

Elvira

## La vida real del emprendedor

Conceptos, ejercicios, consejos y  
pensamientos que erradicar.



# Hola!

Qué bien tenerte en Elvira leyendo el primer módulo de su ebook. En él te encontrarás algunos consejos a tener en cuenta si quieres lanzar o hacer crecer una idea, conceptos interesantes sobre la vida real del emprendedor, ejercicios, y pensamientos que erradicar de nuestra mente.

Es más bien una introducción o una visión general para que conozcas un poco de qué va la cosa, cómo piensa Elvira, qué podemos hacer desde lo real para conocer nuestros verdaderos deseos, sacar adelante una idea, lanzarla y ser más felices.

En definitiva, de eso se trata, ¿no crees?

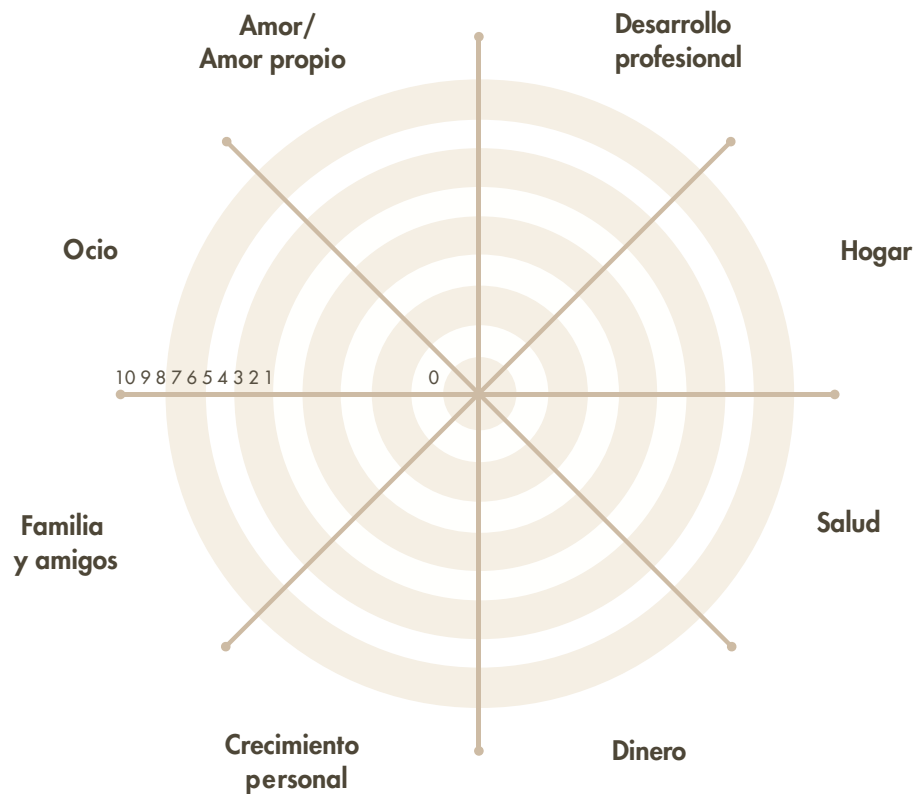
# Indice

1. La rueda de la vida
2. Por qué Elvira cree en la rueda de la vida
3. Cuáles son mis metas
4. Cómo avanzo
5. Niveles y monstruos en el camino del emprendedor:
  - Haciendo números
  - Cuál es el diferencial de mi idea de negocio
  - Quién es mi cliente ideal
  - Cómo habla mi marca
  - Cómo hago mis propias fotos
  - Qué tengo que tener en cuenta para hacer un sitio web
  - Calendario de contenidos
6. Elvira vira
7. El camino alternativo
8. Creencias limitantes, afuera.
9. El equipi
10. Método Elvira

## La rueda de la vida

¿Sabes lo que es la rueda de la vida? si no lo sabes, te invitamos a [descargarla aquí](#) y hacer el ejercicio.

La rueda de la vida te permite hacer una valoración personal de cada aspecto importante en tu vida, como crecimiento personal, amor, dinero, hogar, etc. Una vez que los valoras te das cuenta qué aspecto tienes que mejorar para que la rueda, ruede.



## Por qué Elvira cree en la rueda de la vida

Porque es necesario que todos los aspectos importantes de tu vida estén equilibrados para que realmente puedas avanzar en tu proyecto o idea.

No le estarás dando la mejor oportunidad a tu idea si no estás bien de salud, o no tienes tiempo para relajarte (ocio) o tienes muy poca autoestima (amor).

¿Nuestra recomendación? Haz la rueda de la vida, trata de mejorar los aspectos que están valorados con menor puntuación y cada 6 meses vuelve a hacerla. Una rueda que no rueda, no avanza...

¿Tu rueda, rueda?

## Cuáles son mis metas

Después de trabajar en la rueda de la vida es posible que descubras cosas que tal vez eran obvias y no veías. Por ejemplo, si has valorado hogar con un 6 y te preguntas, ¿cómo sería un hogar con una puntuación de 10? Y tu respuesta es "en una casa en la playa" pero estás viviendo en Berlín, es momento de ir en busca de tu deseo convirtiéndolo en meta y no simplemente conformarte con lo que hay.

Todo esto se aplica también a tu idea de negocios. Creemos que las metas de nuestra vida deben estar alineadas con los objetivos de nuestra idea. Es decir, si tu felicidad pasa por vivir cerca de la playa y estás alquilando cabañas en un centro de ski, hay algo que no funciona.

## Cómo avanzo

Por niveles, escalones, etapas o como quieras llamarle. Puede sonar un poco obvio, pero **no puedes saltarte los escalones**, no puedes pasar del segundo al décimo. Piensa por ejemplo en un juego de hace años llamado Wonder Boy.

El primer nivel es relativamente fácil, entiendes la dinámica general del juego, y vas avanzando a medida que aprendes cómo sortear los obstáculos. Tienes herramientas que sirven para ese nivel y para las que estás capacitado. Si te dieran las herramientas del nivel 6 no te servirán porque no sabrías cómo usarlas.

**Antes de terminar el nivel viene el "monstruo", es inevitable.** Tal vez no logres vencerlo la primera vez que juegas pero lo harás si sigues intentando. ¿Qué pasa cuando matas al monstruo? Pasas al nivel 2. ¿Y acaso en el nivel 2 no hay monstruo? Claro que hay! Es más difícil y poderoso.



**¿Sabes cuáles son tus deseos? ¿Tus metas? ¿Sientes que tu idea de negocios está alineada con tus deseos y metas personales?**

Cuando lo tienes claro y trabajas en una rueda que rueda, avanzas en tu camino como emprendedor.

Todos tenemos nuestros propios monstruos internos y externos, tienes que fortalecerte y vencerlos para seguir avanzando. Los escalones o niveles son necesarios, tienes que pasar por todos, aprender e intentar disfrutar el proceso.

¿En qué escalón o nivel crees que están los emprendedores que tienes como referente y sigues en Instagram? Probablemente no en el nivel 2... Ten paciencia y suma experiencia para poder ir venciendo los monstruos de cada nivel.



## Niveles y monstruos en el camino del emprendedor

Si te enfrentas a estos monstruos sabiendo de antemano de qué se trata, habiendo planeado las etapas y con las mejores herramientas, será más fácil vencerlos. Estos son algunos consejos para ir superando niveles y vencer los monstruos que vayan apareciendo.

## Haciendo números

Nos encontramos con emprendedores que no saben a qué precio vender su producto o servicio, que no saben por qué no pueden mantenerse con los ingresos del negocio o que simplemente están “sobreviviendo” ¿te pasa algo de esto?

La pregunta siguiente es... ¿has hecho números? ¿Sabes realmente cuáles son tus gastos? No le temas al excel y profesionaliza todo el proceso.

Tienes que tener claro cuáles son tus gastos fijos, incluida tu hora de trabajo, para entender cuánto necesitas ganar. Y no solo para cubrir los gastos sino también cuánto tendrías que ganar para vivir la vida que quieres (metas!). Una vez que tengas ese número definido, la siguiente pregunta es, ¿qué vas a hacer y cómo para llegar a ese número?



Concéntrate en vender el producto o servicio que más salida tiene y menos tiempo y dinero en producción requiere. Recuerda que puedes vender 5 sombreros a 20 ó 1 a 100.

Por otro lado, ¿sabes cuántas líneas de negocios tienes? Por ejemplo, si vendes prendas en crochet, bijouterie o diseñas logos, ¿has pensado en convertirlo en taller? Tal vez la entrada de dinero no radica específicamente de la venta del producto.

Hacer números es fundamental. Asignarle un valor a un producto o servicio es respeto por lo que haces. Valora tu tiempo, dedicación y diferencial.

## Cuál es el diferencial de mi idea de negocio

Aunque suene romántico, viene de tu interior o de tu propia personalidad y experiencia. La mayoría de los productos o servicios no son cosas totalmente nuevas, son reversiones, combinaciones o adaptaciones pero que tienen un diferencial. ¿Sabes cuál es el diferencial de lo que vendes?

Por ejemplo, [NonaBruna](#) (emprendedora en Barcelona). Podríamos decir que vende cerámica, como miles de otras marcas más que también lo hacen. Pero el gran diferencial es que su cerámica es exclusiva, única, no hay dos platos o tazas iguales. La persona que compra un producto de NonaBruna se lleva una pieza única que nadie más tiene ni tendrá. Y lo comunica mediante un concepto que también hace única a la marca, celebrando la belleza de la imperfección y dándole a cada momento el valor que se merece.





Descubre el diferencial de lo que vendes y encuentra todas las maneras posible de comunicarlo. Será ese diferencial la razón por la cual tu cliente ideal querrá tu producto o servicio y no el de la competencia.

## Quién es mi cliente ideal

Hay un ejercicio muy útil que te invito a hacer. Se trata de describir a tu cliente ideal desde que se levanta hasta que se va a dormir. Todo lo que hace, qué come, qué lee, qué busca en Internet, qué marcas compra. Incluso cuál es su personalidad (sofisticado, exigente, divertido, etc.). También los campos más básicos como la edad y el sexo.

Cuando tengas al menos una descripción de 1000 palabras, te darás cuenta qué tienes que hacer y qué NO en la comunicación de tu marca. Por ejemplo, ¿tu cliente realmente visita Facebook? Tal vez creas que tienes que pautar en Facebook cuando en realidad, tu cliente está en Snapchat...

Tal vez en algún momento te lleguen propuestas para ser parte de una feria, antes de decir que sí, piensa, **¿va mi cliente ideal a esa feria?**

**Habla con tu cliente ideal** (como si fuese un amigo imaginario) tenlo siempre en mente antes de invertir tiempo, energía y dinero en una acción.

**¿Por qué hablamos de cliente ideal y no solo de cliente?** porque puedes tener muchos clientes distintos que te hayan comprado alguna vez. Pero hay un grupo de clientes que manifiesta un interés por lo que vendes y que comparten ciertos patrones. El cliente ideal compra tu producto o servicio reiteradamente e incluso lo recomienda. **Cuando encuentres a tu cliente ideal, cuídalo!**

## Cómo habla mi marca

Trata de ser coherente con la personalidad de tu marca. Es decir, si tienes una marca cuyo diferencial es ser 100% nacional, no hablarás en inglés, o si es una marca más bien divertida y transgresora, no serás formal.

Por otro lado, también es importante **no caer en el "yoismo"**. Es decir, no hablar de mi marca. Intenta verlo como si fueras un solucionador de problemas para tu cliente ideal, **traduce lo que dices de tu marca, producto o servicio en beneficios reales para tu cliente.** Hazlo fácil!

Si vendes un humus saludable, en lugar de decir que es saludable, menciona los problemas que soluciona gracias a su condición de saludable.

Por ejemplo,

“Ideal para los que les gusta comer sano, perfecto para que los niños lo lleven al cole, para desayunos altos en proteínas y como snack. Puedes antojarte cada vez que quieras porque es 100 % vegetal”

Si vendes sombreros, menciona ocasiones para usarlos, combinaciones con prendas, etc. Abre el juego, no hables de tu marca, habla de cómo tu marca hace más bonita, simple y mejor la vida de tu cliente ideal.



## Cómo hago mis propias fotos

La foto de un objeto en un contexto bonito, será bonito, en un contexto oscuro y descuidado, será feo. Así de simple. A nivel fotografía ten en cuenta que la luz es fundamental, ya sea artificial o natural.

Más allá de consejos sobre fotografía, lo importante es saber que todo comunica. Teniendo en cuenta esto, subir fotos a Instagram sin objetivos no tiene mucho sentido. Recuerda que la foto es una manera fugaz de contar una historia. La pregunta es... ¿qué historia quieres contar?

Si subimos fotos con nuestro proceso de trabajo detallado por ejemplo, estamos dando la razón del precio alto del producto. “Mira todo lo que tengo que hacer para lograr este producto”.

Si vendes homewear y quieres hacer una promoción para el día de la madre, tu foto puede ser, por ejemplo, una tierna guerra de almohadas entre una madre y su hijo. Es solo un ejemplo, lo que queremos decir, es que no pondrás solo la foto de las sábanas que quieres vender.

La historia que cuentes tiene que representar tu diferencial y valores de marca. Y no es necesario que el producto sea el protagonista, puedes subir la foto de un libro que recomiendas e incluir en esa foto el producto de una manera orgánica.

Ya sea de producto, de servicio o estilo de vida, las fotos hay que planearlas. Incluso las fotos que parecen casuales están pensadas para cumplir un objetivo.

Piensa en las historias que quieres contar de tu marca y trata de resumirlas en una foto.

## Qué tengo que tener en cuenta para hacer un sitio web

No sabemos por qué todos hablan de herramientas en lugar de hablar de contenido. Hablan de WordPress, Wix, Berta, Squarespace, etc. etc. etc. pero una herramienta es sólo eso.

Lo único que importa de la herramienta es que sea simple para que puedas hacer tu sitio web y cambiarlo cada vez que sea necesario, que en la vida del emprendedor, eso es todo el tiempo. Si quieres mover un pecesito de una pecera a otra no hace falta que compres 300 metros de red de pesca. No hay "mejores o peores herramientas" hay una mejor o peor herramienta para ti específicamente.

Dicho esto, y después de elegir la plataforma en la que harás tu sitio web, debes pensar que una web es lo mismo que una tienda física. Necesitas invertir dinero y tiempo. Desterremos los pensamientos de “me hago una web porque es casi gratis”, porque entonces te costará caro, ¿o acaso tu hora de trabajo no cuenta?

Lo importante es que plantees una web por objetivos, que irán cambiando a medida del feedback que recibas de tu cliente ideal.

¿Cuales son esos objetivos? Por ejemplo,

Quiero tener un número alto de clientes potenciales en mi base de datos porque quiero hacer campañas de email mkt. Quiero que todos sepan que tengo un e-commerce y lo visiten. Quiero testear el lanzamiento de un nuevo producto.

Si tienes esta escala de prioridades, lo primero que un usuario verá cuando ingrese a tu sitio es la posibilidad de suscribirse a cambio de un beneficio (que no tiene porqué ser un descuento).

Lo segundo que verá en el sitio es tu shop on line y un mensaje que lo invite a descubrir las novedades.

Y lo tercero, una encuesta sobre tu próximo lanzamiento. (Si te interesa hacer encuestas hay una herramienta llamada Typeform que puedes visitar).

No tengas una web sólo porque hay que tenerla, ten en cuenta que los sitios web hace tiempo que dejaron de ser informativos. ¿Tienes una web por objetivos? ¿Te has puesto pensar cuáles son esos objetivos?

## Calendario de contenidos

Cuando materializas y lanzas una idea es importante pensar con anticipación el calendario de contenidos. ¿Qué es un calendario de contenidos? es la planificación de las acciones de comunicación que harás durante el año. Un calendario en el que anotas los lanzamientos, los días importantes en los que te conviene comunicar como el día de la madre, las fiestas, el día internacional de la salud, etc. También las acciones que quieres llevar a cabo en busca de objetivos, por ejemplo, sumar suscriptos, enviar email a las revistas que van con mi marca para que me publiquen, promociones específicas, etc.

Lo ideal, antes de completar un calendario es hacer un brainstorming de ideas según objetivos, elegir las que más nos gustan, ponerlas en el calendario, desarrollarlas y ver qué pasa. La dinámica es siempre la misma: pruebo una idea, recibo feedback, hago cambios y vuelvo a lanzar.

6

## Elvira vira

El logo de “Elvira” viene subrayado en “EL” y no es casualidad. En la vida real, el emprendedor vira, cambia, pega volantazos. Y si te detienes a pensar es un poco obvio.

A medida que vas subiendo escalones y vas teniendo una vista más clara de la cima, la vista cambia, ahora en el quinto escalón ves cosas que antes no alcanzabas a ver desde el primero o el segundo. Cambiar, modificar, decidir un nuevo camino no es un fracaso, es parte del mismo proceso y se enriquece si somos lo suficientemente flexibles y receptivos como para modificar nuestro rumbo.

## El camino alternativo

Cuando dejamos que el miedo nos gane o simplemente no creemos que puede haber un camino alternativo, tendemos a copiar lo que otros hacen, nuestra competencia principalmente. Creyendo que si a ellos les funciona, a nosotros también.

Tenemos dos opciones, ponernos detrás de la caravana ([conoce la historia en nuestro blog!](#)), o empezar a construir nuestro propio camino para llegar. Será más difícil, pero obtendrás mejores resultados.

Empieza a preguntarte ¿qué estás haciendo en este momento solo porque otros lo hacen?, ¿saludar por el día de la madre en Facebook?, ¿tratar de tener más fans sin saber por qué?, ¿subir fotos bonitas a Instagram?, ¿aferrarte a una estrategia de precio en la que siempre ofreces descuentos?, ¿escribir un blog con contenido similar al de otros?





Trata de buscar tu propio camino, tus propias acciones, canales y maneras de comunicar. Céntrate en tu diferencial, ponte creativo y prueba nuevas cosas. Da miedo, pero creemos que es mejor que tirar tiros al aire, o hacer lo mismo que hacen otros.

## Creencias limitantes, afuera.

Imagina que estás en un grupo de 10 personas jugando con 10 pelotas. Se las pasan unos a otros, disfrutan, la están pasando genial. De pronto alguien piensa... ¿Y si dejan de pasarme pelotas? mejor esta me la quedo y la guardo. La pone un lado y sigue devolviendo las otras pelotas, pero el mismo pensamiento vuelve, y decide guardar una segunda pelota.

El grupo empieza a darse cuenta de que cada vez hay menos pelotas y de que esa persona se las está guardando, entonces cada uno decide dejar de tirarle pelotas. Tal vez uno del grupo, un poco despistado, le tira una de las pelotas, y nuevamente esta persona decide guardarla . Ahora sí, ya no recibe más pelotas, y piensa... “menos mal que guardé al menos 3, porque como pensaba, no me llega ninguna pelota”.



“mejor me lo guardo” o mejor no comparto esto por miedo a que me copien, o no cuento ideas por si me las roban, o no digo quién es mi proveedor ni que herramienta uso por si alguien lo hace mejor que yo. Todos son pensamientos limitantes y de escasez que no nos llevan a ningun lugar. Por eso, ante la duda, lo mejor es pasar la pelota.

Creencias limitantes hay por montones, incluso aunque no seamos capaces de reconocerlas, tal vez tengamos algunas de ellas... por ejemplo, si pensamos que aquel que en nuestro contexto empezó a tener dinero porque “en algo raro debe andar” es un pensamiento tóxico en el que asociamos el crecimiento económico con una accionar turbio. Eso sin duda nos aleja del dinero.

¿Con qué asocias la palabra emprendedor?

Muchas personas entienden que emprendedor es la persona que vive de lo que ama y por eso eso está bien conformarse con pagar las cuentas. Eso es un pensamiento limitante muy poderoso, el emprendedor vive de lo que ama, y no solo vive, se la pasa genial, viaja, tiene casa de verano, auto y todas las comodidades que quiera.

Si crees que tienes creencias limitantes, excusas, peros, justificaciones sin sentido, trata de desterrarlas, porque son esas creencias las que forman paradigmas. Y ya sabes como son los paradigmas, extremadamente difíciles de cambiar.



## El equipi

No es un error de tipeo, lo llamamos equipi en portugués para diferenciarlo del equipo de trabajo tradicional, porque este es el equipo interno de cada uno: el amor, la intuición, el ego y el miedo. Todos los tenemos y en la vida real del emprendedor se la pasan peleando entre ellos.

¿Te ha sucedido que mientras te quedas mirando la nada empieza en tu cabeza una batería de preguntas del estilo... y si nadie me compra? ¿y si a mis amigos les parece horrible esta idea? ¿Y si me va mal? ¿Pero y si me hago famoso? Amo mi idea... ¿pero eso alcanza?

Ese es el equipo interno y hay que ponerlo a trabajar para tí. El miedo no es el enemigo, porque te advierte de posibles situaciones malas que se avecinan. En la medida en que no le permitas que te paralice, el miedo es un aliado. El ego tampoco es malo porque defiende tu idea de negocios de aquellos que sin ser conscientes intentarán desanimarte solo porque estás saliendo de la zona de confort.

Parece una frase hecha, pero confía en tu intuición. Dale su espacio y no dejes que el miedo o incluso el amor la silencien. Somos emprendedores y trabajaremos con equipos de personas, empleados, proveedores, colaboradores, etc. pero antes de trabajar con ellos debemos aprender a trabajar con nuestro propio equipo interno. Ponlos de tu lado!

## Método elvira

Hay 3 cosas que creemos que son fundamentales para avanzar como emprendedores: la capacidad para virar, la personalización y la oportunidad de estar acompañado por personas que están en la misma situación.

- 1 -

La capacidad para poder virar. ¿Cómo se adquiere?  
Formándote!

Es decir, puedes contratar un programador, un copy, un fotógrafo, alguien que te ayude a hacer un plan de acción, un diseñador y un Community Manager, pero además de pagar una fortuna, deberás volver a contratarlos cada vez que tengas que modificar tu propio sitio web.

La segunda opción es hacerlo tú mismo en esta primera instancia como emprendedor. Y seguramente más adelante, pensar en contratar un equipo. Elvira te enseña a hacer tu propio todo: plan de acción, encontrar tu diferencial, cliente ideal, hacer tus fotos, tus textos, tu web, tu calendario de contenidos, etc. para que puedas modificar lo que necesites cada vez que quieras.

Hoy en día, tener la capacidad para virar es imprescindible. Lanzas, recibes feedback, haces cambios y vuelves a lanzar, esto pasa todo el tiempo hasta encontrar lo que realmente funciona para cada idea. Creemos en formar emprendedores para que puedan defenderse por sí mismos fundamentalmente en esta primera etapa en la que las posibilidades de inversión no son tan altas.

La personalización. No a todos nos funciona lo mismo. Las fórmulas de éxito pensadas para todos por igual no sirven. Hay mucha teoría sobre lo que tengo que hacer pero nadie me dice cómo hacerlo teniendo en cuenta mi propia idea de negocios, mis propias limitaciones, mi diferencial, mi experiencia, etc. etc. etc. No todos necesitan pautar en Facebook, tener un blog, sumar likes en Instagram o hacer campañas de email marketing. No todos tienen una sola línea de negocios. No a todos nos gusta lo mismo, ni nos calza el mismo jean, ni comemos lo mismo, ni nos va la misma meditación...

Contexto de emprendedores motivados. No estar solo en este proceso es muy importante. Si te vas a lanzar al río mejor elegir un río cuya corriente vaya hacia donde tú quieres ir, ¿no crees? Compartir el recorrido con otros emprendedores que están en la misma que tú es fundamental para poder avanzar fuertes, felices y motivados.

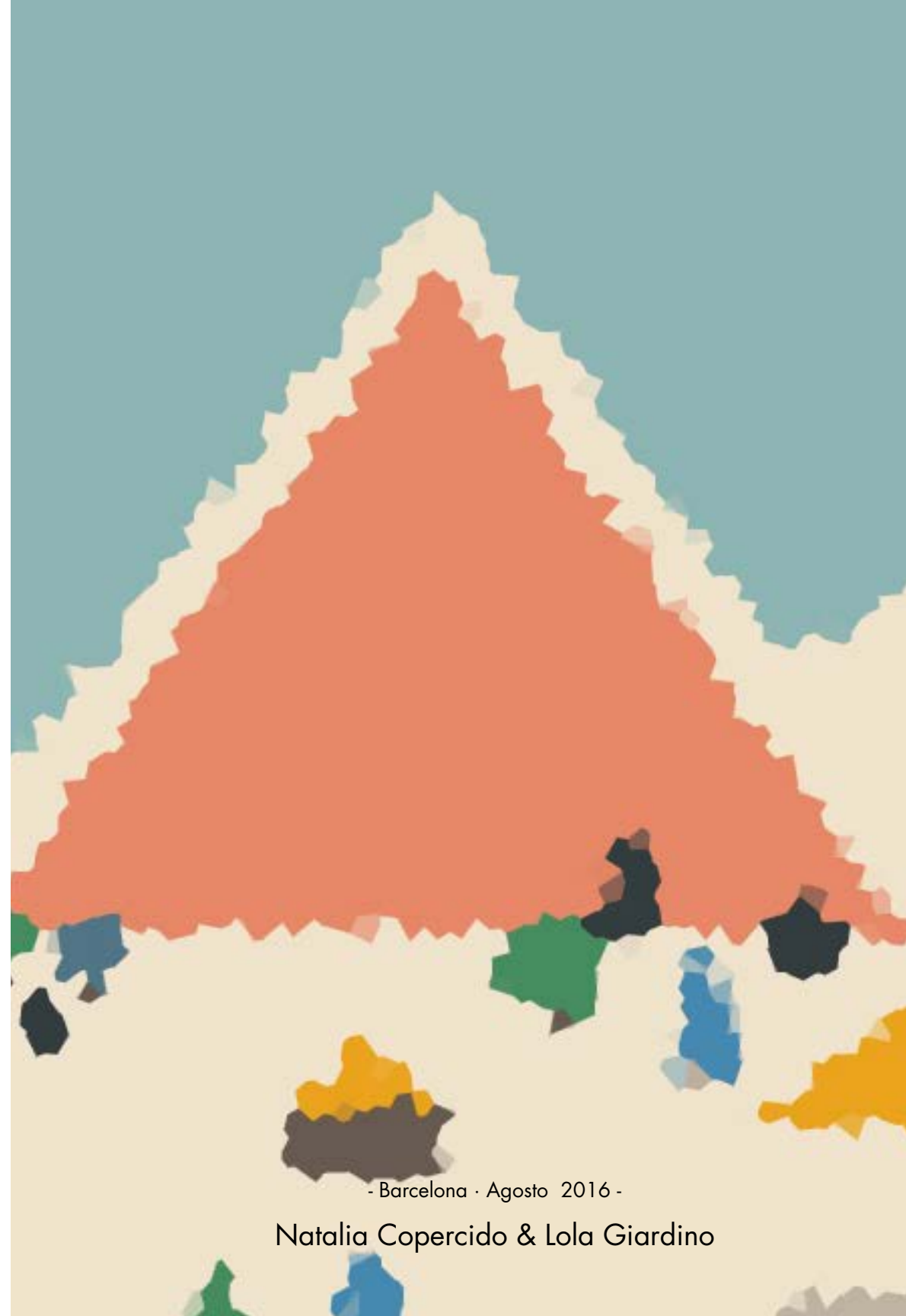
Aquí termina este ebook gratuito, pero no es el único regalo de Elvira el día de hoy! Si te ha interesado, quieres saber más y tienes muchas ganas de emprender, te ofrecemos **una sesión de 30 minutos gratuita** (presencial en Barcelona o por Skype).

Como tenemos una agenda un poco apretada, habilitamos en principio 15 sesiones, Te compartimos los horarios disponibles y un [formulario](#) para que completes y reserves el horario que más te convenga.

Esperamos que lo hayas disfrutado, y si tienes amigos, vecinos, familia, conocidos con ganas de emprender y crees que este ebook puede ayudarlos, diles que se suscriban en [www.elviraeslavidareal.com](http://www.elviraeslavidareal.com) y les enviaremos el Ebook en un minuto!

Que tengas una bonita vida!  
Elvira

[hola@elviraeslavidareal.com](mailto:hola@elviraeslavidareal.com)  
[www.elviraeslavidareal.com](http://www.elviraeslavidareal.com)



- Barcelona · Agosto 2016 -

Natalia Copercido & Lola Giardino