

¿Qué tengo que aprender para ser mi propio jefe?

Al dirigir su propio negocio debe tener claro que saber decir que no y dar un precio justo son aspectos fundamentales para el éxito como emprendedor. Por Aurora Peralta

Ser el propio jefe es el sueño de muchas personas. Sin embargo, son múltiples los errores que se cometen en la aventura de emprender. Basándose en las equivocaciones más comunes Sergio Fernández, autor de *Vivir sin jefe*, nos presenta las posibles soluciones para cuidar y desarrollar nuestro negocio.

En sus páginas comprenderá que cometer errores y aprender de ellos es un proceso de mejora que nos llevará no a trabajar más, sino mejor.

El primer punto que hay que tener claro es saber a qué queremos dedicarnos. Si estamos confusos, Fernández aconseja plantearse dos preguntas cuyas respuestas sinceras nos ayudarán a encontrar el camino: ¿A qué me dedicaría si tuviera todo el dinero del mundo para mí y para mis seres queridos? y ¿qué haría si tuviera garantía al cien por cien de que voy a tener éxito?.

Teniendo clara nuestra meta, el siguiente movimiento es marcarnos objetivos específicos, medibles, alcanzables, retadores y acotados en el tiempo. Para alcanzarlos, el autor recomienda imitar modelos exitosos de empresas ya consolidadas y no distraerse con nada más, es decir, cuidar el negocio.

Puntos para no olvidar

Los problemas principales a los que se enfrenta el emprendedor son contar con un valor añadido que haga única a su empresa y cobrar el precio adecuado. La diferenciación no tiene porqué ser algo exclusivo, Fernández aclara que nosotros podemos pulir lo que ya está en el mercado. Un consejo interesante es “prometa poco y dé mucho”. De esta forma sus clientes sentirán que no sólo cumple su palabra sino que se implica personalmente con ellos. Para obtener el



Emprendedor sosteniendo varios archivos entre sus manos.



VIVIR SIN JEFE

Autor: Sergio Fernández
 Editorial: Plataforma
 Precio: 19 euros

precio correcto, afirma que se deben calcular los costes, el valor percibido y otras variables, como puede ser el tiempo que se pasa en el teléfono tratando de que arreglen Internet.

Destaca la importancia que el autor concede a aprender a decir que no y a acordar los periodos de entrega. “Si no queremos hacer un trabajo hay tres posibilidades: elevar el precio, subcontractarlo o, simplemente, decir que no”. En cuanto al tiempo que tenemos para finalizar un encargo debemos negociarlo al alza y nunca aceptar plazos ajustados, de lo contrario nos arriesgamos a quedar mal con el cliente. Y... ya se sabe, el cliente siempre tiene la razón.