que deseas enfocar tu podcast, pero con las que ya tienes una buena relación. De esta forma, es más probable que te digan que sí y sean más tolerantes con los errores de novato que puedas cometer.

Si quieres invitar a gente que no conoces, busca su información de contacto en internet. En muchos casos, tendrán su propio sitio web con los formularios de contacto o direcciones de correo electrónico a la vista. En otros, es posible que sólo puedas localizar sus perfiles de redes sociales. Pero hoy es difícil no llegar a alguien que se mueve por la red.

Libros

Conviértete en tu propio editor

Incluso aunque sigas todos los pasos que proponen los expertos y pongas todo de tu parte para tener un blog de calidad, quizá no consigas la masa crítica de visitas suficiente para generar ingresos que merezcan la pena. Así que quizá estés compartiendo contenido sin ver ni un euro, pero todo cambia si esa información y conocimiento valiosos los conviertes en formato libro. Por eso es interesante que te plantees escribir libros como proyecto paralelo. Estamos viviendo una época perfecta para hacerlo. Lo cierto es que siempre ha habido autores que han publicado sus propias obras pero nunca como actualmente. Lo que ha cambiado es la calidad de los resultados. Hoy hay una gran cantidad de libros autopublicados que tienen, como mínimo, la misma calidad que los libros de grandes editoriales. Por otra parte, los autores cuentan con herramientas de promoción que antes eran inaccesibles para una persona normal.

También es cierto que la mayoría de los autores que decidieron autopublicar es porque no podían conseguir que un editor tradicional se interesase por su trabajo. Pero hoy, algunos autores eligen deliberadamente distribuir su trabajo de manera directa, e incluso rechazan ofertas significativas y, a cambio, tienen el control del proceso.

Quizá te preguntas si merece la pena plantearse algo tan trabajoso y complejo como la publicación de un libro como proyecto paralelo. Mi respuesta es un sí rotundo. Aunque, para mí, escribir un libro es una de las tareas más complicadas y penosas a las que me enfrento de vez en cuando, los efectos positivos de ese esfuerzo son enormes y de muchas formas distintas. No se trata sólo de los ingresos, que no suelen ser demasiado cuantiosos, sino, sobre todo, del prestigio, la visibilidad, el posicionamiento, la marca personal, etc. que consiguen llevar tus ideas a un nivel superior.

Como muchas de las cosas que te estoy contando, este «nuevo» negocio no es completamente nuevo. Lo que ha cambiado es la velocidad, la calidad y el potencial para llegar a un público mucho más amplio. Por ejemplo, si tienes un libro, puedes escribir

sobre él en tu blog o, mejor aún, grabar un vídeo para promocionarlo. Luego puedes animar a la gente a que busque el libro o incluso poner un enlace de afiliado a Amazon.

Los libros autopublicados pueden generar importantes ingresos si has creado una audiencia suficientemente grande. La publicación tradicional puede generar menos ingresos, pero puede ayudar a que tu libro sea más publicitado y promocionado en las librerías y así vender más copias.

Conviértete en tu propio editor

Si quieres probar la opción de publicar tus libros como método para monetizar, te propongo un esquema básico para que puedas empezar a desarrollar tu proyecto editorial lo antes posible:

- Encuentra un tema sobre el que consideras que puede haber personas interesadas en pagar para aprender o informarse. Evidentemente estarás en una posición mucho mejor si el tema que vas a tratar está relacionado con tu área de experiencia o especialización.
- Puedes recopilar información en diferentes formatos. Puedes escribir, grabar audio o vídeo. Y puedes combinar las tres opciones. Es lo bueno de los canales multimedia.
- Es hora de convertir todo eso en un producto. En este caso te estoy hablando de un libro, pero si no quieres complicarte tanto la vida puedes convertir toda esa información que has recogido en un producto digital o infoproducto que puedas poner a la venta y que tus clientes puedan descargar.
- Crea una oferta. Explica qué es exactamente lo que ofreces y, sobre todo, qué van a ganar tus lectores con ello.
- Ponle un precio apropiado. Piensa siempre que este debe estar basado en los beneficios que van a obtener los lectores del contenido que les proporcionas.
- Encuentra un medio de pago adecuado y cómodo para todos. PayPal (www.paypal.com/es) está en todas partes, es muy flexible, muy cómodo y muy fiable. Pero puedes buscar otras opciones si prefieres.
- Da a conocer tus libros con todos los medios disponibles, que son muchos. Haz ruido, crea un sitio web específico, cuéntalo en tus redes sociales. Lo que se te ocurra. Pero recuerda que el principal promotor de tu libro eres tú.
- Descansa, relájate y espera a que lleguen las primeras compras.

Si has generado confianza a lo largo del tiempo compartiendo gratuitamente contenidos en tu blog o en tus plataformas, tu audiencia ya sabe que tu información es sólida y valiosa, lo que aumenta las posibilidades de que compren tu libro. Si eres activo en internet, quizá hayas conseguido un buen posicionamiento en Google, lo que animará

a más gente a descubrir tu trabajo. Si estás empezando desde cero, crear una legión de lectores te llevará tiempo. Sin embargo, una vez que lo consigues, los libros electrónicos pueden generarte ingresos significativos.

Como puedes imaginar, igual que ocurre con otros proyectos paralelos o ideas de negocio, no todas las historias de publicación de libros son un éxito. Muchas veces, ese trabajo y esfuerzo se quedan en nada o casi nada. Pero quien no arriesga no gana. Y ésta es una apuesta importante.

Con todo, tengo que decirte también que todas las personas que conozco que han publicado un libro, en papel o en formato electrónico, con una editorial o autoeditado, me han dicho que ha merecido la pena. Y yo estoy de acuerdo con ellos. Los beneficios colaterales de escribir un libro (aprendizaje, contactos, visibilidad, prestigio, etc.) van mucho más allá de los ingresos directos.

Escribir tu libro

Elige un tema para tu libro

Tienes dos formas de elegir un tema para tu libro. La primera es analizar tus intereses, experiencias y conocimientos y simplemente ponerte a escribir para compartir lo que sabes. La segunda es realizar una investigación de mercado para descubrir sobre qué temas la gente está buscando información activamente. Si eliges la segunda opción, puedes escribir el libro tú mismo después de investigar mucho sobre ese tema, o puedes contratar a alguien para que escriba el libro para ti. Aunque la opción de contratar a alguien puede ser interesante para generar ingresos, es algo que, en mi caso, no he utilizado nunca ni me gusta demasiado.

Elige el título y el subtítulo

El título de tu libro (combinado con el diseño de la portada) es muy importante para conseguir el mayor impacto en las ventas. Un gran libro con un título soso probablemente no venda muchas copias. El título debe ser convincente. Debes establecer claramente el tema del libro y el beneficio para el lector. Cuando un posible comprador lea el título de tu libro debe pensar que eso es exactamente lo que está buscando.

Crear un esquema

Una forma eficaz de elaborar un esquema para tu libro es hacer una lista de las preguntas más comunes que tu mercado objetivo tiene sobre el tema específico. Lo mejor es hablar directamente con los potenciales compradores en lugar de asumir lo que quieren saber. Por ejemplo, si recopilas diez preguntas de personas interesadas en un tema, las respuestas a cada una de esas preguntas pueden formar la estructura de diez capítulos de tu libro. Incluye una introducción y una conclusión, y listo, tienes tu borrador. Si tienes un blog relacionado con el tema del libro, los comentarios que recibas pueden darte algunas pistas.

Por mi parte debo decir que, en mis primeros libros, me salté esta etapa y tuve que volver a empezar, o casi, porque lo que había escrito no tenía ni pies ni cabeza.

Escribe el libro

Una vez que hayas creado el borrador del esquema, es hora de comenzar a escribir el contenido. De nuevo, puedes escribirlo tú mismo o contratar a alguien para que lo haga por ti siguiendo las instrucciones que le has proporcionado. Si quieres que el libro tenga tus propias palabras y tu estilo particular, pero escribir no es algo que te entusiasme o que domines, tienes una tercera opción, que es grabar tu voz mientras compartes tus pensamientos para cada capítulo y luego transcribir esa grabación.

Edita y formatea el libro

Éste es un proceso algo tedioso, pero es importante. Una vez que tienes listo todo el contenido, debes editarlo y maquetarlo antes de publicarlo. Puedes hacerlo tú mismo o contratar a alguien para que te ayude. El objetivo de este paso es corregir errores gramaticales y garantizar los tipos y tamaños de letra consistentes para todos los títulos, subtítulos y párrafos. Incluso si tu libro tiene un contenido valioso, omitir este paso hará que éste parezca muy poco profesional y probablemente frustrará al lector. Si tu libro lo publica una editorial importante, ese trabajo lo suelen realizar ellos.

Diseñar una portada

El último paso es diseñar una portada. A menos que tengas un dominio considerable de las herramientas de diseño gráfico, mi consejo es que evites hacerlo tú mismo. Hay muchos sitios web que puedes utilizar para encontrar un diseñador. Lo que tienes que proporcionar a quien te diseñe la portada es el título del libro, información básica sobre el público objetivo y ejemplos de imágenes de libros que te gusten. Esto ayudará al diseñador a crear algo que sea atractivo para tus lectores.

Vender tu libro

Una vez que tu libro esté escrito y revisado, es hora de venderlo. Aquí tienes un par de opciones interesantes que tener en cuenta para venderlo. Cada una con sus pros y sus contras.

Vende desde tu plataforma

Si ya tienes una audiencia o una cifra interesante de seguidores que has creado mediante blogs, podcasts o redes sociales, te recomiendo que te plantees vender tu libro directamente desde tu página web. La ventaja de esta opción es que puedes poner el precio que prefieras al libro y conservar el ciento por ciento de los ingresos, menos los porcentajes que se lleven los afiliados o las tiendas donde se venda, claro. Para vender tu libro desde tu sitio web, deberás instalar un sistema de pago para realizar la transacción. Hay muchas posibilidades. Y si quieres tener una tienda dentro de tu blog, también puedes instalar algunas aplicaciones pensadas para eso.

De una forma muy sencilla puedes crear un mercado digital en el que, además de vender tu libro, puedes ofrecer otros productos. Esos programas ya vienen con todo: incluyen carros de compra o botones que puedes utilizar para vender tus productos digitales y físicos. Una vez configurada tu cuenta, puedes subir una versión en PDF o en otro formato de tu libro. Cuando alguien lo compre, recibirá un enlace para descargarlo.

Si quieres hacer algo más profesional y generar más visibilidad, también puedes crear una página web específica para el libro, que será algo así como un vendedor de tu libro que trabajará veinticuatro horas al día, siete días a la semana para convertir compradores potenciales en clientes. Y, además, transmiten muy buena imagen.

Éstos son algunos de los detalles importantes que deberías incluir en tu página de venta del libro:

- El título
- Una imagen de la portada
- Una descripción del libro o lista de beneficios que puede conseguir el lector
- Lista de testimonios de otros lectores
- Precio, términos y política de reembolso
- Un botón de compra

Uno de los problemas de vender tu libro directamente desde tu página web es que las ventas dependerán únicamente de tu esfuerzo y tu habilidad para gestionar el marketing y la visibilidad. Si no puedes atraer a las personas adecuadas a la página, no venderás muchas copias. Por otra parte, y viendo el lado positivo, si vendes tu libro a un precio más alto con respecto al que pondrías en Amazon, puedes generar más ingresos con menos clientes. Puedes seguir la política de vender tus libros a precios muy bajos, especialmente si son electrónicos. Evidentemente, los clientes no se quejarán, pero puede reducir la credibilidad de tu obra. Eso de ver libros de temas «serios» a 0,99 euros no tranquiliza demasiado.

No obstante, si ofreces información muy especializada o que pueda tener un valor potencial elevado para el cliente porque puede obtener un gran rendimiento al leerlo, deberías ponerle un precio bastante más alto. Por ejemplo, poner un precio de 40 o 50 euros a un libro que te explique cómo convertir su proyecto paralelo en un negocio a tiempo completo y generar ingresos dos o tres veces superiores a los de tu empleo actual antes de un año, puede ser razonable.

En función de tu nicho y tu posicionamiento puedes llegar a pedir incluso más dinero por tus libros electrónicos. Pero cuanto mayor sea el nivel al que sitúas el precio, más difícil va a ser justificar el valor de «sólo» un libro. Estamos muy acostumbrados a que los precios de un libro estén entre 10 y 30 euros, así que, si quieres aumentar el valor percibido de tu libro o de cualquier otro producto, puedes incluir algunos extras, como cuadernos de ejercicios para aplicar lo aprendido, casos de estudio o vídeos complementarios.

Hoy, cualquier autor puede autoeditar sus libros en Amazon e inmediatamente empezar a vender copias a clientes de todo el mundo. El mayor beneficio de la autoedición en Amazon es la posible exposición de tu libro a los millones de compradores existentes que entran en esa tienda virtual global. Si alguien está buscando un libro sobre un tema específico y el tuyo aparece en los resultados de búsqueda, existe la posibilidad de que lo compre.

Para publicar tu libro en Amazon, deberás crear una cuenta y, una vez que esté configurada, simplemente tienes que subir el archivo de tu libro, junto con la portada y algunos detalles adicionales como la descripción, las palabras clave o el precio. Una vez aprobado, tu libro aparecerá en formato Kindle (formato de libro electrónico) en los sitios web de Amazon en todo el mundo.

Una desventaja de vender tus libros en Amazon es el precio en que se ofrecen la mayoría de las obras autopublicadas. La mayor parte de los libros electrónicos tienen un precio de entre 0,99 y 4,99 euros. Y como los usuarios de Amazon se han acostumbrado a estos rangos de precios, ponerlo más alto dejará fuera a muchos compradores potenciales. Por tanto, deberás vender cientos o incluso miles de libros mensualmente para generar ingresos significativos.

Otra desventaja de la autoedición es que Amazon establece estándares de precios típicos para los libros electrónicos. Nadie realmente espera pagar más de 10 o 15 euros, como máximo. Si deseas crear contenido valioso con precios más altos, no te quedará más alternativa que venderlo a través de tu propio sitio web. Tendrás que generar tráfico por tu cuenta, a diferencia de Amazon, donde los clientes pueden tropezar con tu trabajo a través de una búsqueda por palabra clave. Pero podrás cobrar precios más altos, lo que aumentará tus márgenes.

Otra desventaja de publicar en Amazon es que no publican los nombres o la información de contacto de sus compradores. Eso significa que, si deseas conectarte con tus lectores, deberás utilizar algunos trucos. Podrías incluir enlaces en tus libros electrónicos para que éstos te pidan información adicional. Esos recursos adicionales están en tu sitio web y los lectores tendrán que suscribirse para conseguir esos contenidos extra.

Influencer

Gurús, influencers, youtubers y otras hierbas

Los gurús, influencers y otros fenómenos mediáticos se han multiplicado gracias a las plataformas de internet. En algunos casos se trata de fenómenos volátiles, centrados en lo superficial y muy enfocados en audiencias susceptibles de ser influidas. Pero los influyentes y expertos que realmente pueden interesarnos a la hora de pensar en monetizar suelen ser individuos con gran experiencia y conocimientos dentro de un campo especializado. Por lo general, son valorados, buscados, respetados y

recompensados por su autoridad en un sector. Su capacidad de influir, de verdad, en las opiniones de las personas y conseguir que se comporten, compren o actúen de una determinada manera las sitúa en el centro de la conversación de algunos sectores.

Cuando hayas comenzado a generar confianza con tu audiencia, puedes intentar monetizar tus ideas utilizando tu prestigio y tu capacidad de influencia para animar a tu audiencia a consumir ciertos productos o servicios. Hay personas que han logrado una cifra de ingresos más que razonable compartiendo su mensaje y sus historias con el resto del mundo y ayudando a otros a alcanzar sus metas al tiempo que desarrollan un proyecto paralelo. Cada uno de nosotros tenemos una historia que describe cómo llegamos a ser quienes somos hoy y los diversos factores que dieron forma a este viaje. Este proceso puede llegar a tener un valor real y ser importante para algunas personas.

Cuando el marketing de influencers todavía era un fenómeno nuevo en las redes sociales, estaba mal visto que las marcas remunerasen o compensasen de algún modo a quienes las promocionaban en esas plataformas. Para los más tradicionales en el mundo de las relaciones públicas, esa forma de funcionar no terminaba de encajarles. En el mundo preinternet, las marcas se habían focalizado en enviar publicaciones, información o productos a los medios de comunicación tradicionales con la esperanza de que hablasen de ellos. Pero cuando algunos blogueros, y posteriormente los usuarios más famosos en algunas redes sociales se hicieron notar, los profesionales de relaciones públicas aplicaron con ellos el mismo enfoque que con los medios de toda la vida. A estas personas que tienen una serie de características que les convierte en personas capaces de influir en los comportamientos de sus seguidores, se les denomina influencers.

Estos influencers esperan recibir una remuneración a cambio de su trabajo. La compensación debe reflejar que están trabajando en nombre de las marcas, independientemente de cuál sea el efecto conseguido por el contenido. Si un influencer va a un supermercado, compra un nuevo tipo de pasta, crea una cena estupenda con este producto, por ejemplo una ensalada, publica en su blog la receta y hace unas fotos preciosas, todo ese trabajo merece una compensación, independientemente de cuántos comentarios reciba su publicación en el blog o «me gusta» en su cuenta de Instagram.

Con frecuencia, una marca ofrece productos o servicios en lugar de dinero en efectivo, pero siempre que dichos productos o servicios tengan un valor monetario igual o superior al equivalente en efectivo. De todos modos, el dinero casi siempre es la forma preferida de remuneración por los servicios prestados.

No sé tú, pero yo no estoy en condiciones de rechazar 5.000 euros por ocho horas de trabajo y unas cuantas publicaciones en Instagram o un artículo en un blog. Y esto es algo que está sucediendo. A mí no, desde luego, pero sí que hay algunas personas que, con mucho trabajo y quizá un toque de suerte, están monetizando muy bien su trabajo

como influencers. En cualquier caso, si lo que queremos es crear proyectos paralelos con los que desarrollar un estilo de vida determinado, quizá no nos interese demasiado acumular ropa o cachivaches de las marcas para las que trabajamos.

Reconozco que tengo mis ideas enfrentadas cuando se trata de utilizar el fenómeno de los influencers como proyecto paralelo, pero creo que es una opción más, que, para determinadas edades y tipos de personas, puede ser interesante, al menos durante una etapa de su vida.

Los influencers suelen ser personas jóvenes, preocupadas por la moda, la imagen y la alimentación y que dedican mucho tiempo a navegar por redes sociales, especialmente las que están más centradas en la imagen como Instagram o YouTube. En general deben tener una cantidad «decente» de seguidores (centenares de miles) y también suelen llevar un estilo de vida interesante y rompedor.

Mucha gente critica que, en el mundo de los influencers, los seguidores parezcan ser más importantes que el valor que aportan, pero se trata de aprovechar todo lo que ayude a vender. Tal y como se plantean algunos negocios hoy día, el mundo de internet es muy importante. Y aunque no te guste la idea de que los seguidores puedan ser más valorados que tus habilidades reales, tendrás que adaptarte o no llegarás muy lejos como influencer.

Trabajar tu visibilidad en la red no debería hacerte sentir mal, simplemente tienes que pensar que estás contando tu propia historia y construyendo una comunidad de personas que quieren apoyarte. Y si encima ganas dinero al asociarte con marcas, pues genial. De eso se trata.

Una vez que has creado tu presencia virtual, puedes usar tus plataformas para mostrar nuevos productos y servicios, y enseñar a tus seguidores cómo sacar partido de una nueva marca con la que estás colaborando.

Como PROFESIONAL, puedes convertirte en un influencer por derecho propio, pero debes tener en cuenta que este fenómeno no sólo sirve para monetizar tu prestigio en la red, sino que también podrás utilizar a influencers como estrategia de marketing de tus propios productos. Por ejemplo, podrías conseguir que un gurú de los negocios recomiende tu nuevo libro o tu curso virtual avanzado de finanzas en su blog o en una aparición en televisión.

Para algunas personas, crear contenido es algo más que una afición, es su proyecto paralelo. Trabajan durante el día, pero todo lo que hacen, lo hacen por la «pasta». Muchas veces, estas personas influyentes comienzan en una categoría, como la belleza o la moda, y a medida que adquieren influencia y comienzan a ganar más dinero, se diversifican y cubren muchos más aspectos, como los viajes o la gastronomía.

Es al principio de la construcción de tus plataformas de marketing personal reales o virtuales cuando puedes probar cosas nuevas y cometer errores. Una vez que hayas alcanzado cierto nivel de visibilidad y estés en el radar de más marcas y tengas más

seguidores, se analizará con lupa cada cosa que hagas, los cambios que realices y cada foto que publiques.

Si llegas a un punto en el que ganes suficiente dinero con tu blog, tu videoblog o creando tu propia línea de productos, podrás dedicarte a tiempo completo a tu proyecto paralelo como influencer (o experto, o influyente, o como prefieras llamarlo) y abandonar tu trabajo si quieres. Pero una y otra vez te diré que no deberías ver un empleo tradicional como una carga sino como otro activo más en tu cartera de proyectos. Especialmente porque el mundo de internet va demasiado rápido y los picos de éxito, sobre todo en este tema, pueden durar meses o semanas.

Como te digo, yo no soy influencer en el sentido en el que se entiende actualmente. Quizá pueda tener cierta influencia o capacidad para persuadir a otros desde mi blog o desde mis plataformas virtuales sobre ciertos temas, pero no me imagino a una marca pagándome 3.000, 5.000, 10.000 euros o más por subir una foto a Instagram.

Por otra parte, creo que este fenómeno es demasiado volátil y quizá pase de moda tal y como está planteado actualmente. Por eso he querido dedicarle unas líneas porque podría ser una opción interesante para, al menos, un tipo de PROFESIONALES. Creo que, si se enfoca bien, el fenómeno influencer tiene muchas de las características de lo que estamos definiendo como proyecto paralelo, como la libertad, la posibilidad de hacerlo a tiempo parcial y la relación con ciertas pasiones o aficiones.

Si crees que puede haber alguna oportunidad para ti como influencer, plantéate preguntas como éstas si te proponen una campaña: ¿merece la pena hacer esta campaña con lo que te ofrecen? ¿Es para una empresa que te gusta? ¿Quizá siempre quisiste trabajar con esta empresa y ahora estás que ni te lo crees? ¿Podrás viajar? ¿Vas a poder realizar un viaje increíble que, además, podrás utilizar para crear más contenido propio? ¿Van a promocionarlo a lo grande y tú te vas a poder beneficiar de esa visibilidad? Así que, si crees que puede servirte, investiga, arriesga un poco y a ver qué pasa. En cualquier caso, por el camino siempre se aprende.

MODO COLABORATIVO

Proyecto colaborativo

Únete a la economía colaborativa como proveedor

Quiero terminar esta sección en la que te he propuesto diferentes opciones para monetizar tu proyecto paralelo hablándote de una tendencia que podría serte útil, al menos en algunos momentos concretos de tu trayectoria. Me refiero a las oportunidades para generar ingresos con lo que se denomina economía colaborativa. Los productos y los servicios pueden aparecer y desaparecer, pero la economía colaborativa parece que ha llegado para quedarse. Básicamente porque está muy unida a las aplicaciones móviles y a una tendencia a liberar y facilitar los intercambios entre personas.

Se incluye dentro de la economía colaborativa a las plataformas y servicios que permiten a la gente normal y corriente generar ingresos con cosas que poseen cuando no hacen uso de ellas. Me refiero a empresas como Airbnb, Uber o BlaBlaCar y muchas más. Pero lo mejor, como te digo siempre, es que busques por ti mismo en la red, porque lo que hoy está arriba mañana puede haber desaparecido.

Igual que me sucede con el fenómeno de los influencers, con este tipo de modelos de negocio tengo mis dudas sobre la sostenibilidad como proyectos paralelos. Creo que tendencias como las del alquiler de viviendas turísticas o la de compartir un vehículo para realizar un viaje o la de los coches con chófer tienen aspectos que pueden ser arriesgados para un PROFESIONAL.

Cada vez más profesionales independientes están proporcionando su mano de obra (y, a veces, sus vehículos, herramientas y vivienda) para este tipo de negocios, y tú podrías formar parte de este fenómeno. La mayoría de estas oportunidades son a tiempo parcial, y muchas de ellas pueden adaptarse a las horas flexibles que elijas.

La tendencia indica que cada año va a aumentar el número de trabajadores independientes de este tipo. Introducirse en ese mercado, a veces, no es una cuestión de gusto sino de supervivencia. En la cultura de proyectos paralelos de los que estamos hablando, la tecnología está acelerando ese proceso atrayendo a personas que de otra manera ni se lo plantearían. Piensa en una persona jubilada que ocasionalmente alquila una habitación libre, o en el empleado que recoge a un pasajero adicional en el viaje diario de la mañana utilizando una aplicación sencilla o el experto en un tipo de trabajo concreto al que contratan para una asesoría telefónica especializada desde una aplicación móvil. La línea entre los PROFESIONALES y el trabajo tradicional se difumina cada día más.

El objetivo de este libro es ayudar a quienes desean probar nuevas fuentes de ingresos que no impliquen poner en marcha un negocio tradicional. Por tanto, las nuevas plataformas móviles y digitales que nos permiten compartir trabajo, espacio o vehículos pueden ser, al menos, un punto de partida para experimentar cómo se sentirían gestionando sus propios proyectos.

Hay muchas opciones, demasiadas incluso. Parece que hay una fiebre de emprendedores virtuales que quieren desarrollar aplicaciones para crear servicios de bajo coste que traten de sustituir a las empresas y los servicios tradicionales. Estos sitios y aplicaciones se han convertido en una puerta de entrada al mundo independiente, convirtiendo rápidamente a los consumidores en proveedores. El problema es que, en muchas ocasiones, parece que el «bajo coste» lo asumen quienes trabajan para esas compañías.

Realizar trabajos de este tipo puede servirte para crear un colchón adicional, conseguir un dinero que necesitas, dar un paso más en tu aprendizaje como PROFESIONAL, o permitirte un estilo de vida flexible mientras desarrollas proyectos paralelos más ambiciosos. Sin embargo, mi opinión, probablemente equivocada, es que

este tipo de negocios tienen lo peor de un empleo y casi nada de lo bueno de generar ingresos por tu cuenta. Creo que lo que se paga, el trabajo que implica y la competencia existente no las convierte en una primera opción de proyecto paralelo. Pero, viendo el lado positivo, en lugar de lamentar que la pérdida de un empleo sea «el final de una buena vida», podemos plantearnos estos mercados y aplicaciones digitales como un modo de empezar a desarrollar ese estilo de vida del que vengo hablándote desde el principio.

Encontrar empleo hoy es complicado. De encontrar un empleo estable, que te apasione y bien pagado, ni hablamos. Si eso no fuera suficiente, ahora en las plataformas digitales de empleo o las redes sociales profesionales que conectan directamente a un empleador con los candidatos, no tienes forma de saber si estás compitiendo con diez personas o diez mil.

Si necesitas dinero ya, esa incertidumbre puede ser desesperante, lo que hace aún más difícil transmitir tranquilidad si tuvieses la oportunidad de realizar una entrevista. Pero ¿qué pasaría si hubiera una forma de ganar dinero mientras buscas trabajo y conseguir esa oportunidad de demostrar lo que vales? Pues eso es lo que las plataformas colaborativas están tratando de lograr. Aunque también podría decirse que se aprovechan de las necesidades de personas que están más apuradas.

La gente siempre ha trabajado en lo que ha podido cuando los tiempos se ponen difíciles. En ese sentido, la aparición de mercados digitales no es tanto una revolución de la economía colaborativa como lo es que nosotros nos redescubramos como profesionales capaces de generar ingresos buscando alternativas no convencionales.

Sería imposible describir todas y cada una de las plataformas colaborativas de todo tipo que han surgido en los últimos años. Me imagino que esto es una buena noticia para el mercado de los profesionales libres, ya que los servicios más pequeños van a estar compitiendo entre sí para atraer al mejor talento, pero la cantidad de opciones puede ser abrumadora. Mi recomendación es que te familiarices con los mercados y aplicaciones que conectan a PROFESIONALES con quienes los necesitan. Aprovecha las pruebas gratuitas y los descuentos para registrarte y probarlas. No hay nada que te impida descargar cualquiera de esas plataformas en tu móvil, ahora. El capitalismo tiene que ver con levantarte y poner algo en marcha. Da la casualidad de que estas plataformas son una manera fácil de comenzar. Empecemos por conocerlas y descubrir qué beneficios ofrecen a sus usuarios.

Lo que debes evitar es registrarte en todo lo que aparezca con el fin de conseguir que te llamen para realizar un montón de servicios e intentar aborarlos todos. No puedes hacerlo todo. Incluso aunque estés bastante seguro de que puedes conseguirlo. Mejor empieza poco a poco y ve construyendo tu red hábilmente o te valorarán con puntuaciones muy bajas. Ah, ¿qué no lo sabías? Pues sí. Igual que ocurre con los hoteles

y restaurantes, estas aplicaciones permiten valorar el trabajo o el servicio de quienes lo realizan, así que, si consigues muchas valoraciones de cinco estrellas, aumentará tu prestigio, tu demanda de servicios y, por supuesto, tus tarifas.

Considero que esta creciente digitalización del mundo independiente es una tendencia que nos va a afectar a todos. Nos guste o no, internet se ha convertido en una parte integral no sólo de nuestra vida social, sino de nuestra empleabilidad. Como uno de los primeros usuarios de internet (y también como practicante de proyectos paralelos), siento que es mi responsabilidad guiar a otros a través de este cambio. Quiero que las personas eviten pensar que todo esto es el apocalipsis laboral y que asumamos de una vez que, en lugar de llorar por lo que no volverá jamás, aprendamos a sacarle todo el partido posible.

4. Lecciones aprendidas de un PROFESIONAL en serie

Me gustaría dedicar la última parte de este libro a darte algunos consejos y contarte algunas lecciones que he aprendido con experiencias propias a la hora de desarrollar proyectos paralelos y también de muchas de las personas con las que he trabajado y a las que he asesorado.

No dejes tu proyecto en manos de la suerte

El que falla al planear está planeando fallar.

WINSTON CHURCHILL

Uno de los comentarios más frecuentes, y que más me fastidian, que recibo de personas que han seguido mi trayectoria es: «Qué suerte has tenido, Andrés». Lo que ocurre es que hablamos de suerte para evitar reconocer la planificación, el trabajo duro y las noches sin dormir de aquellos que han logrado prosperar. Trabajar en proyectos paralelos no está exento de riesgos y necesita planificarse con cuidado y, a ser posible, relacionarse con las personas apropiadas.

Iniciar un negocio que complemente o incluso que reemplace tu trabajo asalariado y te permita vivir el tipo de vida que quieres es demasiado importante como para contentarte con conseguir algo sólo un poco mejor que lo que tienes. Necesitas un plan para hacer que tu idea despegue rápidamente y sea lo más rentable posible. Sin un plan, la puesta en marcha es sólo un sueño.

Ya tienes las ideas y las ganas. ¿Y, ahora, qué? Necesitas convertirlo en palabras y en acciones. Necesitas plasmar todo eso que tienes en la cabeza en una serie de pasos. Diseñar un plan es una de las mejores experiencias de aprendizaje que un PROFESIONAL puede realizar. Contrariamente a la creencia popular, un plan no debe estar pensado para presentárselo a inversores, socios o bancos: es para ti, para que puedas entender quién eres, la viabilidad de tu idea y las estrategias que usarás para convertir tu sueño en una realidad rentable.

¿Un plan de negocios hará que el éxito sea seguro? De ninguna manera. Pero una buena planificación a menudo significa la diferencia entre el éxito y el fracaso. Si tienes una idea pero no sabes por dónde empezar, debes redactar un plan. Si tu proyecto

progresa lentamente, necesitas redactar o revisar el plan. Si precisas financiación para hacer crecer tu proyecto, debes redactar un plan. La manera más fiable de predecir el futuro es planeándolo. Pero, ojo, no hagas planes como si fueses a implantar un megaproyecto en Inditex o Repsol porque planes demasiado «consultoriles» pueden acabar con la espontaneidad del día a día que requieren proyectos individuales como los que te planteo aquí.

Si la cosa va bien con tus proyectos paralelos y tu intención es dejar tu empleo (otro proyecto paralelo), empieza a prepararte para tu salida de seis meses a un año antes. Esto te dará tiempo para pensar y poner cada cosa en su sitio y multiplicar tus opciones de éxito. Pide ayuda y apoyo de amigos y familiares. Comparte tu plan con las personas importantes de tu vida. Tu círculo cercano va a verse afectado y puede que tarden un poco en hacerse a la idea. Al informarles con tiempo, les das la oportunidad de adaptarse e, incluso, entusiasmarse con esta nueva actividad en tu vida.

Cuando empecé a desarrollar mis propios proyectos, solía pensar que los planes alternativos eran para los débiles y perdedores. Ahora sé que eso no es cierto. En realidad, los planes, las estrategias nos permiten asumir más riesgos y tomar mejores decisiones. Piensa siempre en lo que puede pasar, «si pasa esto, entonces...», para diseñar planes B, C, D... Z. Y si una estrategia no funciona, pasa a la siguiente.

Descubre tu «porqué»

Cambiamos nuestro comportamiento cuando el dolor de permanecer igual supera al dolor de cambiar.

HENRY CLOUD

Hay un momento en el que, algunas personas, dan un giro a su vida. Llega un momento en el que el enfado es superior al miedo. Sólo cambias cuando las cosas se ponen muy jodidas. Todos estamos motivados por dos fuerzas: el deseo de obtener placer y el deseo de evitar el dolor. Tomar una decisión basada en una emoción negativa suele ser mucho menos productivo que tomar una decisión empujados por un impulso positivo. En lugar de «odio mi trabajo», ¿qué tal si lo planteas como «quiero hacer algo que me llene»? Y, a partir de ahí, piensa: «¿Cómo puedo monetizarlo?». Imagina cómo podría ser tu futuro si sigues como hasta ahora y, si te asusta lo que visualizas, verás como sientes ganas de moverte.

¿Cómo puedes descubrir qué quieres realmente del trabajo? Supongo que todos los profesionales nos preguntamos en algún momento qué queremos aportar a nuestra vida. ¿Más tiempo? ¿Más dinero? ¿Ambos? ¿Poder trabajar desde cualquier lugar o en cualquier momento? ¿Un estilo de vida más sano? ¿Una forma de conectar con personas con pasiones compartidas? ¿Un medio para cambiar el mundo? ¿Trabajar en casa mientras los niños están en su cuarto? Cualquiera que sea tu razón para desarrollar proyectos paralelos, la motivación es la clave. El «porqué» detrás de tu proyecto es

absolutamente crucial. Un sentido de propósito te ayudará a atravesar los períodos inevitables de prueba, duda y lucha. De lo contrario, no tendrás el impulso suficiente para atravesar las dificultades que te encontrarás, sí o sí.

Desgraciadamente, demasiadas personas tienen sus vidas llenas de excusas como: «No soy suficientemente inteligente», «No tengo la educación apropiada», «Soy demasiado pobre», «Soy demasiado viejo» o incluso la que utilicé durante años: «No estoy preparado». Todas esas mentiras las usamos como excusas para vivir en pequeño. Pero para poner en marcha un proyecto paralelo, no sirve ninguna de esas razones con poco o ningún fundamento.

Sitúa tus valores por encima de la estrategia

Los valores son principios específicos que los PROFESIONALES establecen y que aceleran su éxito independientemente de las estrategias que utilicen para ganar dinero en sus proyectos. Las estrategias pueden cambiar todo el tiempo, pero los principios son atemporales. Aprender y cumplir con estos principios te ayudará a asegurarte de tener mayores posibilidades de éxito a medida que implementas tus estrategias.

Tus prioridades establecen límites y puntos de referencia para tomar decisiones. Tus valores te ayudarán a distinguir lo correcto de lo incorrecto y determinan la forma en que actúas, reaccionas y vives tu vida y tu profesión. Te orientan sobre lo que debes buscar y te dan pistas sobre cómo estructurar tus actividades para obtener la máxima felicidad y productividad.

Aunque no es frecuente que cambien demasiado a lo largo de tu vida, la prioridad de los valores puede verse alterada en diferentes etapas. Los golpes importantes de la vida pueden forzarte a revisar con cuidado lo que es más importante e identificar dónde están los desfases entre lo que dices que es importante y el modo en que realmente inviertes tu tiempo, energía y recursos.

Muy a menudo sólo pensamos en lo que queremos hacer, o cuánto dinero queremos ganar, o cómo trabajar en un sector que está contratando a mucha gente, pero nadie pregunta qué es lo que no queremos hacer.

Déjame que te cuente una historia personal relacionada con los valores. Cuando me echaron de la última empresa tuve que preguntarme: ¿qué quiero hacer con mi vida? ¿Cuál es mi prioridad para el futuro? No tenía ni idea de lo que quería hacer, pero tenía muy claro lo que no quería. No quería volver a perder dos o tres horas de mi vida cada día en desplazamientos de casa al trabajo y viceversa. Por tonto que parezca, esa decisión de no desperdiciar mi vida en el metro y en el tren de cercanías fue una razón importante por la que hoy puedo escribir este libro. Con esa decisión, había muchas opciones que descartaba directamente: no volvería a ser responsable de logística, ni director de producción, ni jefe de compras ni ningún otro trabajo relacionado con un cubículo.

Empieza con una visión

Al mirar hacia el futuro, ¿qué tipo de vida imaginas? ¿Cómo será el trabajo que realizarás para poder tener la vida que deseas?

Si tus valores son tu brújula, tu visión es tu destino deseado. Una vez que sepas hacia dónde te diriges, un proyecto paralelo puede llevarte allí, pero primero debes señalar el punto, o al menos, la dirección a la que deseas dirigirte. En cuanto adquieres la mentalidad de PROFESIONAL verás que te será muy fácil encontrar soluciones y superar barreras si estableces tu destino.

Tu visión, aunque puede cambiar a medida que obtienes más información y clarificas tus ideas, te mantiene centrado a la hora de tomar decisiones importantes. Una visión es la diferencia entre una frase vaga como «Me gusta viajar y enseñar» y otra como «Dentro de un año, viviré en París, trabajando en una tienda de ropa mientras me preparo para impartir un curso sobre derecho comercial internacional». Tener una visión clara, atractiva y motivadora es crucial para tus proyectos. Una visión potente es la capacidad de visualizar un futuro deseable con tanta claridad que puedes ver claramente los pasos que debes seguir para llegar hasta allí. Lo genial de pensar en proyectos paralelos es que eres libre de elegir la ruta que sea mejor para ti.

Encuentra tu punto óptimo

Antes de meterte a fondo con tu primer proyecto paralelo es importante que identifiques tu punto óptimo o *sweet spot*, como lo denominan los anglosajones.

Todo lo que te cuento en este libro tiene algo en común, me refiero a ganar dinero haciendo algo que te gusta o con lo que disfrutas. Sin embargo, no debes cometer el error de pensar que todo lo que te interesa es vendible o rentable. Por eso necesitas hallar tu punto óptimo, ese lugar donde se encuentran tus pasiones con tus fortalezas y con lo que necesita el mercado.

Punto óptimo = pasión (lo que te gusta hacer) + dinero (lo que te permite ganarte la vida) + cualidades (en lo que eres realmente bueno)

Hay personas apasionadas por algo que no dominan, así que es poco probable que tengan éxito. También hay gente que disfruta con algo y, además, son buenos en eso, pero nadie está dispuesto a pagarles por ello. La cruda realidad es que, si no hay demanda para tu producto o servicio, no importa lo que a ti te apasione o lo bueno que seas haciéndolo: nadie lo comprará.

Encontrar tu punto óptimo evitará que inviertas tiempo, energía y dinero en proyectos que proporcionen algo que nadie quiere o necesita. Al final, las personas sólo te pagan si les ofreces algo que consideran que vale lo que les pides. Si no puedes proporcionar un valor tangible, una solución a un problema real o mejorar la vida de alguien, las probabilidades de éxito de tu idea son escasas.

Piensa como un PROFESIONAL

No es suficiente estar en el lugar correcto en el momento correcto. Tienes que ser la persona adecuada en el lugar correcto en el momento idóneo.

T. HARV EKER

Tener la actitud correcta es un factor fundamental a la hora de tener éxito como PROFESIONAL. Para alguien con mentalidad de empleado o de funcionario, romper la regla no escrita de intercambiar horas por dinero entra en conflicto con su sistema de creencias sobre cómo ganarse la vida. Esa mentalidad lineal para monetizar no te servirá. Si la tienes, deshazte de ella. Como te he dicho, el empleo es la «tarifa plana» de los proyectos paralelos.

Los PROFESIONALES, al finalizar un proyecto, no sólo preguntamos ¿cuánto he ganado?, sino también ¿qué he aprendido?, ¿qué he creado?, ¿en qué he aportado? Medimos el éxito de nuestra vida en función de lo que estamos aprendiendo, cambiando y contribuyendo. No se trata sólo de dinero.

Cuando los PROFESIONALES nos encontramos en modo inactivo o reactivo, ya nos ponemos nerviosos y buscamos un cambio hacia una nueva oportunidad más atractiva. Los PROFESIONALES aprendemos y contribuimos con lo que podemos a lo largo de toda la trayectoria laboral que, con frecuencia, va mucho más allá de la edad de jubilación oficial. Muchas personas que he conocido y que están desarrollando proyectos paralelos no tienen planes para retirarse en el sentido tradicional. Ni yo tampoco.

Cree para crear

¿Por qué no has puesto en marcha tu propio proyecto hasta ahora? No creo que sea por pereza o falta de cualidades. Más bien diría que no lo has hecho porque has sido entrenado para no hacerlo. Ese entrenamiento empezó en tu primer día de colegio. Pero si quieres tener una mínima opción de sobrevivir laboralmente, vete olvidando de todo lo que te han contado, como te decía al principio del libro.

Un factor común que tienen las personas que he conocido y que han puesto en marcha proyectos propios es la creencia en sí mismos, la creencia de que pueden alcanzar objetivos, la creencia de que tienen todo lo que necesitan para conseguir el estilo de vida que desean. Creo que la mayoría de las personas tienen la convicción de que la vida es difícil. El éxito es difícil. Perder peso es difícil (me lo van decir a mí). Ganarse la vida haciendo lo que te gusta es casi imposible. Estoy seguro de que tú no eres así, pero lo más probable es que conozcas a alguien que sí piensa de ese modo.

La razón por la que algunas personas tienen éxito no sólo es porque sean buenas, sino también porque saben que son buenas. Tienen fe en que van a triunfar. Por favor, no confundas creer en ti mismo y en tus proyectos con eso que llaman la ley de atracción, que dice que todo lo que tienes que hacer es pensar en lo que quieres y lo conseguirás. Eso suena muy bien y hay gente que lo cree porque les hace sentir bien. Pero olvídate, nadie te va a regalar nada. Tienes que salir y pelear. Tienes que trabajar duro en casi todos los casos. Así que no estoy diciendo en absoluto «no trabajes duro, basta con

creerlo con mucha fuerza». De hecho, digo lo contrario: debes perseguir lo que quieres en la vida con todo lo que tienes a tu alcance. Vale, hay muchas personas que trabajan duro y nunca llegan a ningún lado. El éxito es algo tan simple como:

ÉXITO = tus cualidades × tu esfuerzo + un puntito de suerte

Cuando te convences de que algo es posible para ti, tienes menos estrés y más confianza. La confianza es un gran potenciador del éxito. Cuanto más creas en ti, más probable será que inviertas el máximo esfuerzo y, de ese modo, multiplicarás tus opciones de conseguir tus objetivos. Ya ves que a mí no me va mucho eso del pensamiento positivo, pero debo decir que si hay un elemento que es más importante que cualquier otro, es la palabra *creencia*.

Elimina el miedo y la inercia

Por supuesto, comenzar un proyecto como los que te explico aquí no es siempre fácil. Todo lo que merece la pena está lleno de obstáculos y es impredecible. Pero empezar a diversificar tus ingresos con proyectos paralelos no es precisamente el camino más arriesgado. Tener un espíritu emprendedor es difícil, pero no perseguir tus propios objetivos es peor. Construir los sueños de otra persona sólo para darte cuenta demasiado tarde de que eres sustituible sí que fastidia. Qué me van a contar a mí...

Entre las razones más frecuentes citadas para no poner en marcha una idea, está la preocupación de no tener éxito, el temor a perder tiempo y recursos necesarios para otras cosas y el miedo a que al dedicarte a tus propios proyectos puedas salirte de la senda tradicional del mercado laboral. En resumen, el miedo es la razón más frecuente por la que los potenciales creadores de ideas de negocio se niegan a lanzarse.

Un profesional, como tú y como yo, no podemos dejar que el miedo al futuro nos robe los sueños de hoy. Para reducir esa ansiedad, debes pensar siempre en que todo lo que hagas te llevará a un futuro mejor.

Nunca hay un momento perfecto para comenzar un proyecto. No importa cuánto tiempo esperes, nunca tendrás la experiencia suficiente, nunca tendrás los recursos necesarios y nunca reducirás el riesgo a cero. Siempre existe la posibilidad de que tu proyecto falle, pero también existe la posibilidad de que tenga éxito. Y, además, en el peor de los casos, ninguno de los proyectos que te he sugerido va a hacerte perder más que tiempo y una cantidad irrelevante de dinero.

Supera tu miedo. Eres tú el único que va a decidir si tus proyectos, tu situación financiera y tu vida serán un éxito. Nada es posible hasta que tu deseo por conseguir lo que quieres sea mayor que tu miedo. Cuando empiezas siempre hay vergüenza, desconfianza, miedo a meter la pata, pero es mejor fallar haciendo lo que te gusta a no hacer nada. Si piensas en lo que puede salir mal, nunca buscarás fórmulas alternativas a un trabajo «normal» o probarás otras opciones.

No esperes que el coraje, el valor te caiga del cielo si no te mueves. El miedo se supera actuando. El temor no desaparece antes de empezar algo que te preocupa. La confianza aparece después, cuando te has puesto en marcha y estás alineado con tu visión y tus valores.

Responsabilízate de tus acciones

Trabajar para ti no es un reto porque las tareas sean demasiado difíciles o complicadas, sino porque eres la única persona a quien debes responder si no te levantas de la cama cada mañana y te pones a trabajar. Nadie cuidará de tus proyectos como tú mismo. Así que prepárate para tomar decisiones y asumir la responsabilidad de tu propio éxito.

En primer lugar, deja de culpar a los demás. Deja de culpar a las circunstancias. Deja de culpar a los políticos. Si realmente quieres que las cosas empiecen, asume al ciento por ciento la responsabilidad de tu vida y tu profesión, incluso aunque se produzcan errores y surjan problemas de los que no tienes toda la culpa. Te ayudará a ser una persona fiable, coherente y mejor. Te liberará de tu necesidad de tener la razón. ¿Prefieres tener la razón o tener éxito?

Eres absolutamente libre de controlar tu destino. No puedes confiar en que el gobierno te solucionará tus problemas porque incluso a la Seguridad Social le pueden quedar dos días. No puedes confiar en ninguna empresa si las cosas se tuercen, porque incluso las más grandes están reduciendo, reestructurando y cerrando. Y de los sindicatos, mejor ni hablar. La única persona en la que puedes confiar eres tú mismo.

No confundas los consejos con el permiso. No necesitas que nadie te dé permiso para perseguir tus objetivos. Si has estado esperando la autorización de alguien para empezar un proyecto paralelo, deja de esperar y lánzate.

Haz inventario de tus cualidades

Espero que, el próximo año, cometas errores. Porque, si cometes errores, significa que estás haciendo cosas nuevas, probando cosas nuevas, aprendiendo, viviendo, empujándote a ti mismo, cambiándote a ti mismo, cambiando tu mundo.

NEIL GAIMAN

Todos somos expertos en algo. A menudo, ese «algo» no tiene nada que ver con lo que estudiaste, ni siquiera con los puestos o cargos que has ocupado en una empresa. Quizá los títulos y diplomas que has ido acumulando durante años no sean los más relevantes para desarrollar tus ideas de negocio, pero seguro que has adquirido habilidades, experiencias y conocimientos que puedes convertir en algo valioso y monetizable. Por ejemplo, cuando tuve que replantearme mi proyecto profesional, me di cuenta de que se me da bien diseñar estrategias para alcanzar objetivos personales y profesionales. Tengo cierta habilidad para visualizar el futuro de la gente a la que asesoro y diseñar un plan para transformarlo en realidad. Nada de eso tiene que ver con mi licenciatura (soy

químico agrícola) ni con los puestos que he ocupado en las empresas en las que he trabajado. Lo que sé es que con lo que he ido aprendiendo aquí y allá he sido capaz de crear métodos y sistemas para convertir mi pasión en mi profesión y ahora quiero ayudar a otros a conseguirlo.

Tenemos muchas de las cualidades necesarias, pero debemos sacarlas a la superficie y utilizarlas. Cuanto más sepas usar esas cualidades para beneficio de otros, más opciones de éxito tendrás. El primer paso para convertirte en un PROFESIONAL independiente, libre, es hacer un inventario de tus habilidades actuales. Así que elabora una lista con todas las cualidades diferentes y valiosas que tienes. Ten en cuenta tus experiencias laborales (o de cualquier otro tipo) pasadas o actuales, tu formación, tus aficiones, etc. ¿Qué tareas específicas haces increíblemente bien? ¿Qué es fácil para ti pero es difícil para los demás? ¿Por qué cualidades te escogen y te pagan?

Tus mejores cualidades son todas aquellas actividades que te resultan más fáciles que a otros. Son todas las habilidades y destrezas que has desarrollado a lo largo de los años. Son tus fortalezas naturales que no suelen aparecer en tu currículum. Puedes ser un genio para encontrar ideas (aunque no tanto para ponerlas en marcha) o para motivar a un equipo, para el diseño, para la tecnología, para poner orden en el caos o para explicar conceptos complejos en lenguaje sencillo.

Si quieres desarrollar proyectos paralelos, debes mantener actualizadas tus cualidades e ir cada día incorporando algunas nuevas. Es vital para mantenerte competitivo. Porque la formación continua no es opcional para los PROFESIONALES. Debes estar aprendiendo constantemente si quieres tener éxito en esta cultura de proyectos. Y una cosa más: cuando descubras esa cualidad especial que tienes, ponle el precio que merece.

Identifica lo que te apasiona, pero sin pasarte

Este libro trata de mostrarte cómo puedes convertir lo que te gusta en proyectos rentables que puedas ejecutar desde prácticamente cualquier parte del mundo, proporcionándote un estilo de vida con el que la mayoría de la gente sólo puede soñar.

De todos modos, creo que, a veces, se sobrevalora o se entiende mal lo que implica esto de la pasión. Haz lo que te gusta, sí, pero con cabeza. Digo esto porque no puedes hacer lo que quieras y esperar monetizar tal cual. Eso sólo funciona si hay alguien que considere que eso que te apasiona tiene algún valor para alguien además de ti mismo. Lo bueno de ser un apasionado de tu trabajo es que te mantendrá centrado en tu objetivo y te animará a seguir adelante a pesar de las personas que te pongan pegadas y de cualquier obstáculo que se interponga en tu camino. Cuando se trata de proyectos paralelos, tus posibilidades de éxito son directamente proporcionales al grado de satisfacción que obtienes de lo que haces.

Busca algo en lo que tengas un profundo interés personal. Algo que disfrutarías haciendo durante doce o quince horas al día y que, cuando lo dejes, siga dándote vueltas en la cabeza. Incluso si eres una de esas personas que todavía no tiene claro qué es

aquello con lo que disfruta, la única forma en que puedes encontrarlo es probando cosas. La única forma de saber si realmente hay algo que te hace olvidarte de todo lo demás, es experimentarlo. Si quieres encontrar tu pasión o simplemente encontrar el trabajo en el que encajes, no lo pienses, hazlo. Quizá ése es el mensaje más importante de este libro.

No te quedes sentado esperando recibir una especie de iluminación que te diga lo que te gusta. Sal ahí fuera y explora. Experimenta con las ideas que consideres más interesantes y atractivas. La única forma de descubrir si algo te pone las pilas es intentarlo. Sentarse y pensar sobre ello no te servirá de mucho. Cuando descubres lo que disfrutas hacer, a menudo te darás cuenta de que es algo que viene de lejos y que, en realidad, has estado haciéndolo de alguna forma durante toda tu vida.

Elige un nicho

Puedes construir algo que una gran cantidad de personas quiere en una pequeña cantidad, o algo que una pequeña cantidad de personas quiere en una gran cantidad. Elige lo último [...] casi todas las buenas ideas para nuevos negocios son de ese tipo.

PAUL GRAHAM

Deja de tratar de ser todo para todos. Busca un nicho en el que puedas enfocarte. Un grupo específico de personas a las que puedas ayudar de la mejor forma posible. Si te centras en un área en la que tienes experiencia o habilidades, pasas de ser un generalista a ser un experto en ese campo específico. Además, te será mucho más fácil entender para quién y para qué sirve tu producto o servicio.

Cuando dejas de tratar de ser todo para todas las personas, tienes más posibilidades de ser el mejor en lo que haces. Y si quieres progresar en tus proyectos paralelos tienes que luchar por ser uno de los mejores en lo tuyo. Los que sobresalen en cualquier sector reciben mucha más atención y generan más oportunidades.

Si creas una base de clientes que sean consumidores leales, no necesitarás invertir mucho dinero y tiempo en marketing o en buscar nuevos compradores. Y, algo importante, cuando tienes un grupo estable de clientes puedes ser extremadamente selectivo con respecto a con quién trabajas.

Para mantener un flujo continuo de trabajo, redobla tu esfuerzo con los clientes que te pidan trabajos recurrentes. De esta manera podrás planificar mejor tu tiempo y la gestión de tu proyecto será mucho más fácil de manejar. Cuando tienes clientes con los que trabajas de manera continua, conocerás mejor su negocio y podrás mejorar tu servicio y el valor que les proporcionas.

Aprende de tu competencia

Vigilar a tus competidores es importante, pero sólo si te lo planteas como una forma de mejorar. Nunca dejes que la competencia te arrastre. Si son más grandes que tú, aspira a ser como ellos algún día, ya sea en ventas, en la adquisición y en la retención de clientes

o en los servicios que ofreces. Pero sobre todo, utiliza esa información para diferenciarte, para encontrar nuevas opciones y para desarrollar una marca personal reconocida y valorada.

Siempre habrá otros que percibas como mejores, y de hecho puede que lo sean. Pero no dejes que te hagan sentir mal, debiliten tu confianza y te generen miedo e inseguridad. No tienes que ser el mejor en todo. Sin embargo, cuando observas a tus competidores, es posible que puedas aportar algo que ellos no tienen en cuenta o que no encaja con su forma de actuar.

Siempre que elijas un proyecto o un producto que tenga éxito, puedes estar seguro de que aparecerán competidores. Pero no te obsesiones con ellos. En lugar de enfocarlo con una mentalidad de escasez, mejor hazlo con mentalidad de abundancia. La mentalidad de escasez se basa en la idea de que los competidores te roban una parte del pastel. La otra forma de pensar en la competencia es desde una mentalidad de abundancia. La competencia debe ser aceptada y considerada como positiva por dos razones principales. En primer lugar, el simple hecho de que haya competidores te indica que estás en un sector lo suficientemente grande y rentable como para que puedas generar ingresos. La otra razón por la cual la competencia es tan valiosa es que puedes aprender de sus trucos. Cuando veas algo interesante de un competidor, busca maneras de absorber algo de su estrategia, mejorarla y aplicarla a tu proyecto. Creo que los competidores me ayudan a crear más conciencia sobre mis productos y a que mi trabajo sea aún más fácil porque todo lo que tengo que hacer es implementar algunas de sus estrategias para ponerme por delante de ellos.

¿Cómo funciona tu competencia? ¿Cómo consiguen sus clientes y cómo los gestionan? ¿En qué se diferencian de ti? Saber lo que hacen los competidores es importante, pero saber cómo lo hacen es crucial. Si un competidor se anuncia a través de un sitio web, investiga cómo lo hace y luego piensa si puedes modificar tu plataforma digital para que aparezca en las listas de motores de búsqueda por delante de ellos.

Cuando pongas en marcha tu primer proyecto paralelo guíate por lo que hace tu competencia a la hora de tomar decisiones importantes como establecer tus precios, qué productos y servicios ofrecer, cómo llegar a su mercado o qué tecnología usar para hacer que tu negocio sea más productivo. Y luego, sigue tus propias reglas.

Evita asociarte si no lo necesitas

Aunque yo siempre he trabajado solo, he conocido los problemas que han tenido muchos emprendedores o creadores de proyectos paralelos que desarrollaron sus ideas de negocio con algún socio. Dolor, pérdida, frustraciones, expectativas incumplidas e incluso problemas legales.

La conclusión que he sacado de todas estas experiencias es que es mejor evitar las alianzas y hacer lo posible por lanzar los proyectos paralelos por tu cuenta. Las asociaciones con otras personas no parece que faciliten el funcionamiento de un negocio

de las características de las que te hablo en este libro. Me temo que si te unes a un socio terminarás gastando una gran parte de tu día de trabajo gestionando la relación en lugar de centrarte en desarrollar el negocio.

¿Te asociarías con alguien si estuvieses convencido de que podrías hacerlo solo aunque tardes un poco más? Si es así, ¿qué te impide hacerlo solo? Pregúntate si realmente necesitas asociarte con alguien.

Construye una comunidad

Tu proyecto paralelo puede crecer mejor y más rápido si construyes una comunidad alrededor. Conseguir seguidores, prescriptores o fans no es un proceso sencillo ni rápido. Requiere paciencia, persistencia y un compromiso auténtico y bidireccional. Sin embargo, con el tiempo, puedes crear una conexión, una sintonía de manera consistente y auténtica con personas que aprecian lo que haces y que desean ser parte de ello de alguna manera, conseguirás y mantendrás una comunidad leal de fanáticos, evangelistas y embajadores que difundirán con entusiasmo tus proyectos a la gente que confía en ellos.

Para construir tu base de seguidores necesitarás una plataforma, un medio para conectarte con ellos de manera regular. Cuando hablo de «plataforma» me refiero a compartir activamente información de temas relacionados con tu proyecto en tu blog, en las redes sociales, en un boletín que envías periódicamente por correo electrónico o en una conferencia.

Busca mentores

Un mentor es alguien a quien admiras porque ha logrado algo a lo que tú aspiras, o sabe más sobre un área de interés que tú. Encuentra personas relacionadas con los proyectos y los temas que te interesan, busca a quienes puedas preguntar acerca de sus experiencias diarias, tal vez incluso te permitan que les acompañes a alguna reunión o a compartir con ellos alguna jornada. Esto te ayudará a confirmar si la realidad de ese trabajo que admiras y al que te gustaría dedicarte coincide con la idea que tienes sobre él.

La gente a menudo me dice que les da miedo o se ponen nerviosos cuando buscan un mentor, por temor al rechazo si tienen que pedir consejo a alguien a quien admiran. Ten en cuenta que lo peor que alguien puede decirte es que no pueden atenderte. Un «no» casi nunca es por una razón personal contra ti. Puede que la persona a la que pediste ayuda esté agobiada con otros proyectos en este momento, puede preferir un formato diferente de contacto al que has utilizado (es decir, una llamada telefónica en lugar de quedar a tomar un café) o cualquier otro motivo para rechazar tu petición de ayuda. Puede que dar consejos sobre el tema en que es experto sea la forma de ganarse la vida del mentor al que recurres, por lo que puede redirigirte a los programas que ofrece. De todos modos, muchos dirán «sí», que sí pueden o, al menos te dedicarán unos minutos o te darán algunos consejos, recordando a todos los que los ayudaron en el camino.

Construye tu marca personal

Tu marca no es lo que dices que es, es lo que otros dicen que es.

MARTY NEUMEIER

Quizá eres de los que están desencantados de muchos conceptos empresariales. Y todavía más si éstos se aplican a las personas. Puedes decirle a todo el que te quiera escuchar que no quieres saber nada de eso de la marca personal, que tú eres lo que eres y punto. Pero no te engañes: todos los negocios en la era digital dejan una marca, sin excepciones. Tú también, aunque no lo hagas de forma consciente. Lo bueno es que una vez que aceptas que el mercado funciona así, puedes gestionar la forma en que tus clientes te perciben. Y esto es importante porque, como se suele decir, la percepción es la realidad. Tu marca personal no es lo que dices que eres sino lo que dicen tus clientes (o clientes potenciales) que eres.

Necesitas desarrollar una marca personal que te genere oportunidades. Una vez que esta huella se consolide con éxito, verás que las oportunidades para darte a conocer y generar ingresos aparecen con mucha más frecuencia. Recibirás propuestas de los sitios más insospechados como televisión, radio, periódicos, invitaciones para dar conferencias o proyectos de consultoría bien pagados.

Una marca no es un logotipo. No es un diseño gráfico. No es un producto. Todo eso son elementos que existen alrededor de una marca, pero no es la marca en sí misma. Tu marca personal es la experiencia que generas cuando alguien se relaciona contigo.

Mucha gente piensa que desarrollar una marca conocida y reconocida es algo reservado a empresas con presupuestos millonarios, pero nada más lejos de la realidad: hoy cualquiera puede hacerlo. Hay profesionales que han desarrollado marcas personales muy sólidas y valiosas y han sabido utilizarlas para monetizar sus productos y servicios: consultoría, conferencias, webinars, apariciones televisivas, ofertas de patrocinio y mucho más.

Quizá te preguntes si tiene sentido dedicar un esfuerzo extra a desarrollar tu marca personal cuando hay tanta gente haciendo cosas parecidas. La respuesta es que sí que lo tiene. Lo que te diferencia de otros no es tanto lo que haces como tu perspectiva singular, tus cualidades, tu experiencia o tu visión. Eso hace que tus proyectos sean distintos a cualquier otro. Lo único que tu competencia no puede copiar es la esencia de lo que eres. Cuando lo pones en primer plano, los competidores pueden intentar copiar lo que ofreces, pero nunca serán como tú.

Si desarrollas una marca personal valiosa, podrás dedicar menos tiempo al marketing y tardarás menos en ganarte la confianza de tus clientes. Cada vez será más frecuente que sean ellos quienes te busquen gracias a la experiencia, reputación o referencias que has ido desarrollando durante meses o años. Te van a considerar como un referente, incluso un influencer en tu campo. Te pedirán tu opinión sobre cuestiones

relacionadas con tu especialidad. Buscarán tus opiniones en entrevistas, artículos o los contenidos que publicas en tus plataformas. Será más fácil ganarte la confianza de los inversores. Y los patrocinadores apostarán por ti porque consideran que merece la pena asociarse a lo que representas.

Tu marca personal como profesional de servicios

En un proyecto unipersonal, es mucho más difícil desarrollar una marca personal potente que tenga el mismo nivel de reconocimiento que la de una empresa multinacional, que invierte millones de euros en publicidad y marketing. Pero no necesitas llegar a ese nivel, te basta con generar un impacto en un grupo concreto de gente.

Construir una marca personal en torno a lo que vendes te ayudará a atraer y mantener clientes haciendo que tu negocio sea conocido y reconocido. Esto es especialmente importante para los proyectos paralelos enfocados en la venta de productos, como las tiendas de internet, que necesitan distinguirse de los gigantes de la red que pueden competir mejor en precio.

Factores como el nombre de tu empresa, el aspecto de tu logo y sitio web o los tipos de letra que utilizas contribuyen a tu marca personal. Y lo mismo ocurre con los medios y canales que eliges para comunicarte. Pero tu marca personal va más allá de tu imagen. Detrás de cualquier marca exitosa está el valor que proporcionas a tus clientes y la consistencia con la que entregas ese valor. Tu marca personal también debe reflejar los valores de tu proyecto: la innovación, la diferenciación, la especialización, el servicio al cliente o cualquier otro factor que consideres importante destacar.

No intentes ocultar el hecho de que tienes un negocio pequeño. A mucha gente nos gusta hacer tratos con una persona con cara y ojos a la que podemos contactar directamente o que responde a los comentarios publicados en un sitio web. Es parte del encanto de la marca personal.

A medida que hagas crecer tu negocio, tendrás muchas oportunidades para experimentar y perfeccionar tu marca y comercializarla. ¿Tienes alguna habilidad especial como cocinero privado? ¿Ofreces un servicio de masaje? ¿Puedes ayudar a remodelar una vivienda unifamiliar? ¿Dominas el maquillaje más tradicional para celebraciones especiales? ¿Alguna vez has trabajado para alguien famoso? Como docente, ¿trabajas con grupos de edad específicos? ¿Prefieres enseñar a grupos o personas? ¿Cuáles son tus mejores asignaturas: idiomas, literatura, matemáticas y ciencias, historia, etc.?

En todos los casos, busca esa ventaja adicional que te ayude a destacar y, al definirte a ti mismo, también estás definiendo tu mercado y eligiendo las habilidades con las que disfrutarás más. En las primeras etapas puedes sentir que te estás limitando, pero no hay ninguna razón por la cual no debas realizar el trabajo con el que se te identifica como terapeuta o entrenador, pero con el tiempo tendrás más éxito al hacer el trabajo que prefieras.

Identifica lo que te diferencia

Con el aumento de la competencia entre profesionales independientes ya no puedes limitarte a ser eficiente, rápido o barato. Ahora debes ser EL más eficiente, EL más rápido o EL más barato. Tienes que encontrar algún aspecto que te haga ser EL MEJOR. Eso es lo que te va a hacer sobresalir en un mercado en el que hay tanto donde elegir.

Lo que tienes que ofrecer depende, por supuesto, del modo en que vas a convertir tus cualidades en proyectos paralelos para monetizarlos. ¿Vendes productos (Etsy, eBay, tienda virtual)? ¿Proporcionas un servicio (*coaching*, consultoría, servicios personales)? Entonces, encuentra ese factor que haga que no sólo seas bueno sino que te perciban como EL MEJOR.

No trates de ser todo para todos (ya te lo he dicho, ¿no?). Nadie tiene todas las respuestas. No tienes que ser mejor que la competencia en todos los sentidos, pero al menos deberías ser diferente en algún aspecto. Elige algo concreto en lugar de algo genérico. No seas un «consultor de negocios» o un «entrenador personal», sé lo más específico que puedas sobre ese valor diferencial que realmente puedas aportar.

En resumidas cuentas, si puedes comunicar claramente tu diferencia, dejarás una huella, una impresión más definida en la mente de tu mercado. Si no puedes transmitir una diferencia clara, vas a pasar desapercibido, serás ignorado. No sé si puede decirse que o te diferencias o mueres pero quizá si no lo consigues es posible que sobrevivas, pero a duras penas.

Gánate la confianza

Una de las fuerzas más potentes en el mercado de los profesionales libres es la confianza. Si las personas se fían de ti, es más probable que te den algo de lo que valoran, desde su tiempo hasta su dinero. Una de las mejores formas de hacer que las personas se sientan cómodas y dispuestas a hacer lo que propones es consiguiendo que te perciban como fiable.

Por lo general, preferimos hacer negocios con personas que nos gustan y en las que creemos, ¿verdad? Puedes prometer que todo va a ir bien; pero si no te has ganado la confianza de tu cliente potencial, esas promesas tienen poco valor. Nos guste o no, las personas están entrenadas para ser escépticas. Están predispuestas a no creerte.

Es sumamente importante, para el éxito de tus proyectos paralelos, hacer lo que dices que vas a hacer cuando dices que vas a hacerlo. Ésta es realmente la clave para construir una cartera sólida con tus clientes. Las personas aprenden que pueden confiar en ti cuando dices que vas a cumplir con los plazos y proporcionar lo prometido de una manera competente y profesional.

Para que puedas construir un proyecto paralelo basado en la confianza aquí tienes algunos consejos concretos:

Testimonios	Una referencia de otra persona puede reforzar tu confianza, pero ver un testimonio de alguien reconocido y con prestigio puede disparar tu fiabilidad. La clave de los testimonios es la credibilidad. Si los clientes pueden ver que personas como ellos mismos hablan bien sobre lo que haces, tu proyecto será más valorado.
Escribe artículos	Para presentarte como un experto, escribe artículos. Cada sector tiene sus propias revistas especializadas. Si puedes conseguir que publiquen tus artículos, aumentará mucho tu credibilidad tanto con tus clientes como con tu competencia.
Conviértete en autor	Con mucho, uno de los factores de credibilidad más fuertes que puedes tener a tu favor es ser el autor de un libro. Como autor, puedes usar tu libro para posicionarte como experto y es la mejor tarjeta de visita. Ser un autor genera credibilidad inmediata y establece un nivel de respeto infinitamente más alto que cualquier competidor.
Relación con los profesionales de tu sector	Hay una gran verdad en la expresión: «Dime con quién andas y te diré quién eres». Cuantas más ocasiones tengas de compartir eventos y mantener encuentros con los referentes de tu sector, mayor será el valor percibido de tu marca personal.
Tiempo en tu sector	Cuanto más tiempo lleves, mejor. Así que empieza cuanto antes.

Hazte visible

El valor empieza mostrándonos y dejándonos ver.

BRENÉ BROWN

El marketing es un elemento importante de todo proyecto de negocio, pequeño o grande, independiente o tradicional. Lo maravilloso de internet es que hoy no tienes que invertir mucho dinero para darte a conocer. Ser bueno no es suficiente para ser conocido y respetado en tu campo. Para bien o para mal, en la economía empresarial actual, ser excelente, e incluso ser conocido y respetado en tu sector, no es suficiente. Debes hacer llegar tus mensajes de forma creativa, innovadora e impactante tanto si decides que tu proyecto paralelo sea escribir libros, dar conferencias o ganar dinero con infoproductos como si te vas a centrar en los podcasts, los blogs o en asesorar a empresas o personas.

Prepárate para compartir tus mejores ideas con las personas adecuadas. Mantén actualizadas tus credenciales, tus tarjetas de visita, tu sitio web y tu catálogo de productos. No hay nada peor que lanzar un negocio y darte cuenta de que nadie se ha enterado. Mi experiencia es que es importante crear primero una base de seguidores. Es lo que empecé a hacer incluso antes de tener completamente decidido a qué me quería dedicar. La gente de tu «tribu» te puede dar buenas pistas.

Si compartes contenidos en tu blog y en tus redes sociales, vas creando tu red de contactos e intervienes como ponente siempre que te inviten a hablar de lo tuyo mientras vas desarrollando tus ideas, entonces el día que quieras lanzar tu primer proyecto paralelo, ya tendrás una audiencia pendiente de tus propuestas.

Crear una audiencia puede sonar complicado para ti si nunca lo has hecho. Pero no es tan difícil como puedas pensar y, por lo general, se puede hacer en menos tiempo de lo que crees.

Crea contenido

¿Cómo construyes una audiencia en las circunstancias actuales? La respuesta se puede resumir en tres palabras: contenido, contenido, contenido.

Sorprendentemente, la mayoría de los principiantes, incluso aquellos que están generando mucho contenido, nunca han dedicado tiempo a pensar sobre la estrategia para gestionarlo. Un buen contenido es la mejor manera de atraer nuevos clientes y reforzar el vínculo con los clientes actuales. Y lo más importante, es la mejor manera de mantener y reforzar tu marca personal.

Hablar sobre compartir contenido puede poner nerviosas a algunas personas que quieren poner en marcha sus ideas de negocio. En primer lugar, porque piensan que les va a robar un tiempo del que no andan sobrados. En segundo lugar, porque regalar contenido parece que va en contra de nuestro propósito de ganar dinero. Pero hoy, la clave es la audiencia: cuando consigues la atención de las personas, puedes vender casi cualquier cosa. Y cuanto más contenido del que compartes consume un seguidor, más probable será que te compre algo.

Si deseas desarrollar una estrategia de marketing personal eficaz, tómate tu tiempo y hazlo de la manera correcta. Construir una relación sólida con tu audiencia requiere tiempo. Encontrar tu estilo propio también. Pero cuanto antes puedas arrancar tus plataformas para compartir tus historias y tus proyectos, antes tendrás una comunidad de personas que confíen en ti. Y cuando las personas se fíen de tu trabajo, te comprarán.

Tienes que construir una audiencia antes de construir un negocio. No puedes saber cómo va a reaccionar tu audiencia ante algo que has creado hasta que esté disponible. Eso significa que cada minuto que trabajas en algo sin que lo compartas con tus seguidores estarás perdiendo una información valiosa.

Abre tu laboratorio de ideas

Compartir los resultados finales de tus proyectos es esencial, pero es aún más útil abrir tu proceso y compartir a medida que avanzas. Debes hacer con tu trabajo lo mismo que en un restaurante japonés: «cocinar» a la vista de todos. Abre tu laboratorio de ideas:

- Publica en tu blog sobre el tema del libro que estás escribiendo.
- Graba una canción todas las semanas y súbela a algún canal de música.

- Coloca escenas del rodaje de tu película de bajo presupuesto en YouTube y analiza los comentarios y las descargas.
- Comparte tus mejores fotos en Instagram, Flickr o Facebook.
- Explora el enfoque de tu negocio de diseño de interiores mediante la recopilación de ejemplos de tus mejores trabajos en Pinterest o Instagram.
- Crea una primera versión de tu charla o taller y pruébala con una audiencia indulgente.
- Si quieres poner en marcha un restaurante, organiza una sesión de degustación para amigos.

Muestra tus proyectos paralelos desde el principio y espera los comentarios de tus clientes. ¿Qué puedes compartir ahora mismo? Piensa en todas las maneras posibles de compartir sobre la marcha lo que estás creando. Tuitea sobre las cosas que estás descubriendo. Observa las reacciones de las personas que te siguen y comprueba qué tuits encuentran más interesantes. Comprueba qué temas del blog hacen que la gente escriba más comentarios, qué tuits se retuiteen más, qué publicaciones se comparten, cuantos «me gusta» recibes o qué partes de tu servicio o producto son más apreciadas.

Puede ser que lo que veas no sea lo que esperas, pero precisamente por eso, ésta es una realimentación extremadamente valiosa. La gente percibirá cosas buenas que ni siquiera conocías. Contribuirán con nuevas ideas, defenderán temas e incluso podrían ofrecer su colaboración o ayudarte a compartir los resultados finales de tus trabajos. Nunca puedes llegar a predecir las conexiones y oportunidades que surgen cuando muestras tus procesos. Aquí es donde se produce la magia.

Compartir cosas valiosas a lo largo de tu proyecto es la mejor forma de marketing personal que puedes realizar y es perfecto para gente como yo, que nos consideramos malos comerciales. En lugar de decir que eres bueno en lo tuyo y pedir que te compren, lo que haces es demostrarlo compartiendo cosas útiles. Esto tiene el beneficio adicional de tocar la tecla de la reciprocidad, me refiero a ese instinto natural de sentir que debemos devolver un favor a quien nos lo hace antes.

Facilita que la gente te siga. Pon tu nombre de Twitter, perfil de LinkedIn, página de Facebook o, posiblemente, la más poderosa de todas, la suscripción a tu lista de correo electrónico. Poco a poco irás haciendo crecer tu comunidad, una audiencia que probablemente esté interesada cuando finalmente tengas algo a la venta.

Si adquieres el hábito de compartir cosas con el mundo regularmente, ya sean publicaciones de blogs, eventos, representaciones artísticas o proyectos de clientes, llegará a un punto en el que la gente empezará a esperar tu próxima publicación. Y cuando eso sucede, todo cambia porque ya no es sólo a ti a quien le importa si tus proyectos avanzan o no.

Atrévete a sentirte vulnerable

Atreverte a compartir algo de ti mismo, incluso si se trata de una sola persona quien lo vea, puede hacernos sentir expuestos. Incluso comenzar un proyecto paralelo puede hacernos sentir vulnerables porque significa atreverse a admitir que te preocupas por algo lo suficiente como para tomar medidas al respecto en lugar de dejar que todo siga igual.

Una razón importante por la cual las personas no logran el éxito que desean en la vida no es la pereza o la falta de tiempo. Ni siquiera es el miedo al fracaso. Es la falta de voluntad para ser vulnerable: aparecer, exponernos, dejarnos ver y no poder controlar lo que sucede. Si puedes aprender a aceptar este sentimiento de vulnerabilidad (y hacer frente a la incomodidad cuando las cosas no van bien), desarrollarás tu propia fuerza y será más fácil alcanzar tus objetivos.

Da la cara. Pon tu fotografía y tu nombre en tu sitio web o blog para generar confianza. Si revelar tu identidad podría provocarte problemas con tu empleador, usa sólo tu nombre o, quizá, aunque no es mi opción favorita, un seudónimo. Es bueno tener una identidad incluso cuando no puedes usar tu nombre real.

Pon a tu trabajo el precio que merece

Si es la primera vez que vas a poner en marcha un proyecto paralelo, seguramente te preocupará mucho saber cómo establecer el precio correcto de tus productos o servicios. Si no tienes ni idea, mira a tu alrededor y analiza lo que otros están pidiendo. Pero ten en cuenta que existe una amplia variación de precios en cualquier campo.

A veces, un ligero cambio en la forma en que presentas lo que haces, o cómo lo empaquetas, puede mejorar enormemente tus ingresos. La buena noticia es que puedes probar con diferentes precios. Si proporcionas un servicio como profesional independiente, consultor o asesor, las primeras personas a quienes vendas probablemente te compren tras mantener una conversación personal contigo. Puedes proponer un precio, lo que crees que realmente vales, y ver cuál es su reacción. Si nadie dice que es demasiado, es que no estás cobrando lo suficiente.

¿Cuál es la tarifa actual que están cobrando otros en tu campo? Si no lo sabes, empieza a buscar en internet y pregunta a amigos y colegas. No puedes establecer unas tarifas correctas si no sabes cuál es el rango en el que te mueves. Si tu proyecto paralelo es algo que nadie ha intentado antes, ¿cómo puedes saber lo que vale tu trabajo, o más importante, lo que los clientes pagarán por ella? Lo primero que debes saber es que, generalmente, hay una variedad de precios posibles que puedes cobrar correctamente. Quieres que sean lo bastante bajos como para no perder clientes, pero lo suficientemente altos como para que todavía puedas ganar dinero. Suponiendo que quieras maximizar los beneficios, tu objetivo a largo plazo es encontrar un punto óptimo en el extremo superior de lo que la gente está dispuesta a pagar. Ése es el objetivo a largo plazo. Sin embargo, cuando empieces, sólo tienes que asegurarte de que tu precio sea lo suficientemente alto

como para que el proyecto valga la pena. El primer paso es dejar bien claro el valor que proporciona lo que ofreces. Una vez que lo hagas, te sentirás más cómodo cobrando lo apropiado, incluso los precios más altos.

Ganar confianza para cobrar lo que vales es un problema frecuente entre quienes tratan de lanzar una idea de negocio como las que te explico en este libro. Pero es vital que hagas lo que sea necesario para superarlo si quieres que acepten el precio de tus productos o servicios.

Como profesional independiente, tienes la ventaja de decidir cuánto cobrar por tus servicios. Por supuesto, debes conocer el nivel de calidad de tu trabajo y las tarifas del mercado para ofertas similares. No quieres cobrar muy poco por tus servicios, pero al mismo tiempo no querrás cobrarle demasiado a un cliente y luego enfadarle presentando un trabajo mediocre. Cobrar una tarifa justa por tus habilidades y experiencia específicas, y cumplir, o mejor aún, exceder las expectativas de tus clientes es la mejor manera de mantener tu demanda como PROFESIONAL.

Una vez que tengas claro de qué recursos dispones de manera realista, puedes rechazar el trabajo de clientes que no estén dispuestos a pagarte lo que solicitas en relación con tu tiempo y experiencia. También puedes aumentar tus tarifas en proporción directa a tu nivel de habilidad y cualidades. Como regla general, a medida que aumenten tu destreza, experiencia y credibilidad, también aumentarán tus honorarios.

Es de esperar que un aumento en el precio tienda a alejar a algunos clientes mientras compensas la pérdida con mayores ingresos. Lo curioso es que, cuando he subido los precios de mis servicios, algunos de mis mejores clientes me dijeron que ya estaba tardando, que mi trabajo valía más de lo que les estaba pidiendo. Cuando tus clientes se quejan de que el precio es demasiado bajo, debes escuchar.

Por último, fija el precio según el valor, no el tiempo. Los clientes pagan por lo que reciben, no por cuánto tiempo dedicas a pensar o a aprender.

Escala tu proyecto paralelo

Si estás leyendo este libro, entiendo que te interesa saber cómo poner en marcha proyectos pequeños, personales, como los que estamos denominando proyectos paralelos. Y, además de leerlo unas páginas más atrás, es posible que en alguna ocasión hayas oído expresiones como «Tenemos que encontrar el modo de escalar este proyecto» o «Este negocio no es escalable». Pero ¿qué es esto de escalar? Escalar puede significar cosas diferentes, dependiendo del contexto, pero aquí estamos hablando de crecimiento. Escalabilidad es la capacidad de un sistema o proceso de realizar más o menos trabajo sin verse afectado en su buen funcionamiento. En un negocio, escalabilidad se refiere a la forma de crecimiento, a la capacidad de crecer (o decrecer) sin que ello afecte (demasiado) a su funcionamiento.

Puede llegar el momento en que, si la demanda crece lo suficiente, tengas que encontrar un modo de escalar tu proyecto. Eso puede ser a través de la automatización, la contratación de asistentes virtuales o poner a profesionales en nómina. Lo que importa al

final es encontrar una manera de hacer crecer tu negocio pero sin perder las ventajas de un proyecto pequeño.

Una vez que tu idea funcione y ganes dinero, puedes escalar tu negocio de dos maneras, con personas o con sistemas. Escalar con sistemas significa automatizar lo que haces. Escalar con personas significa formar a otros en tus métodos para que puedan funcionar aplicando tu modelo y obtener ganancias con lo que le cobras a los clientes. Por ejemplo, supongamos que empiezas por tu cuenta como diseñador de presentaciones empresariales. La cosa va bien y entonces contratas a otro diseñador independiente. Ahora puedes asumir más proyectos, pero tus beneficios no aumentan mucho porque le estás pagando a este profesional la tarifa actual del mercado como empleado. Pero imagina que empiezas a subcontratar trabajos de diseñadores independientes en España o en otras partes del mundo a un coste mucho más bajo, donde las tarifas de mercado son mucho menores y, además, no los tienes en nómina. Esto hoy es posible gracias a la tecnología. Aunque estés pagando a estos diseñadores, tus costes extra son mucho menores que si los contratases aquí. Por tanto, las ganancias aumentan con cada cliente nuevo que traes. Felicidades, ya estás escalando.

Quizá tu idea nunca ha sido contratar a nadie. Tu forma de pensar rechaza cualquier opción que no sea la de trabajar solo. Quieres desarrollar proyectos que dependan de ti y sólo de ti. Yo soy de los que piensan así. Pero no lo descartes.

Recuerda que empezaste todo esto porque quieres tener la vida que deseas. En este caso, la escalabilidad puede ser una opción que te va a facilitar la replicación de tu idea y ser más productivo. Se trata de trabajar de manera más inteligente en lugar de ir por el camino más difícil. Pero la decisión final es sólo tuya.

Una mala idea es aquella que sólo te permite ganar dinero si tienes más tiempo, por lo que dependes totalmente de ti. ¿Por qué? Porque ese tipo de idea tiene un límite. Incluso los PROFESIONALES más trabajadores acaban consumiendo todo su tiempo. Y cuando eso ocurre, se frustran y se queman tratando de hacer crecer su negocio cuando eso ya no es posible. La mejor idea es aquella que se puede escalar para que el PROFESIONAL pueda ganar más dinero dedicando menos tiempo.

Hay muchas formas diferentes de escalar un negocio. Cada profesional independiente es un mundo, por lo que todo depende de cuáles sean tus objetivos. En tus proyectos paralelos el tiempo es dinero, así que cualquier cosa que pueda automatizarlos te proporciona más horas de trabajo al día, que puedes usar para otras cosas. Te sugiero que hagas un inventario de las tareas que realizas rutinariamente y te preguntes: ¿puedo automatizar algo? ¿Es más rentable contratar a alguien que lo haga por mí? Si la respuesta es sí, hazlo sin dudarlo. Te sorprenderás cómo realizar algunos gastos puede duplicar o triplicar tus beneficios y todo porque has liberado un tiempo valioso que puedes optimizar.

Recuerda que, como PROFESIONAL, el recurso más valioso que tienes no son tus clientes, ni tu tecnología, ni siquiera son tus ideas, por fabulosas que sean. No quiero sonar radical, pero todas estas cosas son reemplazables. Tu recurso más valioso es el tiempo que, además, no es renovable. Cada segundo, cada minuto, cada hora, cada día, cada semana que pasa no hay forma de recuperarlos. Esto es lo que hace que el tiempo sea tu recurso principal. Nunca lo olvides y maximízalo siempre que sea posible.

Si tienes la intención de hacer crecer tus proyectos paralelos para respaldar tu estilo de vida ideal o si deseas ver qué tan lejos puedes llegar si contratas a un equipo, deberás implementar sistemas que te permitan escalar sus esfuerzos con éxito. Cuanto más pienses en los detalles al principio, más fácil será replicar tu modelo de negocio correcto y aumentar sus ingresos rápidamente. Al escalar mediante automatización, subcontratación o colaboraciones, puedes estar en más de un lugar al mismo tiempo.

Elena Arnaiz Ecker

Tu historia. Cómo conseguiste ganarte la vida sin etiquetas

Crisis. Un despido. ¿A mí? Quejas, llantos y demás lamentos. Me había creído la trampa. ¿Indefinido significaba no tener que pelear nunca más por mi desarrollo profesional? Ahora me río, pero te aseguro que llegué a creérmelo.

Despojarme de mi sentimiento de inutilidad, de mi ego venido a menos y de mi miedo atroz me costó.

Cuando decidí empezar a hacer algo diferente a quejarme por mi vida, leí en mi Twitter recién inaugurado al autor de este libro hablar de marca personal. Decía algo así como deja de decir qué haces y empieza a hacerlo. Me pareció suficientemente hiriente como para entrar a leerlo. Cinco años más tarde me invita a compartir mi experiencia en uno de sus libros (éso que yo tengo totalmente subrayados y que tan a mano siguen estando, aún no me lo puedo creer) y he conseguido vivir y ganarme la vida con lo que me apasiona y de forma autónoma.

Me puse manos a la obra... ¿No era orientadora profesional? ¿Qué clase de psicóloga especializada en el desarrollo profesional y en el talento en las organizaciones no es capaz de encontrar empleo? Mi miedo aún crecía más. Pero yo sabía que tenía capacidad, lo había visto en los ojos de las personas que he acompañado o formado durante toda mi vida. Ese proceso de reconocimiento y de puesta en valor de mi potencial fue clave en mi reinención.

Todo eso de identificar mi talento estaba muy bien, pero... y aquí otro punto de crisis, ¿a quién le interesa esto?, ¿quién me lo puede comprar? Ser capaz de pensar en términos de aporte de valor y de identificar necesidades y no fórmulas jurídicas empezó a despertar algo en mí. Ya no tenía que buscar trabajo (que por aquella época escaseaba y mucho), tenía que centrarme en enseñar en qué aportaba yo valor a personas que necesitaban un perfil como el mío. Mucho más retador, más barreras que superar (miedos), así que ahí me lancé. Sin idea de tecnología, siendo una gran crítica de Twitter y absoluta desconocedora de los blogs, me aventuré en el universo 2.0. Y en paralelo asistí a mil eventos de networking, mil formaciones, mil conferencias. Pensar, actuar y evaluar. Para mejorar y crecer. No había más. Pero los resultados no llegaban. Ilusa. Tardé en entender que era una carrera de fondo, que eso que estaba haciendo era para toda la vida y me relajé. Me relajé sobre todo porque encontré empleo, para qué vamos a engañarnos. Pero ya no me resultaba suficiente. Quería seguir. Y lo hice, pese a la «comodidad» de un nuevo trabajo indefinido, seguí apostando por mí. Sabía cómo aportar valor,

sabía cómo generar negocio, por primera vez en mi vida, vendía. Yo no tenía ni idea de vender y llevaba toda la vida entendiendo mal el concepto. Y, de repente, podía generar dinero con lo que yo misma era capaz de hacer, con aquello que me hacía disfrutar, con lo único que de verdad me mueve: las personas. Y ser capaz de aportarles herramientas para que crezcan.

¿He dicho de repente, no? Pues no, no es rápido. Los resultados los ves un buen día, pero ese día tomas conciencia de todo lo que has hecho antes. Soñar en grande y trabajar como una hormiguita. En pequeño y muy constante.

No hay sólo una tecla que te lleve a tus objetivos. Ganarte la vida con lo que sabes hacer pasa, en resumen, por lograr alcanzar cierto ritmo abarcando toda la escala:

1. Tú: el valor de que seas capaz de dar lo que sabes por los demás y la lucha constante por crecer y por superar tus barreras. Yo las reconocí fácilmente. Cada excusa que me ponía para no hacer algo y las críticas más voraces que me escuché hacer a los demás.
2. Los demás: tu capacidad y habilidad para entender que la vida son relaciones. Yo entendí rápido que, para que funcione, el interés (da tú primero siempre) y el ego (que a veces te impide rodearte de personas mucho mejores que tú en, al menos, un aspecto) deben quedarse cuanto más lejos mejor.
3. El terreno de juego: estás en un mundo que cambia cada día. No podemos obsesionarnos con estar de rabiosa actualidad pero, por favor, acostúmbrate a cambiar y a cuestionarte todo lo que haces. No te adaptes al cambio (ya irás tarde), promueve y busca tu cambio en la medida de tus posibilidades.
4. El producto: lo que vendes. Y recuerda que nunca eres tú el que te vendes. Identifica y mejora cada día en tus competencias profesionales. El conjunto particular y único de lo que sabes hacer, lo que en realidad haces y la forma en lo que llevas a cabo. Aprendizaje y mejora continua como clave del éxito en ese sentido.
5. La visibilidad: si no hay acción no hay talento. Si hay talento y no lo enseñas, no hay consecuencias. Tienes a tu alcance miles de medios para darle visibilidad. Cuando los límites espacio temporales de tu cuerpo se acaben (y si no tiene los resultados que tú esperas) tienes a tu disposición el universo 2.0 para darle mayor alcance a tu propuesta de valor. Vives en un mundo absolutamente tecnologizado y conectado. Ya no hay excusas.

¿Es fácil? No. ¿Es rápido? No. ¿Se puede conseguir? Sí. Si sabes cómo y si te entrenas para ello. Este libro es una joya y todo un plan de acción e inspiración. Coge tu estilo y ponte manos a la obra ya.

Elena Arnaiz Ecker

<http://elenaarnaiz.es/>

[@elenaarnaiz](#)

Algunos consejos finales

Los aficionados se sientan y esperan la inspiración, los demás simplemente nos levantamos y nos ponemos a trabajar.

STEPHEN KING

Primero genera opciones y luego las reduces

Tienes muchas más opciones de las que crees. Puedes empezar a identificar esas opciones haciendo una lista de todas las que puedas imaginar. Por ahora, no tienen que ser ideas prácticas o realistas. La lista puede incluir elementos como:

- Sigue con lo que estás haciendo ahora
- Negocia con tu empresa para cambiar tu puesto, horarios, responsabilidades o tareas
- Busca un nuevo trabajo en el mismo sector
- Busca un nuevo trabajo en un campo completamente diferente
- Busca la formación que te interese para aprender algo que te guste
- Empieza a trabajar en un proyecto paralelo
- Haz pequeños negocios con un amigo

Dependiendo de en qué etapa de tu vida te encuentres, tu lista puede contener muchos más elementos, varios de los cuales te pueden parecer atractivos. Pero con demasiadas opciones, tomar decisiones será más difícil. Por tanto, te será más fácil si puedes eliminar algunas de estas opciones siguiendo los criterios siguientes.

Pasión. Lo que amas

Primero elimina las ideas que no te sacan una sonrisa cuando piensas en ellas. Éste suele ser el criterio inicial para la toma de decisiones, porque la vida es corta y ciertamente no quieres hacer algo que no te gusta.

Ingresos. Lo que paga las cuentas

A continuación, descarta las ideas que no tienen un potencial real para generar ingresos. Esto no significa que no puedas hacer esas cosas como afición, pero este libro no trata de aficiones para pasar el rato. El objetivo es hacer cambios en tu profesión que te generen felicidad e ingresos.

Cualidades. Lo que te hace realmente bueno

Finalmente, descarta las ideas en las que no eres particularmente bueno o en las que tus habilidades no son especiales. Recuerda que hay más de un camino, pero encontrar la carrera de tus sueños no se trata sólo de lo que puedes hacer, sino, sobre todo, de lo que deberías hacer. El objetivo no es sólo encontrar un camino posible, sino encontrar el camino que sea mejor para ti.

Utiliza sólo las ideas y herramientas que necesites

Selecciona las ideas más atractivas y profundiza en ellas. Independientemente del enfoque que elijas, la parte más importante es empezar. No hay un solo camino «correcto» para monetizar, el riesgo está en no diversificar. Algunas opciones pueden estar relacionadas con ciertas estrategias, como el *coaching* o los blogs, otras pueden ser

una mezcla más heterogénea, como hablar en público o crear sistemas de suscripción, otros pueden centrarse en encontrar nuevas audiencias, llegar a las personas de diferentes maneras y aportar valor a través de múltiples canales.

Hay muchas cosas que podrías hacer con tu profesión, pero las personas que tienen más éxito han encontrado la combinación perfecta de pasión, ingresos y cualidades. No tienen que elegir entre su dinero y su vida. Por encima de todo, trabajar en lo que deseas debería ser tu objetivo profesional número uno.

Crea un proyecto paralelo incluso si nunca pretendes trabajar por tu cuenta a tiempo completo. Los proyectos alternativos brindan seguridad, y nadie debería tener todos sus ingresos provenientes de una sola fuente.

Hazlo divertido

Tenemos un plan «estratégico». Se llama hacer cosas.

HERB KELLEHER

Si no estás disfrutando de tus proyectos paralelos en este momento, ¿hay alguna forma de hacerlos más estimulantes? ¿Quizá hay una manera de cambiarlos para adaptarlos mejor a tu personalidad? Si eres una persona que se encuentra como encadenada tras un ordenador porque trabaja en casa, mira de qué forma puedes cambiar tu enfoque para tener más contacto con los demás.

Aprende de los fracasos y dejarán de serlo

Es poco probable que todo salga bien a la primera, pero la experiencia es una gran maestra. Hay algo que escucho a menudo de los profesionales con los que trabajo y que ya han lanzado sus primeros proyectos paralelos. Me dicen que, a pesar de lo duro que puede ser abrir nuevos proyectos o directamente tomar nuevos caminos, la mayoría nunca mira hacia atrás ni lamenta su decisión de lanzarse.

Recuerda que esto es sólo la versión 1.0

Crea la primera versión de tu idea, sitio web, libro o lo que sea y recuerda que siempre puedes mejorarla y aumentar su valor en la siguiente versión. Al escribir libros, es posible que ni siquiera muestres a nadie tu primer borrador (yo nunca lo enseñé), pero debes terminarlo antes de volver atrás y tratar de mejorarlo. Ésta es la razón por la cual algunos autores decimos que es mejor contar con un «borrador rápido» para tener la primera versión lo antes posible y algo sobre lo que construir la obra definitiva (o casi).

Cada prueba y error, cada iteración, cada intento mejora el proceso. Mientras tanto, vas entrando en la dinámica de la generación de ingresos con tus propios proyectos. Verás que no necesitas una oferta perfecta o una gran infraestructura para empezar a facturar. No te digo que lances cualquier basura, sino que ofrezcas algo valioso mientras sigues mejorándolo. ¿O es que la última versión del iPad no es mejor que la primera?

Empieza con algo, pero ya

Todos los negocios, sitios web, blogs o eventos exitosos deben empezar en algún lugar, en algún momento. Es posible que tu idea sea construir algo grande, algo que genere ingresos consistentes y significativos. Pero, al principio, esto puede ser abrumador. Recuerda que puedes empezar con una sola cosa, sólo un proyecto. Tu primer producto, tu primer congreso virtual, tu primera publicación en el blog, tu primer cliente de consultoría, sin obsesionarte demasiado por lo que va a ocurrir después.

No tengas miedo de abandonar

Los verdaderos triunfadores no dudarán en abandonar un proyecto sin futuro. Debes dominar el arte de saber cuándo dejarlo y cuándo continuar. «Nunca te rindas», así en general, es un mal consejo. Cada libro de éxito tiene un capítulo sobre cómo diferentes personas famosas superaron los obstáculos y nunca se dieron por vencidos, alcanzando finalmente sus sueños. ¿Has oído hablar del deportista que se enfrenta a un obstáculo tras un obstáculo, se niega a darse por vencido y finalmente supera sus miedos para ganar el oro olímpico? Sí, es un gran argumento para muchas películas, pero, en realidad, la mayoría de las personas que aspiran a convertirse en atletas profesionales fracasan. Lo siento si te he roto algún mito.

Has escuchado estas historias muchas veces, el autor mundialmente conocido que fue rechazado por un centenar de editores antes de ser aceptado y, finalmente, ganar el Premio Nobel de literatura, el inventor cuyos primeros mil inventos fracasaron antes de llegar a lo grande, y así sucesivamente. Pero seguro que también has leído esa cita que atribuyen a Albert Einstein: «La definición de locura es hacer lo mismo una y otra vez y esperar resultados diferentes». Einstein tenía razón cuando decía que el peligro real de volverse loco, o simplemente fallar una y otra vez, generalmente viene de no hacer algo nuevo.

Precisamente, los peores fracasos vienen de insistir en algo que hemos estado haciendo durante un tiempo y que no funciona de ninguna manera. La mayoría de nosotros somos lo suficientemente inteligentes como para darnos cuenta de que si intentamos algo nuevo y no funciona, no podemos seguir haciendo lo mismo y esperar resultados distintos. Podríamos intentarlo una vez más, pero lo inteligente es, al menos, cambiar las tácticas. Si algo no funciona en un proyecto paralelo (incluido un empleo), no es necesario que continúes. De hecho, probablemente no deberías. Los verdaderos ganadores abandonan muchas veces. Y no pasa nada, excepto que quizá sufra un poco tu ego.

Los números no engañan, en muchas facetas de la vida, para que alguien gane, otros tienen que perder. Afortunadamente, cuando se trata de encontrar el trabajo para el que naciste, normalmente no tienes que competir contra otros miles de personas. Y, a diferencia de los deportes, pueden ganar muchos, no sólo uno.

El mayor problema surge cuando nos condicionamos al éxito de acuerdo con un determinado método o plan de acción. Cuando algo funciona por un tiempo y luego deja de funcionar, es cuando es difícil cambiar. No seguimos intentando lo mismo una y otra vez porque somos estúpidos o porque no sabemos hacer nada mejor. Es sólo que nos gusta lo que nos es familiar, y cambiar es difícil. «¿Por qué no está funcionando?», nos preguntamos. «Funcionó mil veces antes. Tal vez si lo intento una vez más, saldrá bien.» ¿Deberías volver a subir y probar, intentarlo de nuevo? Quizá. Pero debido a que corres más riesgo de repetir los fracasos cuando insistes en seguir con un método que funcionó en algún momento, tal vez deberías empezar a hacer las cosas de manera distinta.

Revisa lo que puedes modificar para ganar más dinero

Dedica un día cada dos o tres meses a analizar las cosas que puedes hacer para ganar más dinero. Hazte preguntas abiertas y concretas sobre cómo funcionan tus proyectos:

- ¿Qué está funcionando bien con este proyecto paralelo, y cómo puedo potenciarlo?
- ¿Hay algo en este proyecto que pueda automatizar o subcontratar?
- ¿Qué podría hacer para ganar más dinero sin dedicar mucho más tiempo?
- ¿Podría aumentar el precio de la oferta asociada a este proyecto paralelo?

Después de realizar esa pequeña auditoría, establece metas basadas en lo que has aprendido. Por ejemplo, si crees que tienes margen para incrementar los precios, empieza con un aumento del 5 por ciento por ahora y revisa los resultados tras un período.

Algunas de las mejores historias que he escuchado vienen de personas cuyo primer intento de proyecto paralelo no produjo resultados geniales, pero realizaron algunos cambios y se hicieron mucho más fuertes con la siguiente versión. Estas personas no se dieron por vencidas o, al menos, no tiraron la toalla. Sabían que a veces se necesita más de un intento para hacerlo bien. Pero tampoco esperaban que el dinero cayera mágicamente del cielo. Simplemente hicieron algo para mejorar.

Incluso cuando tienes un golpe de suerte y las cosas funcionan bien a la primera, la mentalidad de mejora continua conseguirá que cada día aumente tu profesionalidad y tu prestigio. Todos estamos en un viaje, y tenemos que hacer ajustes a medida que avanzamos. Es así como se gana.

Si alguno de tus proyectos paralelos ha comenzado con fuerza, presta atención y piensa de qué modo puedes mejorarlo aún más. Establece un objetivo para cambiar algo que aumente los ingresos a partir de ahora. Del mismo modo, no tengas miedo de abandonar lo que no funciona bien y utilizar esa energía en mejorar las cosas que sí lo hacen.

Aprende a ser PROFESIONAL

Nada funcionará a menos que tú lo hagas.

Cuando no sabes cómo escribir un artículo, aprender a conducir y montar en bicicleta sin perder el equilibrio, todo eso te puede parecer lo más difícil del mundo. Pero cuando aprendes, puedes preguntarte cómo llegaste a considerarlo imposible al principio. Lo creas o no, ésa es la misma sensación que tendrás cuando empieces a generar ingresos con tus proyectos paralelos. Y entonces comenzarás a preguntarte: ¿por qué no empecé antes?

Sin la mentalidad correcta, las técnicas prácticas y las estrategias, convertirte en PROFESIONAL puede parecerte complicado. Pero una vez que has descubierto cómo manejar estos factores, verás lo fácil que puede llegar a ser.

No quiero transmitirtte la idea de que va a ser fácil. Seguramente te enfrentarás a muchos problemas al lanzar tus propios proyectos. Pero considera esos desafíos como lecciones que te harán cada día más productivo. Cada lección te acerca a tu objetivo. Algunas veces, las mejores lecciones se disfrazan de dificultades. Ten siempre en cuenta que en la recompensa por el éxito, siempre merecerán la pena los problemas a los que te vas a enfrentar.

No seas un proyectodependiente

Si el camino que tienes delante está despejado, probablemente estés en el de otra persona.

JOSEPH CAMPBELL

Existe una creencia bastante aceptada de que los empresarios, emprendedores y PROFESIONALES en general deben trabajar de setenta a cien horas por semana para tener éxito. De hecho, esto a menudo se vende como un mérito. Pero yo lo encuentro desmoralizador. Muchos de mis amigos que han puesto en marcha negocios presumen de días de trabajo brutales y semanas de trabajo de siete días. A mí, llega a darme vergüenza decir lo (poco) que trabajo cuando hablo con ellos. Porque un PROFESIONAL debería obsesionarse por descubrir cómo trabajar menos horas mientras gana más dinero. Si pusiste en marcha tus proyectos hace una década y todavía trabajas como un esclavo sesenta horas a la semana, no me parece algo de lo que nadie debería presumir. Más bien creo que son ellos quienes deberían estar avergonzados.

Hubo un momento en la historia en que convertirse en empresario era similar a una sentencia de esclavitud. Si pusiste una tienda de ropa en los ochenta o en los noventa, tenías que pagar un alquiler por el local y trabajar horas y horas simplemente para poder sufragar los gastos generales. Cuando el negocio no estaba abierto, no ganabas dinero. Por otra parte, cuantas más horas le echabas, mayor serían tus ganancias, en teoría.

A nuestra generación se nos ha dado un regalo que las generaciones anteriores no han tenido: internet. Si hoy pones un negocio de ropa, éste podría permanecer abierto sin que nadie esté presente para darle a la caja registradora.

Tu objetivo debe ser encontrar una forma de ganar dinero mientras haces otras cosas. Cambiando un poco la frase de Lennon «la vida no debería ser eso que sucede mientras estás ocupado en ganar dinero».

Conclusión

Esto no va (sólo) de dinero, sino de libertad

Si quieres un final feliz, eso depende, por supuesto, de dónde termines tu historia.

ORSON WELLES

Dirigir un negocio de una persona y miles de euros no sólo consiste en alcanzar un objetivo de ingresos. Después de todo, para una persona, alcanzar 100.000 euros puede ser el equivalente práctico de que otra logre 1 millón de euros, todo depende de sus responsabilidades financieras y de sus objetivos de estilo de vida.

En este libro he tratado de ofrecerte una perspectiva distinta sobre cómo gestionar tu profesión. He tratado de ser realista sobre lo que cuesta vivir y ofrecerte alternativas para superar el estrés económico constante y abrumador que envuelve a muchas personas que trabajan por cuenta propia, sin ceder el control de tu tiempo.

He querido mostrarte una forma nueva de entender el trabajo, una en la que establezcas tus prioridades personales y diseñes proyectos que la respalden de una manera sana y sostenible. Esas prioridades evolucionarán a medida que tu vida cambie. Habrá ocasiones en las que prefieras apretar el acelerador para generar más ingresos y otras dedicar más tiempo a otros aspectos o personas de tu vida.

Si asumes lo que has aprendido aquí y aplicas algunas ideas de las que te propongo, abrirás nuevas posibilidades que quizá nunca te habías planteado. No tendrás que preocuparte por el día en que los robots te sustituyan en tu trabajo y tu única alternativa sea vivir con una «renta básica». Siempre tendrás opciones mucho mejores en las que seas sólo tú quien tome las decisiones. No tendrás que esperar a que un supervisor o un jefe te dé permiso.

Como todo lo que merece la pena, poner en marcha proyectos paralelos unipersonales que te generen centenares o miles de euros requiere una cuidadosa reflexión y una búsqueda profunda. No es fácil encontrar una gran idea para un nuevo producto o servicio, y es aún más difícil convertirla en un negocio sencillo con el que puedas generar ingresos de seis o siete cifras. Leer sobre lo que han realizado emprendedores de éxito puede darte algunas pistas sobre cómo hacerlo, pero, al final, debes actuar de acuerdo con lo que sabes y vas aprendiendo, o no pasará nada.

Me siento muy afortunado de haber encontrado una forma de vida que me permite escribir, viajar y realizar un trabajo que considero significativo. Me entusiasma poner en marcha proyectos que tienen el potencial de ayudar a otras personas a encontrar un estilo de vida similar, incluso si lo que tienen en mente para ellos es diferente de mi estilo de vida *knowmad*.

Antes de comenzar a escribir estas páginas, pasé mucho tiempo pensando en muchas de las personas a las que he asesorado. Ellas representaban la oportunidad que les espera a aquellos que abrazan el camino del proyecto paralelo. Todo lo que necesitaban era un poco de orientación.

Mi misión es mostrarte que cualquier persona puede tener más oportunidades creando fuentes de ingresos alternativas y, en consecuencia, consiguiendo más libertad y mayor capacidad para elegir. Cuanto más exploro el mundo de los proyectos paralelos, más inspirador lo encuentro.

La economía de proyectos paralelos está aquí para quedarse. Es una revolución social que puede mejorar nuestro bienestar colectivo y ampliar nuestro enfoque cultural del trabajo. Desde la seguridad hasta los ingresos adicionales, la confianza y la diversión, son muchos los beneficios de los proyectos paralelos.

Cada uno de nosotros tiene una reserva única de conocimientos, experiencia e historias para compartir con el mundo. No hay mejor regalo que saber que estás influyendo en las opiniones de otros, cambiando comportamientos y dando poder a los demás para conseguir lo que quieren de la vida, mientras tú mismo te beneficias de todo ello.

Siempre te has comportado como un PROFESIONAL en tu propia vida. Lo que he compartido aquí es simplemente un modelo para crear una versión auténtica y amplificadora de ti que llegue a mucha más gente al brindar tu voz, opinión, historias e ideas únicas para ayudar a otros a resolver los problemas a los que se enfrentan. Y no importa cuál sea tu historia o tu mensaje, siempre hay alguien que quiere escucharlo.

Mi viaje no siempre fue fácil, pero puedo decir que ha sido y sigue siendo gratificante. Y la mejor parte es que, al igual que tú, todavía estoy empezando...

El libro casi ha terminado, pero el capítulo más importante es el que empieza ahora. Una vez que comiences a pensar como PROFESIONAL, esta forma de vida te acompañará durante mucho tiempo. Continúa aprendiendo, experimentando y mejorando.

Gracias por leer este libro para iniciar y administrar un negocio de una sola persona, idealmente de muchos miles de euros y muchos más grados de libertad. Espero que te sientas más preparado para crear tu propio proyecto.

Este libro no sólo tiene la intención de ayudarte a sobrevivir; está diseñado para ayudarte a prosperar en la nueva economía.

Éste es el momento de que salgas y le cuentes al mundo lo que vales (y lo monetices).

Y si vas a hacer algo importante, hazlo a tu manera.

Bibliografía

Tengo que decir que, aunque llevo años trabajando con proyectos paralelos (lo que los anglosajones denominan *side hustle*), no era consciente de que existiese toda una filosofía y metodología basada en ellos en otros países, especialmente Estados Unidos y el Reino Unido. Así que, al investigar para escribir este libro, he encontrado y utilizado información de muchos autores. Éstos son los que más me han gustado y que más me han influido.

Si los conoces y has leído algo de ellos, verás que muchos de sus planteamientos han impregnado algunas de las ideas que te he contado. Todos ellos puedes encontrarlos fácilmente en Amazon.

Posiblemente, el autor de referencia cuando hablamos de este tipo de proyectos sea **Chris Gullebeau**, autor de libros como *Side Hustle, Nací para esto* o *100 € Startup*. También me han influido las ideas de **Dorie Clark** en sus libros *Stand Out, Reinventing You, Entrepreneurial You*.

En cuanto a aspectos más centrados en la creación de proyectos unipersonales, te recomiendo esta bibliografía, que puede ayudarte mucho a poner en marcha tus ideas siguiendo los criterios que te he planteado.

- *Flee 9 to 5* de **Ben Angel**
- *The Unemployed Millionaire* de **Matt Morris**
- *Screw Work Break Free* de **John Williams**
- *The Ultimate Freelancers Guidebook* de **Yuwanda Black**
- *Pivot The Only Move That Matters Is Your Next One* de **Jenny Blake**
- *The Gig Is Up* de **Olga Mizrahi**
- *A One Person Business* de **Clive Morton**
- *Lifestyle Business Blueprint* de **Tyler Basu**
- *Launch Your Dream* de **Dale Partridge**
- *Freelance to Freedom* de **Vincent Pugliese**
- *The Million Dollar One Person Business* de **Elaine Pofeldt**
- *Influencer* de **Brittany Hennessy**

Espero que este libro sea sólo el principio de toda una filosofía que nos ayude a desarrollar proyectos propios que nos permitan ser más libres.

Monetízate

Andrés Pérez Ortega

No se permite la reproducción total o parcial de este libro, ni su incorporación a un sistema informático, ni su transmisión en cualquier forma o por cualquier medio, sea éste electrónico, mecánico, por fotocopia, por grabación u otros métodos, sin el permiso previo y por escrito del editor. La infracción de los derechos mencionados puede ser constitutiva de delito contra la propiedad intelectual (Art. 270 y siguientes del Código Penal)

Diríjase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos) si necesita reproducir algún fragmento de esta obra.

Puede contactar con CEDRO a través de la web www.conlicencia.com o por teléfono en el 91 702 19 70 / 93 272 04 47

© del diseño de la portada, Microbiogentleman

© de las fotografías de cubierta, Tsokur - Istock - Getty Images

© 2019, Andrés Pérez Ortega

© Editorial Planeta, S.A., 2019

© de esta edición: Centro de Libros PAFP, SLU.

Alienta es un sello editorial de Centro de Libros PAFP, SLU.

Av. Diagonal, 662-664

08034 Barcelona

www.planetadelibros.com

Primera edición en libro electrónico (epub): enero de 2019

ISBN: 978-84-17568-25-2 (epub)

Conversión a libro electrónico: Newcomlab, S. L. L.

www.newcomlab.com

¡Encuentra aquí tu próxima lectura!

EMPRESA



ECONOMÍA



¡Síguenos en redes sociales!



Índice

Sinopsis	4
Portadilla	5
Prólogo	6
Introducción. Llega un momento en el que debes hacer algo	9
1. Lo que está ocurriendo	17
2. Encontrar tu idea «genial»	71
3. Monetizar tus cualidades y experiencia	116
4. Lecciones aprendidas de un PROFESIONAL en serie	202
Conclusión	230
Bibliografía	233
Créditos	234
¡Encuentra aquí tu próxima lectura!	235