

INCONFO RMIS TAS

JOSEF
AJRAM



ISRA
GARCÍA

**UN MBA NO CONVENCIONAL PARA CONSEGUIR TODO
LO QUE TE PROPONGAS EN LA VIDA Y EN EL TRABAJO**

LIFESTYLE + PRODUCTIVIDAD + HABILIDADES NÚCLEO + MARCA PERSONAL +
COMUNICACIÓN + MARKETING + REDES SOCIALES + FINANZAS + NUEVOS MODELOS DE
NEGOCIO + LIDERAZGO + ACTITUD + INTENSIDAD + MENTORING + SUPERHÁBITOS

Josef Ajram e Isra García

Inconformistas

Un MBA no convencional
para conseguir todo lo que
te propongas en la vida
y en el trabajo

© 2016 Josef Ajram e Isra García

© Centro Libros PAF, S.L.U., 2016

Alienta es un sello editorial de Centro Libros PAF, S. L. U.

Grupo Planeta

Av. Diagonal, 662-664

08034 Barcelona

www.planetadelibros.com

ISBN: 978-84-16253-84-5

Depósito legal: B. 20.746-2016

Primera edición: noviembre de 2016

Preimpresión: victor igual, sl

Impreso por Egedsa

Impreso en España - *Printed in Spain*

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 fotocopiar o escanear 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.

SUMARIO

0. #MOVEFORWARD.....	7
1. 80 MOTIVOS PARA PONERTE A HACER LO QUE TE GUSTA.....	11
2. ¿CUÁL ES TU MICRONICHO?.....	21
3. FINANZAS PARA INCONFORMISTAS.....	43
4. ¿HASTA DÓNDE ESTÁS DISPUESTO A FRACASAR?.....	59
5. ¿CÓMO HACER CRECER TODO ESO QUE HAS LEVANTADO DE LA NADA?.....	65
6. «VIVIR JUNTOS, MORIR SOLOS».....	73
7. TATÚATE ESTE OBJETIVO: 8+8+8.....	81
8. CADA PERSONA CON LA QUE HABLAS ES UN CLIENTE.....	95
9. SI NUNCA QUIERES QUE TE CRITIQUEN, NO HAGAS NADA.....	123
10. LAS REDES NO SÓLO TE HACEN PERDER EL TIEMPO, TE HACEN GANAR DINERO... ..	141

11. ... Y TE PUEDEN AYUDAR A CONSEGUIR UN TRABAJO.....	153
12. TÚ ERES EL ÚNICO RESPONSABLE DE TU MARCA.....	159
13. CÓMO CONSEGUIR TODO LO QUE TE PROPONGAS	177

0. #MOVEFORWARD

Haidé Costa es muchas cosas, pero, sobre todo, es una experta en convertir las negativas en retos.

Cuando entró en la universidad, un profesor le soltó que quizá debería dedicarse a otra cosa.

Cuando quiso dar la vuelta al mundo, le dijeron que era una pérdida de tiempo que la dejaría fuera de juego dentro del mundo laboral.

Cuando quiso correr, que tenía el corazón, pero no el físico, que por qué no se dedicaba a un deporte más acorde con sus «capacidades».

Cuando se quedó sin trabajo le aseguraron que le iba a resultar difícil hacerse un hueco en el mercado laboral, con su edad y con su perfil profesional.

Cuando quiso emprender, le insistieron en que eso era muy difícil, que cómo iba a tirar por tierra todo aquello por lo que había trabajado en las dos últimas décadas.

Cuando. Cuando. Cuando. Cuando. Cuando.

Haidé, por supuesto, acabó la carrera, Derecho en la Universitat Rovira i Virgili de Tarragona. Además sacó el posgrado en Derecho Civil Catalán por la Universitat de Barcelona y, más adelante, consiguió el título de especialista en Mediación Civil y Mercantil por la UNED y el C.A.P en Abogacía, a lo que sumó también cursos de doctorado en Derecho Penal.

Y, sí, dio la vuelta al mundo, durante seis meses y medio. Y eso le cambió la forma de pensar. Si no hubiera conocido la Polinesia francesa, al sur del Océano Pacífico, asegura, no sería la misma.

Pero es que, además, terminó convirtiéndose en jueza, un trabajo que ejerció 360 días al año durante nueve años en las jurisdicciones penal, civil y laboral, y se convirtió también en profesora asociada en el área de Derecho Civil en la misma universidad en la que estudió. Qué ironía, ¿verdad?

Y corre desde hace tiempo más de 1.000 kilómetros al año. Aunque su físico no sea el mejor para ese deporte.

No está mal para no tener lo que había que tener.

Pero lo más importante es que cuando Haidé, jueza sustituta durante casi una década, se encontró con que cambiaba el marco legal que regulaba su profesión y se quedaba sin trabajo (bueno, ella y los otros mil jueces sustitutos españoles), aceptó que tenía que volver a empezar de cero. Y decidió poner en marcha un negocio en el que pudiera aportar toda su experiencia.

En realidad, asegura, ésa ha sido la decisión más difícil que ha tenido que tomar hasta ahora: renunciar a

su carrera como jueza para emprender un proyecto propio.

Al principio le rondó por la cabeza dejar currículums en despachos de abogados y esforzarse para encontrar trabajo como letrada. A primera vista, ¿parece lógico, verdad? Pero con treinta y ocho años, jueza durante nueve años... ¿trabajar de abogada? Muy pocos despachos buscan un perfil así para sus plantillas. Para un juez es prácticamente imposible convertirse en asalariado.

La otra opción era el autoempleo.

Así que Haidé le dio vueltas a cómo podía aprovechar su experiencia y todo su valor profesional y comenzó a dar forma a una idea de negocio. La encontró tras la última reforma del Código Penal y con la introducción de la Responsabilidad Penal de las personas jurídicas en las empresas. Montó Judilex, uno de los primeros despachos españoles que ayuda a las pymes a adaptarse al Código Penal y, por resumirlo rápidamente, a garantizar que son honradas.

Haidé asegura que a lo largo de su vida se ha enfrentado a muchas negativas, pero que su caso no es único, que le ha ocurrido como a todo el mundo. En la vida siempre hay retos que superar, dice... sólo que ella se ha convertido en una experta en superar retos.

El último de ellos, el de emprender su propio negocio.

«El mayor reto, para mí, no ha sido realmente emprender, sino tomar la decisión de emprender. Es ese acto previo lo que me costó. Estuve dos años dándole vueltas hasta tomar la decisión. Hasta que no me dijeron que no perdiera más el tiempo no decidí lanzarme», recuerda.

Bueno, ya conoces a Haidé Costa. Como verás, no es como todo el mundo. Tiene treinta y ocho años y es una inconformista. De hecho su trayectoria y sus decisiones constituyen una excelente definición de inconformismo, al menos como nosotros la entendemos.

Queríamos hablarte de Haidé porque lo que hacemos nosotros también lo puedes hacer tú.

Queremos contarte las estrategias y tácticas de marketing, comunicación, productividad, finanzas, liderazgo, marca personal y redes sociales que más nos han ayudado en nuestra carrera profesional, empresarial y personal. Qué hacemos y cómo lo hacemos para crear y lanzar proyectos exitosos, y qué pasa si no funciona como deseábamos.

Te vamos a explicar nuestras mejores técnicas, y compartiremos nuestras claves profesionales y personales, los trucos que más nos ayudan a hacer lo que hacemos y cómo mejorarlos. Todo ello para que lo puedas poner tú en práctica.

Queremos crear una nueva generación de inconformistas.

Por cierto, quienes le dijeron a Haidé que no perdiera más el tiempo y se pusiera ya en marcha fuimos nosotros.

1. 80 MOTIVOS PARA PONERTE A HACER YA LO QUE TE GUSTA

Si estás buscando seguridad, olvídate. En serio. Al día cierran en nuestro país nada menos que ochenta empresas. Sólo durante el tiempo en el que hemos estado trabajando en este libro han dejado de funcionar en España diez mil empresas.

En los cinco primeros años de vida muere la mitad de las empresas y, en el primer año, una cuarta parte. Estadística pura. Además, sólo el 20 por ciento de los nuevos productos que se lanzan al mercado dura más de un año.

Con esas cifras, piensas: Pero ¿quién va a querer montar un negocio? ¿Quién va a querer convertirse en un autónomo? ¿Quién va a querer dejar la seguridad de un trabajo fijo?

A lo mejor crees que no tienes las habilidades necesarias para sacar una idea adelante, o que tu proyecto no está lo suficientemente maduro, o estás convencida/o

de que no vas a ser capaz de financiarlo, o, a lo mejor, lo que tienes es sencillamente miedo de que salga mal.

¿Aún no te has parado a pensar por qué no diriges tu propio proyecto?

Seguro que te han dicho que no todo el mundo tiene madera de emprendedor, que requiere un esfuerzo que muchas personas no están dispuestas a asumir. ¿Te lo crees? Porque las estadísticas tienen muchas caras.

Además, si quieres seguridad, por si no lo sabías, ya no existe la certeza de un trabajo fijo. Olvídate de las catorce pagas, del mes de vacaciones y de terminar encontrando un trabajo para toda la vida.

Así que, ¿qué te da más miedo? ¿Convertirte en una de esas ochenta empresas o dejar que pase el tiempo y que el tiempo decida por ti lo que tienes que hacer?

La zona de confort está en centrarte en esos negocios que no salieron bien.

La zona de confort está en seguir en (o perseguir) un trabajo que no te gusta únicamente porque te promete seguridad.

Salir de la zona de confort supone asumir que ya no existe esa seguridad. Convertirte en autónomo ya no es más arriesgado que estar en nómina.

Pero, claro, dirás, ¿por dónde empiezo?

De partida tienes que olvidarte de los planes de negocio tradicionales. Hay tantas variables imprevistas a las que vas a tener que hacer frente en el día a día, que no te van a ayudar a planificar el futuro de tu negocio. El futuro de tu negocio lo escribes tú, día a día. Sí hay cosas que tienes que planificar, pero lo tienes que hacer con un pie en el mercado.

Y, sobre todo, no tienes que seguir las normas establecidas.

Nosotros hemos llegado hasta aquí porque nos hemos salido de la zona de confort y porque hemos estado dispuestos siempre a equivocarnos.

Ninguno de los dos hemos escrito nunca un plan de negocio. Y ninguno de los dos hemos tenido que cerrar todavía ninguna de nuestras empresas. ¿Cómo lo hemos conseguido? Olvidándonos por completo de las normas, permaneciendo en un estado de reinención y readaptación continuo.

Si hubiéramos planificado todo lo que hemos conseguido hasta ahora, honestamente, lo más probable es que no hubiéramos llegado hasta aquí. Han sido las decisiones que hemos ido tomando día a día las que nos han hecho llegar hasta este punto.

Ésa es una de las primeras lecciones que te tienen que quedar grabadas: debes estar dispuesto a reaccionar ante toda la nueva información y ante todos los imprevistos con los que te vas a encontrar a diario, abrazar el cambio y amar la incertidumbre de lo que no conoces.

Nuestros proyectos son cualquier cosa menos convencionales. Y no son convencionales a propósito.

No vendemos bicicletas de alta competición, vendemos fat bikes en edición limitada, abriendo nuevas categorías en competiciones internacionales.

No vendemos formación profesional, hacemos posible que las personas sobresalgan como individuos para luego hacerlo como profesionales.

No vendemos fondos de inversión en bolsa, demo-

cratizamos las SICAV, haciéndolas asequibles a todos los bolsillos.

No vendemos ropa deportiva, ayudamos a potenciar el espíritu deportivo, a cumplir retos.

No asesoramos sobre marketing, sino que inyectamos innovación disruptiva en todos y cada uno de los proyectos que abordamos.

Nuestras empresas son cualquier cosa menos aburridas.

Nuestros negocios quieren cambiar cada uno de los sectores en los que nos movemos: el deporte, las finanzas, el marketing, la educación y el coaching. No nos vale con montar una empresa. Queremos cambiar cómo se consumen los productos. Queremos cambiar la mentalidad de los consumidores.

Cualquier empresa que aspire a perdurar tiene que querer cambiar las cosas, debe aspirar a ser disruptiva.

Hemos montado empresas que apasionan porque las hemos construido a partir de lo que nos apasiona a nosotros. Hemos creado productos y servicios que nosotros mismos consumimos.

Y no tenemos miedo a fracasar porque sabemos hasta dónde estamos dispuestos a arriesgarnos y porque ya hemos fracasado bastante para llegar aquí. Sí, hemos fallado, pero lo hemos hecho rápido y barato. Bueno, ya nos conoces.

No te vamos a engañar: se aprende más de los aciertos que de los errores. De hecho, nuestros cerebros están programados para ello. Aprender de nuestros errores requiere un esfuerzo adicional.

Resulta que nuestro cerebro está construido de tal

forma que nos recompensa cuando acertamos, y sólo cuando acertamos. Está configurado de tal forma que sólo aprendemos de forma automática cuando hacemos las cosas bien. Así, nuestro cerebro sabe exactamente qué es lo que tiene que hacer para volver a hacerlo bien. ¡Nos anima a hacerlo bien!.

El problema está en que los seres humanos tendemos a no hacer siempre las cosas bien. O, por lo menos, tendemos a no hacerlas especialmente bien a la primera.

Y cuando nos equivocamos, nuestro cerebro tiende a echarnos arena encima.

¿Hasta qué punto? Nuestro cerebro nos ayuda a tapar los errores; protege nuestra autoestima a capa y espada; nos empuja a encontrar todo tipo de argumentos para justificar nuestras equivocaciones, y hace todo lo posible por incitarnos a que el resto del grupo no se entere.

El caso es que nuestro cerebro no aprende automáticamente de los errores igual que aprende automáticamente de los aciertos. Esto nos obliga a aprender de los errores de forma artificial.

Automática, artificial... uff. ¿Qué mal suena, verdad? Nosotros hemos aprendido que romper las normas y confiar en nuestra forma de afrontar el mundo, sin miedo a equivocarnos, ayuda también a nuestros cerebros.

Y también sabemos que si no aprendemos de los errores que cometemos, si los ocultamos, estamos condenados al fracaso.

En realidad, todo lo que necesitas para planificar tu proyecto profesional cabe en un folio.

Nosotros creemos que para tener éxito a la hora de arrancar con un negocio únicamente necesitas moverte en un micronicho, controlar tu inversión y tus costes fijos, aceptar la movilidad y tener una misión clara de por qué haces todo esto.

Realmente, lo primero que se necesita para ponerse en marcha es encontrar un nicho concreto donde crear una propuesta de valor potente y diferencial para los consumidores, hacer una previsión realista de costes y tener muy claro hasta dónde estás dispuesta/o a arriesgarte personal y financieramente.

Y, sí, tienes que tener una misión. Tienes que centrarte en el *porqué* más que en el *qué*.

Si tuvieras la posibilidad de preguntarle a cada uno de esos ochenta negocios que cierran al día cuál es su misión, pocos te podrían dar una respuesta. Básicamente porque no la tenían.

Para una persona lo más importante es tener clara su misión en la vida: ¿Por qué hace las cosas? Si esto está claro, lo demás sale solo. La mayoría de los problemas, pérdidas de foco, pérdidas de dirección, todas las encrucijadas en la vida, se resuelven volviendo la vista a la razón por la que estás haciendo las cosas. Debes tener claro cuál es tu *porqué*.

Y si abordas un proyecto en compañía, debéis definir qué queréis conseguir de forma particular y, sobre todo, por qué. Para asegurarnos de que estáis alineados y para que luego no haya sorpresas. La indefinición en este punto lleva al cierre de muchos negocios.

Para uno puede ser ganar un buen dinero al mes y tener una vida tranquila sin jefes, y para otro, éxito

puede significar llegar a tener un negocio que facture 200 millones de euros y vendérselo a Google.

Así qué, ¿por qué haces/hacéis lo que estás/estáis haciendo? Tener un sentido te/os va a hacer más fuerte/s.

Gema Atienza es otra inconformista que debes conocer.

Gema se describe a sí misma como «matemática, analítica, consultora, patrona de barco, creativa, organizadora nata, aspirante a revolucionar vidas, neuroempresaria y agente del cambio». Con una experiencia de trece años en consultoría en tecnologías emergentes para grandes compañías, decidió abordar un pequeño proyecto que desde hacía años le rondaba la cabeza. En la actualidad investiga y aplica la neurociencia a programas educativos para desarrollar el cerebro de los niños.

La idea que le rondaba a Gema era: ¿Y si utilizamos la tecnología para transformar la educación desde sus raíces?

¿Un buen comienzo, verdad? Pero lo verdaderamente importante está detrás de esa idea: está en el *porqué* de esa idea.

Gema definió así la misión de su proyecto:

«Quiero mezclar neurociencia y educación... ¿neuroeducación? Estoy convencida de que en el futuro habrá profesiones que todavía no imaginamos. Veo la neuroeducación como una nueva profesión. La neuroeducación es una nueva visión de la enseñanza basada en el cerebro. Se trata de traducir los últimos conocimientos sobre cómo funciona la mente y el cerebro y mostrarlo con un lenguaje asequible a padres y maestros, para que éstos puedan utilizar esos descubrimien-

tos como herramientas de docencia diarias. Al entrenamiento del cerebro le uno la estimulación temprana. ¿Sabes que se puede enseñar a un bebé matemáticas o a leer antes de que éste sepa hablar? [...]»

Eso es misión: querer ayudar a padres y maestros a educar mejor; querer trabajar para crear una nueva profesión.

Todo debe empezar con un porqué.

Gonzalo Gonzalo es un bodeguero atípico.

Gonzalo, riojano, fue al banco a pedir un préstamo de 6.000 euros para embotellar Le Punk, un vino que llevaba tiempo mimando y que estaba ya listo para salir al mercado. El director del banco le dijo que como el vino es difícil de embargar no podía concederle el crédito. Gonzalo cambió de estrategia y dijo: Vale, entonces necesito una cuenta de crédito de 4.000 euros... y se encontró con la misma respuesta. Así que decidió pedir ayuda a sus amigos para financiarlo con un sistema de suscripción.

Lo consiguió y decidió cambiarle el nombre al caldo: en lugar de Le Punk, lo bautizó como Gran Cerdo, en homenaje a ese responsable de oficina bancaria que le denegó el crédito.

El vino fue un éxito. Y no sólo por la repercusión mediática, que te puedes imaginar, sino porque, al igual que el resto de vinos de esta particular bodega riojana, es diferente al resto del mercado y ofrece calidad. Por ir contracorriente.

Gonzalo quería romper con una forma clásica de hacer vinos. (¿Lo ves? De nuevo, una misión.) Quería dar una imagen menos seria: no es marqués, ni señorío...

De la primera añada de su primer vino, Orgullo, se produjeron 29.150 botellas y se vendieron todas. Cada año busca nuevas formas de elaborar vinos, nuevas formas de fermentación. Cada año la uva cambia, con lo que no dan continuidad al perfil de vino de una añada a otra. Y eso no lo terminan de entender las bodegas del sector, que, por lo general, hacen siempre el mismo perfil de vino.

La oposición más importante a su idea de negocio vino de dentro del propio sector, de los distribuidores de vino que no abren sus catálogos así como así para incluir sus referencias, lo que le llevó a convertirse él mismo en distribuidor, on y offline, al volante de su furgowine, en la que, si hace falta, hasta hace noche a seis grados bajo cero en medio de una feria medieval en Azuqueca de Henares.

Cuando conocimos su historia nos atrapó.

Gonzalo Gonzalo eligió un camino diferente en un mercado que se mueve en una zona de confort de la que no quiere salir. Tenía claro su *porqué*. Él eligió seguir adelante, a pesar de que le decían que su camino iba por otro lado.

Porque ser inconformista es una elección vital.

Ser inconformista requiere voluntad.

El ser humano nace también con una predisposición psicológica hacia el conformismo. Pero no todos los seres humanos encajan en ese patrón. Por eso tiene tanta fuerza salirse del camino.

Ser inconformista te hace más fuerte ante los demás. Ser un inconformista de forma deliberada proyecta una imagen poderosa en los demás: en los clientes, en

los empleados y en la sociedad. Está vinculado a una imagen de integridad, de autoridad y de competencia.

¿Sabes por qué se proyecta esa vigorosa imagen hacia fuera? Porque el inconformismo funciona cuando hay alternativas y se escoge ir por un camino que no han elegido los demás. Si es fruto de la desidia o de la falta de alternativas, termina siempre jugando en contra del presunto inconformista. Pero si es una elección consciente, esa imagen se queda grabada en la cabeza de tus consumidores.

Ésa es la diferencia que convierte a tus consumidores en tus seguidores, en tus fans.

Eso sí, el inconformismo tiene un coste: abandonar la zona de confianza, en la que, presuntamente, tan seguros estamos. Y tiene mucho que ver con saber por qué la abandonamos. Recuerda: hay una elección, no es algo elegido al azar. Hay que ser conscientes de qué queremos y adónde queremos llegar.

Ésa es nuestra visión.