El lado **humano** de **vender.**

La venta es **amor**

ÁNGELES CONEJERO

Almavia

La venta es **amor**

El lado **humano**
de **vender.**

La venta es **amor**

ÁNGELES CONEJERO

Almavia

La venta es amor
Primera edición: febrero, 2026

© 2026, Ángeles Conejero
El autor se ha reservado todos los derechos.

La publicación y distribución de esta obra corresponde al autor.
Contacte a los titulares del *copyright*.

© Almavia Editorial
Escribe tu camino. Vive con propósito
Síguenos en: @Almaviaeditorial

Director editorial: Jesús Martínez, @jesus_escribe
Directora de estrategia: Ángeles Conejero, @elartecomoterapia
Coescritora: Carolina de Labra
Diseño de portada: Andrés Fuentes, @fuentesbrand_
Maquetación: Jhon Simancas, @deletras_js

Impreso bajo demanda *Printed on demand*

Nota: Los derechos de autor de esta obra están protegidos por la ley. Queda estrictamente prohibida la reproducción total o parcial de este libro, incluyendo la copia, distribución, transmisión o modificación del contenido, sin el consentimiento previo y por escrito del autor o titular de los derechos. Cualquier violación de estos derechos será perseguida conforme a las leyes aplicables.

ÍNDICE

Prólogo: Por Jesús Martínez
Prólogo: Por María Albaladejo
Introducción: La venta es como la vida
Capítulo 1: ¿Para qué vendemos?
Mi primer contacto con la venta
¿Cómo vendes si sientes que eres un fraude?
La venta te da poder
Todo el tiempo estamos vendiendo algo
Mitos en la venta
Capítulo 2: Ser una buena persona
Qué es ser buenas personas
Ser buenas personas durante la venta
Vender a clientes que no están comprometidos
Vender con ética
Vender sin perderte
Capítulo 3: Toca cien puertas diarias
Vender sin quemarte, ni quemar a nadie
Lo que sucede durante esas cien puertas
La motivación ante el rechazo
La necesidad de estructura al principio
El día que vendí bajo un diluvio
El cierre es el resultado de una buena venta
El marketing digital y las ventas
Capítulo 4: Para vender tienes que estar enamorado
Enamorarte sin garantías
¿Cómo enamorarte?
La venta por comisiones
Las emociones y la venta
Los que no están enamorados de lo que venden
Los pasos para enamorarte de lo que vendes
La fase del desenamoramiento
Capítulo 5: La libertad es primero
¿Qué significa la libertad para mí?
Las barreras que atan tu libertad
La libertad también es salud
La vez que morí

El vacío fértil
El precio de vender sin libertad
La libertad en la relación con tus clientes
Los límites de la libertad

Capítulo 6: El arte de venderse

La venta es un arte.
¿Qué tipo de arte es la venta?
El arte de ponerte delante
¿Cómo uso esto a mi favor para conectar?
El folio en blanco
El arte de habitarse cuando eres vendedor
El proceso creativo de una venta
Vender es hacer sentir
El rechazo también es arte

Capítulo 7: Ve a terapia

Acompañar es un arte que no planeaba ejercer
Mirarse hacia adentro
El síndrome del impostor
No va de ti, va del otro
Herramientas cotidianas para sostenerte emocionalmente
Soltar el ego para volver a la ternura

Conclusión: Las últimas palabras antes de terminar

Carta de gratitud

Bibliografía

PRÓLOGO:

Por Jesús Martínez

Conocí a Ángeles en 2023. Estaba vendiéndonos un programa de formación interesantísimo a mí y a un grupo enorme de escritores que estábamos reunidos en una sala de Zoom. Su forma de vender me pareció, desde el principio, extrañísima. Sentí que estaba preocupándose por mí. Sentí que quería aportarme algo, incluso si no llegaba a comprarle nada. Sentí ahí, en el fondo de sus palabras, el anhelo de cambiar la vida de quienes tenía delante.

En pocas palabras, pensé que tenía un tornillo suelto.

¿Por qué iba un vendedor a actuar de esa manera? ¿Por qué hacía tantas preguntas? ¿Por qué no iba al grano? ¿Por qué no paraba de comportarse como si de verdad le importáramos?

¿Por qué demonios seguía sintiendo ganas de escucharla?

La forma en que Ángeles vendía, con tanta pasión, me hizo sentir rabia… y esperanza. Yo siempre me había preguntado cómo podía ganarme la vida dignamente como escritor, y aquel día lo descubrí. Debía vender. Debía vender como lo hacía ella.

Algunos meses después, logré convertirme en su alumno. Dos semanas más tarde, logré mi primera venta de más de 1500 dólares. Tres meses después, nos convertimos en socios. A partir de ahí, la vida cogió velocidad. Ha sido todo tan rápido que ciertos días me cuesta creerlo. Dos años y medio más tarde, hemos trabajado más de diez libros para autores del mercado hispanohablante y fundamos la Editorial Almavia. Ha sido una locura, un alivio y todo junto. Ha sido más de lo que esperaba.

La venta que enseña Ángeles es amor. Es una venta brillante, que

exige tener un alma cálida y pasión. Es una venta difícil y frustrante. Es el tipo de ventas que todo creativo, soñador y empresario (al final son lo mismo) debería conocer. Es una venta que te confronta, que te hace verte al espejo. Es una venta que conecta y trasciende. Te transforma y te hace sacar tu mejor versión.

Tuve el honor de ser quien entrevistaba a Ángeles para la escritura de este libro. A pesar de que ya teníamos un año trabajando juntos, fue en esta etapa cuando pude conocer más sobre su historia. Su vida entera es una muestra de esfuerzo, inteligencia, locura, adrenalina y amor. Como lo descubrirás más adelante, Ángeles es más que una vendedora.

Por muchos años, por su naturaleza estratega, por su peculiar timidez, por esa cualidad suya de ser tan entregada, Ángeles apoyó el crecimiento de muchísimos proyectos ajenos al suyo. Me gustaría que este libro sea una oportunidad para que mi socia brille como lleva años mereciéndolo. No suele echarse suficientes flores. Es la normalización de lo extraordinario. No escribo este prólogo solo porque le tenga cariño, lo hago porque genuinamente su forma de vender cambió mi vida. Seguro me matará cuando lea esto. Nos reiremos luego, sin duda.

Espero lo disfrutes.

PRÓLOGO:

Por María Albaladejo

Me llamo María Albaladejo, soy acompañante de desarrollo personal desde la Arteterapia y la Gestalt. Tengo una escuela de creatividad y crecimiento; por tanto, no soy escritora, ni artista en el sentido convencional de la palabra, así que nunca he escrito un prólogo. Esta será mi primera vez, estoy un poco nerviosa y dudo de mi capacidad para "hacerlo bien" (aunque esté absolutamente en contra de esta expresión).

No obstante, siguiendo los propios consejos de la autora, lo voy a hacer desde el amor. Conectada a ese hermoso sentimiento universal, ya no puede existir el hacerlo bien o mal. Simplemente será.

Una de las muchas cosas bonitas que tiene mi profesión es que algunas de mis alumnas sienten el deseo de mostrarme sus avances, sus creaciones. Y de repente, me levanto cualquier mañana y me encuentro un mensaje nuevo con un poema, con un dibujo, con una reflexión. Me emociona mucho que quieran compartirlo conmigo. Ahí me siento como aquellas profesoras del siglo XIX a las que sus estudiantes les llevaban manzanas de casa, como símbolo de agradecimiento.

Así recibí *La venta es amor,* como una manzana sobre mi pupitre de maestra de colegio. Ángeles estaba tan ilusionada con su libro, tan contenta de que yo le dedicara estas palabras, que no me lo pensé. No podía decirle que no. Dije sí y luego ya vería cómo lo haría.

Siempre imaginé que Ángeles escribiría una novela, porque sé que su vida es interesante e intensa. Con esa fantasía me adentré en sus páginas para descubrir que no era lo que yo esperaba, sino un

aparente manual educativo para las ventas. Y digo "aparente" porque este libro es mucho más.

Es un canto a la vida, a una forma de vida, a una forma de trabajar para vivir y no vivir para trabajar, creyendo y amando lo que haces, pero sobre todo creyendo y amándote a ti misma. Y claro, eso para mí, teniendo en cuenta mi profesión, es fundamental. Porque tanto en la terapia como en las ventas, bajo mi punto de vista, solo puedes ver y acompañar con honestidad a la persona que tienes delante si genuinamente te importa su bienestar, si tu presencia es auténtica y amas y crees en el trabajo que hacéis juntas. Una de mis grandes maestras, Elvira Gutiérrez, siempre nos decía: "Lo que cura es el amor". Esas palabras siempre resuenan en mí mientras trabajo.

Una de las ideas fundamentales para mí de este libro es que desde que nacemos estamos vendiendo, la autora lo resume muy bien en esta frase: "Un bebé que llora sin consuelo no está haciendo otra cosa que vender su necesidad de protección y alimento".

Todas, absolutamente todas en nuestra vida hemos vendido algo en algún momento, hemos tenido que vendernos; es decir, seducir y mostrar nuestra mejor cara. Ya sea para conseguir la atención de nuestras figuras parentales, para sacar una buena nota en la presentación de un trabajo en el colegio, hacer amigas en el patio, conquistar a la persona que nos gustaba o conseguir un trabajo. Un adjetivo muy común en la infancia es "espontaneidad": desde ese lugar fresco, genuino y descarado de la niña, es mucho más fácil conseguir lo que quieres, pero conforme vamos creciendo y encontrándonos con los límites que tiene el mundo, esa frescura se va marchitando, el hambre de vida desciende, y es ahí donde las cosas se empiezan a complicar.

En la aspereza de la vida adulta, que nos obliga a hacer tanto que no nos apetece, es donde Ángeles nos tiende la mano para que aprendamos a amarnos a nosotras mismas para así amar lo que hacemos, y transformar lo que "creemos que debemos hacer" en lo que "en realidad queremos hacer".

Termino diciendo la generosidad que veo en compartir aquello que

tanto le costó aprender. Así que te invito a leer este libro como ha sido escrito: con calma y desde el amor, porque estas páginas hablan de un proceso y todo proceso, en el trabajo, la terapia o en la vida, para que sea exitoso, necesita su tiempo.

Espero que disfrutes *La venta es amor*.
Con amor, María.

INTRODUCCIÓN:

La venta es como la vida

Los mejores vendedores son los que entienden que su trabajo es ayudar a los demás, no solo venderles algo.

GRANT CARDONE

Vender no consiste en engañar a la gente para que compre, sino en servirle.

RICHARD EATON

No imaginé de niña que mi camino estaría vinculado a las ventas. Siendo sincera, mis sueños apuntaban hacia otros lados. Por cosa de la suerte, del destino o por designios de Dios, acabé dedicando toda mi vida profesional a este sector que tanto miedo me causaba cuando entré. ¿Fue un error? En absoluto.

Tengo la certeza de que no habría concluido que la venta es amor de no haber sido por ciertos momentos que me marcaron. He experimentado curiosidad, rabia, decepción, entusiasmo y toda clase de emociones durante mi trayecto con las ventas. Te advierto que en las próximas líneas estarás subiéndote voluntariamente a una montaña rusa. En las subidas y bajadas, descubrirás que la venta es un acto de apertura, de servicio, de entrega y profundo redescubrimiento de tus límites.

La venta es amor. La venta es como la vida.
Eso lo resume todo.
Comencemos desde el principio.

Tenía apenas dieciséis años cuando me fui de casa. Me vi compartiendo habitación con mi pareja, sin haberme siquiera

graduado del instituto. Fue un momento donde estaba prácticamente en la calle, de la mano de Dios; de esos que te obligan a moverte, aunque no sepas muy bien hacia dónde.

Sobrevivíamos con un menú fijo: patatas fritas y salchichas, día tras día. Éramos unos niños perdidos jugando a ser adultos, intentando salir adelante en Valencia, una ciudad en la que nunca había vivido. En medio de toda esa incertidumbre, surgió una oportunidad que estaba a punto de cambiarme la vida por completo, aunque aún no lo sabía. Este fue mi primer punto de inflexión.

Me ofrecieron un trabajo como comercial a puerta fría. Estando en mi situación, no pude negarme. Iba tocando de puerta en puerta, vendiendo tarjetas de crédito sin siquiera saber cómo funcionaban. También regalaba cámaras de fotos, ya que era el incentivo que ofrecíamos a cambio de que la gente aceptara tener esta tarjeta "gratuita". Para mi sorpresa y la de muchos, resulté ser muy buena haciéndolo. Todo este trabajo terminaría siendo una estafa mayúscula, pero ya te lo contaré después.

La realidad es que ser comercial a puerta fría no era mi primer contacto con las ventas. De niña, me había involucrado en el negocio familiar vendiendo leña con mi padre. No había sido una experiencia placentera, aunque tuvo grandes momentos. En cualquier caso, sentía que mi empleo como comercial era distinto; se trataba de mi inicio como profesional, o al menos eso creía.

En menos de un mes, me terminé convirtiendo en una de las mejores vendedoras de la empresa en toda España, lo que me valió para una invitación a recibir un premio en Marbella. Por desgracia, todo este aparente y repentino éxito tenía su trampa. A pesar de mi desempeño, no cobraba nada. Era una contradicción absurda. No entendía por qué no me pagaban.

La razón de todo fue que me habían hecho un contrato de autónoma con documentos falsificados, dándome una edad que no tenía. Era un chanchullo increíble con el fin de que pudiera entrar a trabajar siendo menor de edad. En mi inocencia, porque aún tenía 16, no llegué a preguntarme cómo había hecho mi responsable para poder

incorporarme. Como te podrás imaginar, esto iba a explotarme en la cara a corto plazo.

Pero no nos adelantemos aún. A pesar de mis dudas, fui a Marbella a recibir el premio. Fue un momento de orgullo efímero porque, al final, no había cobrado un solo euro por mi trabajo. Y aunque suene exagerado, las cosas podían empeorar. Resulta que, por motivos de mudanza, entregué mis pertenencias al gerente de mi empresa para que me las cuidase en su casa; mis fotos de niña, diarios, cartas y un montón de recuerdos valiosísimos. Y este gerente desapareció. Un día simplemente dejó de contestar mis llamadas. Toda mi conexión con mi pasado se esfumó de golpe. Esto también significó que dejara mi trabajo como comercial.

Trabajé dos meses gratis, fui robada y se aprovecharon de mí, pero algo había cambiado. A pesar del engaño, me di cuenta de que tenía un talento natural para conectar con la gente y que, aunque no había elegido las ventas, las ventas parecían haberme elegido a mí. Me sentía imparable al vender. Era solo una niña con ganas de comerse el mundo. Y con una deuda en Hacienda que ni siquiera era mía.

Porque me tocó pagar multas y Hacienda, ¿eh? Nadie había declarado nada sobre "mis ingresos", así que ese primer empleo terminó con resultados negativos en mis finanzas personales. Imagina trabajar durante dos meses y terminar perdiendo dinero. Un desastre. Fue tan duro que casi me separo de mi pareja.

Fue por esto que llegué a la conclusión de que los vendedores eran farsantes y que el mundo de las ventas era una mentira, y yo tenía claro que no quería vivir de engañar a la gente. Desarrollé un montón de creencias que me llevaron a decir: "En mi vida vuelvo a pasar por esto. Antes muerta que caer en un mundillo repulsivo como el de las ventas".

A pesar de que era muy buena, y lo sabía, decidí que no volvería a vender. Con esa certeza, cambié el rumbo de mi vida. Me dediqué a estudiar educación infantil y escogí ser madre. Había querido serlo desde siempre. Me dije que el trabajo no era lo mío, que deseaba

ser ama de casa, criar a mis hijos y quedarme al margen de ese mundo que me había jodido tanto. Así que con tan solo diecisiete años me quedé embarazada.

Hacemos ahora un salto temporal de tres años. Fue entonces cuando llegamos al segundo punto de inflexión. A mis veinte años decidí quedar embarazada de mi segunda hija. Aquí comenzaron los problemas con mi marido. Yo prefería ignorarlo, me costaba aceptar lo que estaba pasando. La aparente estabilidad estaba comenzando a resquebrajarse.

Para cuando estaba por cumplir los nueve meses de embarazo, una muy buena amiga insistió en que la acompañara a la iglesia.

—Soñé contigo, Ángeles. Necesito que vengas conmigo —me dijo Andrea con voz preocupada. Para mí esto significaba retornar a una parte de mis raíces, pues de niña fui muy católica y cercana a Dios hasta que me fui de casa. Cuando acepté la invitación, no tenía forma de imaginar lo que me esperaba.

En la iglesia, me hicieron una imposición de manos. Un grupo de pastores me rodeó y comenzaron a expresarme sus bendiciones. Fue ahí cuando me dieron un mensaje de Dios. Me tiembla el cuerpo solo con recordarlo. Me dijeron que iba a morir. Tenía nueve meses de embarazo y estaba por recibir una nueva vida, y estaban diciéndome que la mía iba a terminarse. Recomendaron que no me tomara la noticia con miedo ni que me preocupara, ya que Dios iba a estar conmigo. Como si fuera tan fácil.

Los pastores no me dijeron cómo ni cuándo moriría. Regresé a casa desconcertada, pero con la extraña certeza de que estas personas estaban hablando con la verdad. Fue a los pocos días, cuando llegó el parto de mi segunda hija, que todo cobró sentido.

Durante este parto, tuve problemas importantes de dilatación. Me quedo corta si digo que fue una experiencia traumática. Ya había tenido dificultades con mi primera hija, pero nunca imaginé que escalarían hasta ese punto. Mi ginecólogo decidió realizar una técnica poco convencional donde llegaron a atarme una bolsa al

cuello de mi útero, y luego la ataron a la cama. Fue una absoluta barbaridad. Mi vida fue puesta en riesgo. En el extraño estado de inconsciencia en el que me encontraba, donde aún sentía dolor, y podía oír, gritar y sufrir, solo podía pensar en las palabras de los pastores.

¿Era mi hora de partir al otro mundo?

¿Así se terminaba mi historia?

Después de 20 horas de trabajo de parto, todo terminó en una cesárea. Y cuando desperté, algo no iba bien. Sentía un vacío enorme en el cuerpo. Mi pareja y mi madre se acercaron a conversar conmigo y comencé a desvariar. En cuestión de minutos, me di cuenta de que me estaba desangrando. Si me hubiera quedado en silencio, nadie se hubiera enterado de que estaba muriéndome. Se me había roto el útero.

En la sala había más de diez médicos tratando de estabilizarme. Me pidieron incontables veces que no me durmiera. Cuando volví a despertar, todo estaba lleno de bolsas de sangre y me encontraba en la unidad de cuidados intensivos. Fue ahí cuando recibí una noticia que me dolió tanto como la idea de morir:

Había perdido mi útero. Con él, se desvaneció la posibilidad de tener más hijos. Mi sueño de tener una familia numerosa se desmoronó en un instante. La vida que quería… se había ido. Ese día murió una versión de mí, como habían predicho de forma ambigua los pastores. Fue un *shock* absoluto.

A raíz de esto, además de caer en una depresión fuertísima, desarrollé una enfermedad de dolor crónico. Todo esto ocurrió entre el año 2011 y el 2012. Acabé divorciándome del padre de mis hijas en medio del caos emocional. Y allí, sin tiempo de procesar nada, con una bebé que a duras penas debía tener diez meses, me vi obligada a regresar al mercado laboral.

Te pondré en contexto de qué ocurría en España durante esa época. Nos encontrábamos en plena crisis económica. Mi situación en aquel entonces estaba muy jodida. Las deudas se acumulaban. Tenía dos

niñas pequeñas. La realidad es que no tenía a nadie que me ayudara, mi familia estaba pasando momentos difíciles. Recuerdo el día en que incluso nos cortaron la luz en casa. No tenía dinero ni para pagar la factura más básica. Mi nevera estaba vacía. En algún punto conseguí un empleo de doce horas limpiando cemento en una obra para poder sobrevivir, teniendo que separarme de mis hijas por semanas…

Hasta que dije: "No me queda de otra". Me había dicho que nunca iba a volver a vender, pero me tocó regresar a este mundo a la fuerza. Era lo único que conocía. Y no quería admitirlo, pero ahí podía brillar. Mi familia me decía: "No lo hagas, te van a volver a engañar". Efectivamente volverían a engañarme, pero en la situación en la que estaba no podía darme el lujo de dejar de moverme.

Conseguí empleo en un *call center*. Estábamos ahí sentados en un zulo durante ocho horas seguidas, haciendo miles de llamadas al día para vender seguros por teléfono. Era una explotación masiva. Recuerdo que vendí en mi primer mes 12 seguros, y me pagaron cincuenta euros. Cuando ya fui una profesional en el área, descubrí que lo justo aquí habría sido entre los 2 mil y 3 mil euros.

Para la época, no tenía coche, estaba en un pueblo que me quedaba bastante lejos de mi empleo y además tenía que dejar a mi bebé que aún estaba en plena lactancia. Pero a pesar de mi realidad, me sentía motivada. Durante mi juventud tenía la capacidad de mantenerme alegre y con la frente en alto ante situaciones difíciles. Y cuando vendía, sentía que estaba de puta madre. Era como un pez en el agua.

Allí estuve durante algún tiempo, hasta que un día, en una de esas mil llamadas diarias, mi suerte llegó. Me cogió el teléfono una mujer. Su voz sonaba diferente a la de los clientes habituales. Quería escucharme. Expresaba una curiosidad poco frecuente hacia lo que yo estaba vendiéndole. Pronto entendí la razón. Antes de que terminara la llamada, me dijo que quería hacerme una entrevista de trabajo. Ella estaba convencida que no me pagaban lo suficiente y que era muy buena en lo que hacía.

Y así, sin planearlo, pasé de estar en un *call center* a trabajar en una de las aseguradoras más potentes de España. Mi jefa estaba completamente chalada, todo un personaje y con una historia de vida muy intensa. Un día te amaba y al otro te odiaba, pero si de algo sabía era del mundo de las ventas y las aseguradoras.

Durante esos años fui su sombra. En la oficina muchos me odiaban porque no tenía ni la edad mínima para trabajar en seguros. Tampoco encajaba con el perfil. Mi forma de vestir y de hablar no estaban al nivel. No sabía siquiera escribir lo suficientemente bien. Llenar un formulario era un problema por mi dislexia.

En esta empresa también vendía a puerta fría. No tenía sueldo fijo ni garantía de ingresos. Solo comisiones. Desde el primer día entendí que aquí no había margen para la debilidad. En la empresa me entregaban fichas que tenían la dirección o el número telefónico de algún potencial cliente. El resto era mi problema. El mundo de las aseguradoras era duro. Entrabas y salías de casas de desconocidos, intentando convencerlos de que contratasen un seguro que no habían pedido. Recorría calles enteras, tocaba timbres, aguantaba desplantes. Sufría. Vendía. Y volvía a empezar.

Comencé vendiendo seguros para los muertos. Tenía que convencer a la gente de que pagara por algo que ni siquiera iban a usar en vida. No sabía cómo abordarlo, me sentía fuera de lugar. Tartamudeaba, y perdía oportunidades. La verdad es que era malísima para conectar con las personas bajo ese contexto.

Estaba muy claro que no servía para esto y todos lo sabían. Fue aquí cuando otra oportunidad se presentó. Se dieron cuenta que era muy buena para conectar con la gente y para vender otro tipo de seguros que nadie más lograba vender. Aquí cambió todo. Llegaron a meterme a la oficina con el director de la empresa, con el fin de que le vendiera la idea de que me permitiera ofrecer planes de ahorro sin tener la edad mínima o la suficiente antigüedad. Allí también tuve que vender. Y lo hice.

Recuerdo que durante esta reunión le dije al director que no quería sentir jamás que tenía que engañar a alguien para que comprara

algo.

Era uno de mis innegociables.

Lo dejé claro desde el inicio. A pesar de que aún no llevaba muchos años en el sector, ya había visto cómo otros vendedores eran capaces de cualquier cosa con el fin de cerrar una venta. Y a mí, por el contrario, mi experiencia me había demostrado que era posible hacerlo de otra manera.

Desde la conexión humana.

Fue después de esta reunión con el director que me enviaron para formarme con los mejores de España. Fue un logro profesional muy importante para mí, con solo 22 años. En poco tiempo me convertí en una de las vendedoras más efectivas del país. No solo estaba satisfecha porque vendía, sino que, por primera vez en mi vida, sentía que era buena en algo. Y no solo lo sentía yo, los demás también lo veían. Me felicitaban, me reconocían y fue en este punto que comencé a formar a otras personas. Pasé de no tener un sueldo a recibir una cantidad suficiente para vivir de forma digna.

Pero todo comenzó a venirse abajo cuando cambiaron de director. La oficina entera se volvió un desastre lleno de movidas extrañas. Mi jefa, la nueva directora, fue quien lo llevó a la decadencia. La situación escaló hasta el punto en que sentí necesario presentarme en la oficina general a contarles todo.

¿Qué pasó luego? Absolutamente nada. Me terminé comiendo un marrón muy gordo yo sola porque se prefirió encubrir la verdad que exponerla al mundo. Allí comprendí que no habría justicia. Sin importar que estuviera cobrando bien y me sintiera como pez en el agua, sentí que no podía soportar estar en un entorno injusto. Así que me fui.

Los valores que tengo en mi vida son los que aplico en el trabajo, así que me dije que no iba a permitirme ser una persona que abusara de los demás y que mintiera en mis horas laborales. Para mí, el mundo es un lugar lleno de bondad. Defender estas ideas me puso las cosas difíciles, pero nadie iba a comprarme con dinero.

Durante esta época, tuve un accidente de moto. Vivía tan estresada que me caí mientras conducía, y me rompí la pierna izquierda y la mano derecha. Al llegar al hospital, comencé a gritarle al médico que no podía escayolarme. Estaba más enfadada que preocupada por mi propio cuerpo.

—¡Te prohíbo que me escayoles! —le dije, furiosa—. Soy autónoma y tengo que ir a trabajar.

El médico me miraba a mí y también a mi madre. Ninguno era capaz de entender mi frustración. Tampoco yo.

—Es que te has sacado la mano del sitio. Esto no es opcional.

—¡No puedo dejar de trabajar! —decía yo mientras hacía una pataleta.

Estaba desesperada, pero me di cuenta que tenía un problema: sentía que no tenía derecho a nada que no fuese ir a trabajar. Pensar en detenerme me hacía conectar con que sería el fin del mundo. El accidente fue la excusa que necesitaba para cogerme tres meses de descanso.

Acabé dejando mi puesto de vendedora autónoma y empecé a trabajar en otros sectores ya con sueldo fijo, por mi experiencia. Entré a una pizzería, luego a una compañía de alarmas. Fui saltando a diferentes tipos de empleo, a pesar de que ya sabía cuál era mi lugar en el mundo.

En medio de esta pausa, una nueva oportunidad apareció.

Era una oferta para trabajar en un banco europeo muy importante. Otra vez, las ventas estaban buscándome. Pero esto era distinto a todo lo que había hecho, ¿vale? No se trataba de estar en la calle o hacer llamadas para vender. Teníamos un stand en un centro comercial para ofrecer cuentas bancarias de forma gratuita a quienes pasaran cerca de nosotros.

En tan solo quince días, levanté los números. No quiero sonar repetitiva, pero la realidad es que aquí llegamos a estar también hasta arriba entre los mejores de España. Gracias a esto, me dieron

la oportunidad de liderar un equipo. Me hicieron jefa, y por primera vez no solo tenía que vender, sino enseñar a otros a conseguirlo. Incluso cambiaron mi contrato: ahora no solo cobraría por mis ventas, sino por lo que vendieran también otras personas.

Tenía doce personas bajo mi cargo y conseguí que los stands funcionaran de maravilla. Monté reuniones semanales donde formaba a mi equipo; esos fueron mis primeros pasos como formadora. Todo era empírico, enseñaba mi propio método. Nos reuníamos en cafeterías o en casa de alguna de las vendedoras. Y así conseguimos sacar el trabajo adelante.

Después de seis meses, por absurdo que suene, me presentaron a quien sería mi reemplazo. Así, sin más. Su plan era que yo levantara ese stand y que esta persona llegara cuando tuviésemos todo viento en popa. Me estaban dejando fuera y lo sabía. Y en lugar de quedarme de brazos cruzados, tomé una decisión radical: renuncié antes de que me echaran. Me llené de orgullo, crucé la calle y me fui al stand de enfrente, que pertenecía a la empresa rival. Lo había hecho bien una vez; quería demostrarme, y también a ellos, que podía volver a lograrlo.

Y lo hice. Empecé a armar un equipo desde cero. Cogía gente *random* y los convertía en vendedores. Me di cuenta de que no hacía falta experiencia, solo actitud y ganas. Lo primero que les dejaba en claro en las formaciones es que para ser vendedor hay que ser buenas personas. Lo escribía en grande en una pizarra.

Fue allí que pude darme la oportunidad de probar que era posible lograr grandes resultados desde un lugar ético y en paz. Respetando al cliente y a ti mismo siempre se lograba más. Ganábamos más dinero, incluso. No se trataba de presionar o manipular, sino de conectar. Convertí la idea de vender seguros en un acto social. Hacíamos bromillas donde nos reíamos de los vendedores tradicionales que actuaban como tiburones, esperando siempre una nueva presa. Nosotros no éramos tiburones. Éramos una banda de superhéroes, luchando por la gente.

Pero después de un tiempo, empecé a sentir que había tocado

techo. Ya no podía mejorar más. No se trataba de una cuestión económica, sino de proyección. Me quemé. Trabajaba 12 horas al día con un sueldo penoso. Me habían puesto un tope de crecimiento y ya no había nada nuevo que aprender, así que me fui.

Pasé seis meses sin trabajo. Me presentaba a entrevistas, pero no me contrataban por no tener carrera universitaria. Sabía que tenía la experiencia y la capacidad, pero parecía valer más un título que años de resultados. Finalmente, me mudé al sur de España. Allí encontré empresas donde pude brillar, donde mis habilidades eran valoradas. Pero siempre había un límite. No me dejaban crecer más allá de lo que habían planeado para mí.

Yo no quería límites. Y cuando lo tienes claro, encuentras exactamente lo que necesitas.

Entré en una compañía grande, donde acabé obteniendo el puesto de directora comercial. El cambio fue enorme, pues no solo formaba equipos, formaba jefes de equipos. Ya estaba en un punto en donde enseñaba a enseñar a vender. Pasé de estar en la calle a sentarme en una oficina, tomando decisiones estratégicas.

En lo laboral todo iba de maravilla, pero a nivel personal estaba en la mierda. Tenía ataques de pánico todos los días, y era incapaz de mantener una relación por más de dos años porque siempre estaba metida en el trabajo. Aunque era atenta con mis hijas y me aseguraba de que no les faltara nada, la realidad es que no estaba presente. Sabía que algo tenía que cambiar, así que empecé ir a terapia. Me di cuenta que llevaba años corriendo, sin siquiera saber si esa era la vida que realmente deseaba.

En ese momento supe que nunca más quería trabajar más de ocho horas diarias. Con seis horas al día, y siendo sumamente productiva, comprobé que se lograban los mismos resultados. Igual que en su día comprobé que con ética se conseguían mayores logros, allí descubrí que disminuyendo las horas podíamos ser un equipo igual de potente.

Y aquí llegamos a mi último momento bisagra. Al punto donde tuve

que reconducir mi vida para evitar explotar. Todo comenzó con el momento en que llegué a lo más alto de mi carrera corporativa.

De tener 15 personas a mi cargo, pasé a tener 200 cuando cumplí 28. Ese trabajo me permitió estar en muchos lugares y ganar un montón de premios. Me formaron, tenía seguro de salud, un buen sueldo además de comisiones, incluso recibía clases de inglés. Nada podía salir mal, ¿verdad?

El conflicto llegó cuando cambiaron a mi jefa. La nueva traía consigo una forma de trabajar que chocaba con todo en lo que yo creía. Su filosofía era la presión, la competencia insana, la pasivo agresividad, el tener que trabajar doce horas seguidas. Para ella, el fin justificaba los medios. Para mí, no.

Intenté adaptarme, hasta que llegó la pandemia. Nosotros fuimos de las primeras empresas en el mundo en moverse al *online* sin que cayeran sus ventas. Trabajé sin descanso, se trataba de estar catorce horas al día sin parar. No tenía tiempo siquiera de sentarme a comer con mis hijas. Ellas estaban que se subían a las paredes en pleno encierro, y yo no podía ni verlas por estar de reunión en reunión. Los ataques de pánico regresaron con más fuerza que nunca. Ya no eran algo ocasional, eran parte de mi rutina. Me despertaba con ansiedad. Por si fuera poco, estaba atravesando por una crisis de identidad. No sabía quién era sin el trabajo y lo peor es que no podía bajar la velocidad, todo el tiempo estaba a tope.

En medio de todo este caos, tenía una relación con un chico de 22 años. Un músico. Con él era muy distinta, mucho más permisiva de lo que jamás había sido conmigo misma. Lo dejaba soñar, equivocarse, vivir sin presiones. Hasta que un día me di cuenta de lo injusto que era esto. ¿Por qué con él sí y no conmigo misma? ¿Por qué yo no me permitía ni un respiro?

Al final, no tuve opción. Cogí una baja médica. De nuevo, como ocurrió con el accidente de moto, no fue porque quisiera, sino porque mi cuerpo me obligó a hacerlo. Fue en ese descanso forzado cuando me di cuenta de lo enferma que estaba. Llevaba once años sin parar. Once años quemándome, exigiéndome, empujándome

hasta el límite. ¿Para qué? ¿Para quién?

Pero hubo algo que me hizo quebrarme antes de pedir la baja médica. Fue durante una entrevista de trabajo para una potencial trabajadora. Tenía que convencer a una mujer de dejar su sueño de ser maestra para ser empleada de nuestra multinacional. Me escuché y no me reconocí. ¿De verdad le estaba diciendo a alguien que abandonara su sueño?

En cuanto me vi desarrollando ese argumento, me detuve. Presté atención a la mirada de esa mujer: llena de anhelos, de vida, de esperanza. Yo no podía venderle la muerte de su sueño, algo que era más conveniente para la multinacional que para ella. Esa no era el tipo de venta en la que yo creía. Fue ahí cuando lo supe.

La venta es dignidad. Es escuchar al otro con el corazón abierto, con tanta apertura en el alma que simplemente no puedes evitar querer ayudarle. Es un servicio. Es una interacción donde el fin debe ser siempre la persecución del bien común, para el vendedor y para quien recibe la oferta. Esa era la venta. Era amor.

Hubo unos segundos de silencio durante la entrevista y por fin me salí del guion que me habían dado en la multinacional.

—Lucha por tu proyecto —le dije. Habló María de los Ángeles. La niña llena de sueños, no la directora comercial—. No tienes por qué entrar a trabajar aquí. Que ni se te ocurra.

Esas palabras se quedaron resonando en mi cabeza durante días. ¿Por qué le decía a ella que luchara y yo no estaba dispuesta a hacer lo mismo?

Me dije: "¿Por qué no dejo de ser vendedora para las multinacionales y mejor ayudo a personas a que puedan cumplir sus sueños gracias a las ventas?". Jamás había concebido la idea de ser emprendedora, siempre había trabajado para una empresa grande, teniendo un importante respaldo detrás. Pero ahí estaba yo, planteándome ir por mi cuenta.

No tenía idea de por dónde empezar, pero aun así lo intenté. Mi primer proyecto fue un fracaso total, pero era la primera vez que

sentía que estaba haciendo algo diferente. Aquí confirmé que nunca más firmaría con una multinacional. Quería asegurarme de que, si vendía algo, sería algo en lo que realmente creyera, algo que yo misma compraría. Esta decisión define todo lo que hago hoy en día. Dejé de vender por vender. Hay una fuerza interna que me mueve a seguir creyendo en la venta.

Este libro no busca ser un manual para enseñarte cómo vender. Mi enfoque será en la transformación interna que se produce cuando vendes. La venta, como el amor, nos lleva de un estado de necesidad a uno de satisfacción. Nos cambia internamente a niveles que apenas entendemos. La realidad es que el objetivo real no es vender, es cambiar.

Mi deseo es que te sientas capaz de realizar tu primera venta sin sentir culpa o miedo después de que este libro haya tocado tu vida. Eso me hará sentir que todo mi viaje valió la pena.

Con mucho amor,
Ángeles Conejero

CAPÍTULO 1:

¿Para qué vendemos?

Todo en la vida es una venta. Y todo lo que vendemos, nos vende también a nosotros.

GRANT CARDONE

La gente no compra lo que haces, compra por qué lo haces.

SIMON SINEK

Te podrá sonar a fantasía, pero nos convertimos en vendedores desde el momento en que llegamos al mundo. Al nacer, apenas tomamos el primer aliento, lo que hacemos es llorar. La realidad es que siendo bebés somos incapaces de satisfacer nuestra hambre o nuestro deseo de seguridad por la fuerza, así que lo exigimos a través del llanto. Es una transacción curiosa:

"Dame alimento o lloraré hasta que quieras lanzarte de un edificio".

Desde allí estamos vendiendo, desde que somos capaces de emitir sonidos y comunicar lo que queremos. Pensamos en sobrevivir, y para ello es necesario desplegar todo nuestro arsenal de emociones. Un bebé que llora sin consuelo no está haciendo otra cosa que vender su necesidad de protección y alimento. Llora porque así obtiene una respuesta. Su madre, su padre o cualquier adulto cercano acude a él para calmarlo. Ahí está la primera venta de su vida.

Nadie tiene la necesidad de vender. La venta no es una necesidad en sí misma, sino una herramienta para satisfacer todas las otras necesidades intrínsecas del ser humano. Desde esos primeros momentos, aunque no tenemos conciencia de ello, ya estamos vendiendo nuestra necesidad para que alguien nos la cubra. La

venta se convierte en algo constante desde ese primer momento que llegamos al mundo.

Porque no solo vendemos productos o servicios. Vendemos ideas. Nos vendemos a nosotros mismos en nuestras relaciones, en una entrevista de trabajo, en el salón de clase, en una reunión de amigos, o donde te imagines, para conseguir algo que deseamos. Vendemos nuestro valor para que otros nos elijan, para que nos presten atención, para que nos den lo que necesitamos. Entonces vender va mucho más allá de simplemente vender. En el fondo, es poner en valor nuestros dones: aquello que traemos al mundo y que nos diferencia, para que puedan reconocerlo y nos den lo que queremos a cambio.

Y aunque la venta se nos ha presentado como algo que solamente hacen comerciantes o negociantes, la realidad es que no hay una persona en el mundo que no esté vendiendo. Se trata de una de las formas básicas de la interacción humana. Nos permite sobrevivir, conseguir objetivos, relacionarnos y avanzar. Y cuando lo entendemos así, nos damos cuenta de que no se trata solo de un intercambio económico, sino de un intercambio humano.

Mi primer contacto con la venta

La primera vez que me vendí no fue en una entrevista de trabajo, tampoco en un negocio. Fue durante mi primera relación. Para entonces todavía era una niña, tenía apenas catorce años. Y claro, no tenía ni puta idea de lo que estaba haciendo. No era consciente de que me estaba vendiendo. Solo sabía que quería conseguir algo y que necesitaba una estrategia para lograrlo.

Te daré un poco de contexto de cómo era mi vida. Yo me sentía insuficiente en todos los sentidos, tenía una autoestima muy bajita. No me creía merecedora de nada. Era una adolescente con una falta de amor propio impresionante. Como si fuera pequeña e invisible.

Y cuando lo miré a él, me di cuenta de que tenía todo lo que me faltaba. Era seguro, tenía carisma y se desenvolvía con una facilidad que ni te cuento. Tenía todo lo que anhelaba y decidí ir a por él.

Quizá así yo también podría sentirme valiosa.

Pero no fui de frente, no quería arriesgarme. Primero deseaba entenderlo, así que durante varios días me quedé en el papel de observadora. Estudié sus movimientos, analicé con quien se relacionaba, qué hacía y qué le gustaba. Pasaron días hasta que hice mi primera jugada. Decidí acercarme a una chica que siempre estaba cerca; yo me sentía convencida de que era su novia, y me importó tan poco que fue la primera con la que tuve contacto. Quería saber cuáles eran mis posibilidades y cómo podía hacer mi primer acercamiento. Al final, "la novia" resultó ser su hermana.

Ahí estaba yo, con catorce años, ideando un plan de venta que incluso contemplaba estudiar a mi competencia. Fue ahí cuando descubrí algo que fue un parteaguas, que cambió la perspectiva que tenía sobre mí. Realmente tenía armas poderosas: inteligencia, una habilidad impresionante con la palabra, capacidad de observación y adaptación a cualquier entorno. Enfrentarme a la venta, en el plano de la seducción, fue una oportunidad de reconocer mis fortalezas. Supe que no necesitaba ser ni la más guapa, ni carismática, y que daba igual mi falta de autoestima. Podía jugar con lo que tenía: la estrategia y mi mente. Y nada más importaba, porque eso me permitía ir por la vida con camuflaje, y hacerle ver a los demás lo que yo quería que vieran.

Gracias a esa gran revelación, conseguí las herramientas que me hacían falta para construir un personaje; una versión de mí que a fin de cuentas no existía, pero que yo hacía creer que ahí estaba. Por desgracia, en el fondo sentía que nada de eso era cierto. Creía que esa versión inventada y "mejorada" de mí misma tenía todas las respuestas, pero solo era una máscara para darme seguridad.

Cuando construyes algo sobre una base que no es real, tarde o temprano se derrumba. La relación acabó mal porque esa versión que yo había vendido no era auténtica. Yo no era esa persona. Y cuando la mentira se cae, todo lo que edificaste sobre ella también se desmorona.

Esa experiencia me dejó una gran lección. Aprendí que vender no es

mentir. Que, si te vendes desde un personaje que no eres, tarde o temprano pagarás el precio. La mejor venta es la que se sostiene con la verdad. Y, sobre todo, aprendí que, antes de venderte a otro, tienes que saber quién eres tú de verdad, conocerte hasta las entrañas. En caso contrario, lo que estás vendiendo no es tu esencia, sino una versión artificial que al final te acabará pesando.

Crear estos "personajes" no es más que un sistema de defensa. La mayoría de las veces, lo hacemos para protegernos ante una situación que nos genera mucha tensión. Nos hacemos los fuertes y los sabios. No buscamos hacer daño a nadie, por supuesto. Pero cuando los creamos y actuamos desde el personaje, estamos creando desde el miedo. Y desde ahí, no somos capaces de conectar con el amor.

¿Cómo vendes si sientes que eres un fraude?

La realidad es que yo experimentaba por esa época la desagradable sensación de ser un fraude. No me refiero a un sentimiento pasajero, era algo que me perseguía todos los días de mi vida. Cada vez que vendía, cada vez que intentaba posicionarme en el mundo, sentía que estaba interpretando un papel. ¿Quién era yo realmente? ¿Y quién era cuando vendía? No lo tenía nada claro.

Tuve que atravesar una crisis de identidad muy fuerte para integrar la verdadera yo y la persona en la que me transformaba cuando vendía. Reconozco que fue un proceso duro, que me tomó tiempo, lágrimas, miedos, angustia, y donde necesité derrumbar muchas creencias. Llegué a ir a todo tipo de terapias para sanar, entenderme y encontrar un punto de equilibrio donde realmente pudiera ser yo, sin tener la sensación de que me convertía en un personaje al momento de vender.

Constantemente estaba cuestionándome si todo lo que hacía era mentira, si estaba engañando a los demás, o peor aún, si me estaba engañando a mí misma. Tuve que trabajar mi relación con el fraude. Recuerdo que se me removía todo por dentro al pensar en esa palabra. Me costaba trabajo poner en valor todo aquello que sí aportaba, sin sentir que estaba mintiendo por tratar de ignorar lo

que me faltaba. Vivía en una dualidad constante; definitivamente, no obtuve una respuesta inmediata.

Había dos preguntas que rondaban mi cabeza. Dos preguntas que al final acaban significando exactamente lo mismo:

"¿Cómo puedo vender si me siento un fraude?".

"¿Cómo voy a avanzar por la vida sintiendo que todo lo que hago es una farsa?".

Durante este proceso de reconstrucción, aprendí que la venta no es un disfraz. No se trata de mentir, sino que es una forma de poder mostrar a los demás lo que de verdad tienes para dar. No estás estafando a nadie; estás mostrando una versión de ti que es real, pero que en otras circunstancias te cuesta sacar a relucir. Por ello, sentí que había aprendido a reconocer mis herramientas. Por ello, pese a la sensación constante de ser un fraude, tenía la pequeña esperanza de que todas mis interacciones de venta estuviesen ayudándome a crecer.

Dentro de todo ese caos, lo cierto es que yo era tan solo una niña de catorce años buscando marido. Puede parecer broma, pero realmente quería casarme. Tenía fe en ello. Creía que esto sería el medio para solucionar cada uno de mis problemas. Venía cargando mogollón de creencias porque provenía de una familia en una situación bastante precaria. En mi cabeza, la manera más rápida y efectiva de asegurarme una estabilidad era encontrar a alguien que me la diera.

Porque yo sola no me creía capaz de llegar a nada. Necesitaba a alguien más. Fue así como tomé la decisión de buscar al chico que, en mi mente, iba a ser quien me salvaría de mi realidad.

Lo estudié, lo observé durante un tiempo, planifiqué mi estrategia y la ejecuté. Incluso llegamos a casarnos. Por loco que pueda sonar, es el mismo chico del que ya te hablé antes, al que realicé mi primera venta a los catorce. El papá de mis hijas fue mi primer novio.

Al principio lo tenía clarísimo y parecía que tenía todo bajo control,

pero al llevar adelante mi plan no pensé en qué me había movido a estar con él. La respuesta estaba clara: mi urgente necesidad de irme de casa. La realidad es que yo estaba desesperada por casarme, sentía una presión increíble y ese fue mi motor. Bastó con besarlo por primera vez para darme cuenta de que no me gustaba, y no me había planteado esa posibilidad. Había estado tan concentrada en la ejecución de mi plan que nunca me cuestioné si realmente quería estar con esa persona.

Eso fue un golpe de realidad, porque me di cuenta de que no solo le había vendido a él, sino que también me había hecho la venta a mí misma. Me había convencido y comprado la idea de que casarme con él era lo mejor, y que esa era mi salvación. Jamás me permití dudar ni hacer ningún tipo de reflexión. Y si lo hacía, automáticamente, rebatía la objeción.

Ahí aprendí una de las lecciones más grandes de mi vida: **la idea que tienes de los clientes no siempre es la realidad**. Puedes estudiarlos y analizarlos, pero tu verdad no es y nunca será la última palabra. La verdad no siempre encaja con la historia que te has contado en la cabeza sobre la persona que tienes frente a ti.

La venta te da poder

Durante años, vender me hacía sentir poderosa. Me creía imparable, y con el control absoluto de la situación. Sabía qué decir, cómo decirlo y cómo mover las piezas para llevar al otro exactamente donde yo quería. La certeza de que todo estaba sucediendo como yo lo había planeado me llenaba de adrenalina.

Pero ese poder tenía un precio. Me desgastaba, y mucho. Porque cuando soltaba la máscara de aquel personaje, y me encontraba sola, sentía un vacío enorme. Era como si todo el esfuerzo por construir esa imagen se desmoronara en cuanto nadie me veía. Me pesaba, porque en el fondo sabía que lo que estaba vendiendo no era real. No estaba siendo completamente honesta, ni con los demás ni conmigo misma. Era como una ilusión que se terminaba esfumando al momento que el cliente se iba. El sentimiento de placer era efímero.

Veía la venta como un juego en el que tenía que ganar siempre. Al ser una persona competitiva, ese era mi mecanismo de defensa; ponía por delante mi proyecto, mi producto, y hacía todo para resaltarlo, rebatir las objeciones y conseguir la venta. Hoy puedo decirte que allí no era capaz de ver con claridad. Me mantenía alejada de lo más importante al momento de vender: la conexión real que puedes generar con los demás.

El poder sentarte frente a alguien y escucharle con toda tu atención es algo maravilloso, sin la necesidad de poner tu producto o servicio delante, ni tus ganas de querer venderle. Se trata de quitarte todas las máscaras y suposiciones. Implica desnudarte frente al otro, para poder realmente conocer su historia: saber por qué están ahí, qué les mueve y qué es lo que desean.

Cuando tengo a alguien frente a mí, ya no veo una meta que alcanzar ni un punto que ganar. Veo a una persona con su propio camino, con sus propias dudas y razones para estar ahí. Me hago a un lado a mí y lo que sea que tenga para ofrecer. Desde esa honestidad, tomo una decisión. Es tan sencillo como eso. Simplemente abro mi corazón para saber si lo que traigo realmente le va a aportar algo a esa persona o no.

Es una decisión que me toma milésimas de segundo tomar. Si la respuesta es sí, sigo adelante. Y si es no, simplemente lo digo: sin presión, sin estrategias, sin manipulación. Porque vender desde el alma es también saber cuándo no vender.

Tuve que pasar por mucho para llegar al punto en el que estoy ahora. Fue una transición dura. Y soy consciente de que no todos pasarán por ahí. Habrá personas que quieran quedarse del otro lado; esos que creen que la venta se trata de convencer al otro y de poner tus intereses por delante.

Como ya te comenté, vender se sentía como adrenalina pura. Era un subidón. Era poderosa cuando lo hacía. Pero no en el sentido de saber que tenía algo valioso para ofrecer, sino poderosa porque me creía con el control total de la situación. En algún punto, tenía la certeza de que yo ponía las reglas. Sabía exactamente qué decir y

cómo manejar la conversación para que la otra persona tomará la decisión que yo quería.

Escuchaba a quien tenía delante, claro. Sin embargo, no lo hacía porque realmente quisiera entender al otro ni conocer su historia, sino porque necesitaba más herramientas. Eran más armas para mí. Toda esa información me servía para redirigir la venta, para argumentar, vencer cualquier objeción y llevar a la persona al sitio en el que yo quería que estuviera. Y funcionaba. Vendía.

Pero, al final del día, la sensación de vacío seguía ahí. Porque no estaba conectando con la otra persona, solo estaba jugando un papel y ejecutando una estrategia. Eso me impedía conectar conmigo, mis necesidades y mi cuerpo, y también cuidarme.

Todo el tiempo estamos vendiendo algo

Muchos creen que la venta solo se da cuando hay dinero de por medio, pero como ya lo hablamos antes, aunque no seamos conscientes de ello, estamos vendiendo todo el tiempo.

Cuando trabajaba limpiando, no vendía un producto ni un servicio de manera tradicional. Estaba vendiéndome a mí misma. Me aseguraba de ser la mejor en lo que hacía, de que las personas estuvieran felices con mi trabajo. Lo hacía con el fin de que mi energía fuera tan contagiosa que mi presencia fuera valorada y notada.

A fin de cuentas, la vida se trata de eso: seducir, cubrir necesidades, intercambiar. Y lo puedes hacer sin tener ni puta idea de que estás vendiendo. Como yo a los catorce años, cuando convencí a mi primer novio sin ser consciente de que lo que estaba haciendo era vender. La diferencia llega cuando sabes que lo puedes usar a tu favor, conociendo tus necesidades y sabiendo que tienes que vender.

Y para eso tienes que ir hacia dentro. Se trata de observarte para poder conocer tus necesidades, esas que están arraigadas. Hacer una pausa y preguntarse: "¿Estoy vendiendo para cubrir una necesidad real o solo para buscar aprobación?". Ponte a pensarlo. Muchas veces creemos que queremos algo, pero no se trata de un deseo genuino. Solo estamos persiguiendo lo que nos han dicho que

deberíamos querer.

La sociedad nos impone la casa perfecta, el coche de lujo, la imagen impecable, el ser exitosos, tener dinero, estatus. Pero eso es poco trascendente porque simplemente se trata de buscar la validación externa para sentirse integrado y aceptado. ¿Por qué coño nos importa tanto?

Aquí es donde está la diferencia entre vender desde el vacío y vender desde la autenticidad. A fin de cuentas, la venta es un reflejo de cómo nos relacionamos con nosotros mismos, nuestra autopercepción. Si vendes desde la carencia, desde la necesidad de validación, cada venta se convierte en una prueba de tu propio valor. Ahí es donde empieza la montaña rusa emocional: el subidón de adrenalina cuando cierras una venta y el vértigo absoluto cuando se cae.

A mí me pasó. Detrás de esa sensación de victoria absoluta que vivía cuando lograba un cierre exitoso, había mucho miedo. Cada vez que la venta se caía, experimentaba un pánico que no parecía terminarse nunca.

Porque cuando vendes desde un lugar de adrenalina, el bajón es igual de fuerte que la subida. Terminé dándome cuenta de que me sentía intranquila y no terminaba de disfrutar del todo cada vez que hacía una venta, porque constantemente me invadían pensamientos llenos de miedo y angustia:

"¿Y si la venta se cae? ¿Y si se arrepiente? ¿Y si al final dice que no?".

Todos esos pensamientos se hacían realidad cuando el cliente terminaba por decirme que no. Era un vértigo absoluto, sentía que no valía nada, que era insuficiente y que todo mi esfuerzo había sido en vano.

Cuando vendes desde ese lugar en donde domina el ego y el control, cada venta se convierte en un chute. Y cuando la venta no sale como esperabas, te da el mono. Ese síndrome de abstinencia que te deja temblando, que te hace sentir que no eres nadie.

Sin embargo, todo cambia en el momento que descubres que la venta es amor. Porque en el momento en que una venta se cae, tu mundo ya no se viene abajo. Ya no te mueres de miedo, ni existe esa angustia y ya no percibes que tu valor como persona depende de un simple acuerdo comercial. Aprendes de cada experiencia, mejoras y ajustas todo lo que hace falta. En ese momento ya no es una cuestión de ego, sino una simple conexión.

Ahí es donde la venta deja de ser una montaña rusa emocional y se convierte en algo estable. Ya no buscas el subidón, y tampoco necesitas la validación constante. Simplemente, haces tu trabajo, pones tu alma en ello, lo haces de la mejor manera que puedas y dejas que las cosas fluyan.

Y eso, créeme, se siente mucho mejor.

Para llegar a ese punto, primero hay que desmontar muchas creencias erróneas sobre la venta. Nos han contado en no pocas ocasiones que vender es manipular, que hay que presionar, que si no convences a alguien de que te compre es porque no lo hiciste bien. Y terminamos viendo la venta como algo forzado.

Por ello, quiero hablar de los mitos más grandes que existen alrededor de la venta. Esos que nos limitan, y que nos alejan de vender desde el amor. Esos que conducen a que el acto de vender se sienta pesado, cuando en realidad podría ser mucho más simple y natural.

Mitos en la venta

Comencemos por el mito más trillado de todos:

"Hay que tocar el dolor del otro para venderle".

Te dicen que para vender tienes que remover la mierda del otro, que tienes que hacerle sentir su dolor para que compre. Es verdad que las emociones venden, pero no es necesario centrarnos en las que generan sufrimiento. Se puede hacer desde dos lugares, porque, así como hay emociones que gestan el dolor, hay otras que dan ilusión y placer. Puedes llevar a una persona al mismo punto moviendo emociones positivas.

Cuando implantas miedo en el otro, terminas creando dependencia. Cuando alguien compra desde ese lugar, lo único que consigues es que se sientan muy por debajo de ti. Y la verdad es que eso no me interesa en lo absoluto. Soy fiel creyente de un tipo de venta que empodera, no que haga menos al otro. Vender se trata de poder acompañar, no de manipular.

También existe el grave mito de que hay que mentir para vender. Se cree que debemos endulzar la realidad, decirle al otro lo que quiere escuchar, y que está prohibido ser auténtico o real. Eso es una mierda. Lo que realmente genera confianza es la verdad. No siempre vamos a estar bien, y hay días buenos y días malos, somos humanos. No se trata de ponerte una máscara. Al final llevas tu cuerpo a la venta y eso incluye todas tus emociones.

Si te sientes mal, si estás cansado, si estás triste, no lo ocultes. Úsalo a tu favor. Que todo eso te acompañe. Conéctate con lo que hay en ti y vende desde ahí. La gente valora la autenticidad mucho más de lo que crees. Cuando hablas con la verdad las puertas se abren solas.

Conectas.

Aquí otro mito: "Vender es molestar". Y claro que es un mito, por mucho que algunos lo asumen como verdad. Quienes tienen poca experiencia en las ventas perciben que están molestando, que incomodan, que interrumpen al ofrecer algo. Pero esto no tiene nada que ver con la venta, proviene de otro lugar. Es algo más profundo, viene de una inseguridad interna. Porque la venta se trata de oportunidades. No estás obligando a nadie y tampoco imponiendo.

Imagina que eres un niño que tiene sed y quiere pedir agua en un restaurante, pero no te atreves porque te da miedo molestar. Es exactamente lo mismo que hacer una venta. ¿Por qué asumir de buenas a primeras que eres una molestia, si no sabes siquiera qué hay en la cabeza de otra persona? Si partes de la base de que eres una molestia, de que molestas al mundo, no vas a atreverte ni a respirar.

La venta puede hacer que te sientas rechazado, pero eso no define tu valor. La vida se trata de eso: te van a rechazar una y otra vez, pero habrá alguien que desee lo que tú puedes brindarle. Cuando te das cuenta de eso, todo cambia. Empiezas a trabajar esa inseguridad y un día ya no sientes que molestas a tu pareja, ni a tu familia, ni a tus amigos. Relacionarte es mucho más fácil porque sabes que tienes un mogollón que aportar y reconoces tu valor ante los demás.

Otro mito: "La venta depende únicamente del vendedor". Te dicen que si no vendes es porque no lo hiciste bien. "Sí o sí tienes que cerrar la venta". La realidad es que hay muchos factores que están en juego durante una venta, y muchos dependen de ti. Pero hay otros que se salen de tu control. No naces sabiendo vender. En el camino aprendes a conocer a tu cliente, entender tus métricas, la importancia de tocar puertas, con qué tipo de personas conectas mejor, e incluso entiendes cómo crear esa conexión. Es algo que construyes, te lo da el tiempo y la experiencia. Solo tú conoces tu punto de partida.

Cuando empecé a vender era muy mala, tenía que tocar más puertas y esforzarme el doble. Pero a la larga eso fue una ventaja, porque hoy tengo más herramientas, más capacidad y, sobre todo, la habilidad de recibir rechazos con total tranquilidad.

¿Quién no ha escuchado que "la primera imagen es lo más importante"? Este es un mito que frena a mucha gente. Nos dicen que tenemos que causar una primera impresión perfecta. Que si no vas bien vestido, si no tienes una imagen impecable, no vas a vender. Yo he vendido en chándal, despeinada y sin maquillar.

Y sí, es importante causar una buena impresión, pero la imagen no es lo único que influye en eso. Porque la venta se trata de algo energético. La conexión que creas con la otra persona pesa mucho más que si llevas tacones o traje. Tiene que ver con tu entrega hacia el otro y tu actitud.

Es más, esto es especialmente importante para las mujeres. Aún hoy nos dicen que para liderar, para vender, para tener autoridad,

tenemos que vernos de cierta forma. Pero yo lo desmiento completamente. No necesitas ajustarte a ningún molde. Lo que realmente importa es que te sientas cómodo contigo mismo.

Al final, la venta es mucho más simple de lo que nos han hecho creer. No se trata de manipular, ni forzar, tampoco es convertirse en alguien que no eres. Vender es conectar e intercambiar valor. Y cuando dejas de lado todos estos mitos, se convierte en algo mucho más natural y auténtico.

Porque la venta no es solo un trabajo. Es una forma de relacionarte con el mundo. Tengo muy claro que transforma vidas. **La venta es amor.** Nos han enseñado a verla como un simple intercambio, una estrategia o una habilidad que unos tienen y otros no. Pero vender va mucho más allá. Es una herramienta que cambia tu realidad.

Y lo mejor de todo es que la transformación no se queda solo en ti.

Cuando aprendes a hacerlo desde un lugar honesto, cuando ofreces algo que realmente aporta, también cambia la vida de la otra persona. Porque cuando ofreces algo que tiene valor, no solo estás entregando un producto o un servicio: estás entregando una solución, un crecimiento, una posibilidad que antes no existía.

Así, por resonancia, la transformación se expande.

CAPÍTULO 2:

Ser una buena persona

Vender con integridad no significa vender menos. Significa construir algo que dure.

Daniel H. Pink

Trata a los demás como te gustaría ser tratado.

Jesús de Nazaret, Mateo 7:12

Desde niña fui una persona muy católica y cercana a Dios. Aunque siempre he sido algo rebelde, había algo en mí que me hacía detestar la idea de estar haciendo daño a otro. Eso incluye toda clase de seres vivos. Yo rescataba pajaritos y gatitos, ayudaba a gente de la calle y crecí viendo cómo podía echar una mano a quien lo necesitara. Era una necesidad que tenía por mi cercanía con Dios, pero me movía mi propio impulso vital.

Además, soy la cuarta de seis hijos. Crecí cuidando y protegiendo a mis dos hermanos menores. Participé en su crianza desde que era una niña. Esta parte siempre formó parte de mi carácter, incluso en ciertos puntos de mi vida donde busqué rechazarla.

Imagínate cómo me sentí al entrar al mundo de las ventas. Para ese punto, pensaba en todo lo que implicaba vender y lo relacionaba con engaños, mentiras, manipulación, en crear una necesidad en el otro y conseguir mis objetivos sin detenerme a pensar en los demás. Todo eso iba en contra de mis principios, de mi forma de ser y percibir la vida.

Yo no quería que mi relación con las ventas se basara en este paradigma tan oscuro. ¿Cuál podía ser la forma más sencilla de vender sin sentir que era un fraude? La respuesta era muy simple,

aunque admito que tardé más de la cuenta en descubrirla.

Solo debía ser una buena persona.

Qué es ser buenas personas

Usaré la definición exacta de la *Enciclopedia de Humanidades*: "Una buena persona es aquella que siempre desea lo mejor para los demás y actúa en consecuencia; cuando una persona reconoce a otra como un par y la respeta, puede actuar de manera compasiva, bondadosa y humilde, ya que no se considera superior a otro.".

Cuando me refiero a ser buenas personas no estoy buscando hablar desde un punto de vista de juicio, ni desde la ley ni mucho menos de algo cultural. **Hablo de alguien que está al servicio de los demás, que piensa en el prójimo y lo observa como un igual**. No estoy por encima ni por debajo de ti; somos humanos, transitando un camino distinto. Te respeto y te reconozco. Por consecuencia, soy compasiva, bondadosa y humilde.

Ser buenas personas durante la venta

Cuando estamos vendiendo siempre hay un otro, y eso inevitablemente nos hace conectar. **Sin embargo, una característica innegable del proceso de venta es que debemos ser persuasivos**. No voy a mentirte ni andar con rodeos; la venta puede implicar incluso la manipulación. Al final, deseamos conseguir un objetivo: yo quiero que tú me digas que sí. Si te pones a pensarlo, nuestra economía depende de si vendemos o no, y para muchas personas puede estar en juego si ese día van a poder llevar la cena a casa, pagar las facturas o el alquiler.

Bajo este contexto es muy fácil pensar que el fin justifica los medios. Quiero adelantarte algo que muchos vendedores tardan toda la vida en entender: no, el fin jamás los justifica.

Debes saber que durante la venta tampoco serás perfecto. Habrá veces que ni siquiera seas consciente de qué estás transmitiendo a tu potencial cliente, sino hasta después del proceso de venta. **Por ello, creo que todo parte de que nuestra comunicación esté alineada con nuestros valores.** Nuestras acciones siempre deben

cuidar y respetar al otro. No hagas lo que no te gustaría que te hicieran.

Hay un concepto usado en la filosofía africana llamado *Ubuntu.* Aunque no hay una traducción exacta, puede entenderse como "soy quien soy por quien eres tú". Una persona es quien es gracias a los demás. Creo firmemente que estamos mucho más unidos de lo que pensamos. Sabiendo esto, ¿cómo podría hacerte una venta sabiendo que no necesitas lo que te ofrezco, o que te estará haciendo daño si aceptas?

Para vender desde esta óptica, nuestras necesidades económicas como vendedores no pueden ser el principal motivador de la acción de venta. **Tu foco de atención no debe de estar en que quieres cerrar el trato, sino ponerte al servicio del otro.** Debemos detectar si las necesidades de la persona que tienes delante coinciden con lo que ofreces. Si la respuesta es positiva, puedes desplegar tus herramientas persuasivas y argumentativas porque deseas que cubran sus necesidades contigo. No con otros, contigo. Pero solo podemos hacerlo cuando la necesidad está ahí.

¿Qué pasa cuando creamos una necesidad? Lo hacemos tocando un punto de dolor, y en esta circunstancia esa persona únicamente va a conectar contigo desde la angustia y el miedo. **Va a asociar esa venta con emociones negativas**. En el momento en que vuelva la realidad, que regrese a su centro y logre regular sus emociones, se va a desconectar por completo de esa venta. Va a evitar ese proceso porque lo único con lo que lo relaciona es con dolor y miedo. Será un proceso de sufrimiento en lugar de disfrute.

Si algo he aprendido en todos estos años es que debemos conducir la venta desde el amor. Si amas a una persona, no le tocas sus puntos de dolor todo el tiempo. Si amas a una persona y la consideras tu igual, la escuchas y le ayudas a resolver problemas reales. Por eso hablo de que la venta es amor. Yo quiero que el otro conecte con el amor para llegar hacia su objetivo y que pueda cubrir esa necesidad conectando con emociones positivas. En consecuencia, cada vez que esa persona me vea, va a conectar con

la ilusión, con la entrega, con el compromiso, con el corazón y lo que desea.

Como Mery, que tras un año trabajando con nosotros en la escritura y publicación de su libro, nos comunicó que quería empezar el segundo. Es el tipo de cosas que logras cuando actúas desde el amor.

Vender a clientes que no están comprometidos

Sabemos que la vida no se detiene por nadie y como vendedores debemos seguir pagando cuentas. Aquí es importante cuestionarnos cómo podemos encontrar un equilibrio que cuide nuestras necesidades, pero al mismo tiempo también cuide a la persona a la que le vamos a vender.

Para lograr esto yo siempre me cuento la película de que el peor escenario posible es **venderle a un cliente que no está comprometido**. ¿Qué sucede cuando la otra persona no está convencida durante el proceso de venta? No va a contestar las llamadas, posiblemente no va a pagar, se va a enfadar y claramente va a echar todo abajo, no hay más. Esto conducirá a que te quedes con la sensación de que has vendido para nada, y lo peor de todo es que vas a tener que gestionar emocionalmente a esta persona que está descontenta.

Quiero decirte que es común que suceda, sobre todo al principio. Mi equipo y yo lo vivimos. Es normal que vayas con prisa cuando empiezas a vender, y que tengamos este subidón de querer vender rápido. El problema llega al día siguiente, cuando el cliente no se toma ni siquiera las molestias de aparecer. Ahí viene el golpe emocional para el vendedor.

Cuando vendía seguros de los muertos, estaba apenas empezando mi carrera como vendedora. Tenía que ir a barrios muy chungos con recibos de cinco euros a cobrar casa por casa, en donde me enfrentaba a que me cerrarán la puerta en la cara o simplemente me ignoraran. Las he pasado putas. Esto es venderle a alguien que realmente no está comprometido con lo que ha comprado y eso te

va a dar mucho más trabajo del que imaginas. No queremos ese tipo de clientes al que hay que perseguir en su casa. Esas personas sí querían pagar, pero por miedo a lo que les pudiera pasar; un miedo que nosotros alimentábamos. ¿Quieres ser del tipo de vendedor que consigue resultados gracias al miedo que generas?

Como vendedores es importante plantearnos trabajar con metas a mediano plazo. Es la única manera de conectar desde el amor, sostenerte a ti mismo en las caídas y ser buenas personas durante la venta (y después de ella también, idealmente). No hay que permitir que las necesidades que tenemos en el presente nos jodan el proyecto que estamos construyendo a futuro.

La sensación de urgencia estará ahí cuando tengas la necesidad de pagar deudas, el alquiler o los libros de tus hijos. Pero no por eso vas a vender con desesperación. Si lo haces desde ahí, todo lo demás se va a trastocar. Plantéate en qué momento te encuentras; si de verdad no tienes para pagar tus facturas y quieres dedicarte a las ventas, es preferible que busques un segundo ingreso mientras tu proyecto como vendedor avanza.

Quiero hablarte sobre el libro *Dar y recibir* de Adam Grant. En él se explora que hay tres estilos fundamentales de interacción social: dar, recibir y equilibrar. Los donantes son personas que dan más de lo que reciben. A los receptores les gusta obtener más de lo que generalmente aportan. En el contexto de este libro, un donante sería un vendedor que actúa desde el amor; un receptor, sería el que está dispuesto a vender sin importar los medios, y a manipular con el fin de cumplir sus objetivos. ¿Cuál de estos dos grupos creerías que tienen más probabilidades de estar en la parte superior e inferior de la "escalera del éxito"?

En el libro, se explora que las personas que dan más de lo que reciben suelen estar en la parte inferior. Los donantes suelen estar dispuestos a sacrificar sus intereses en beneficio de los demás y ser demasiado confiados. A muchos donantes les va terriblemente mal, con peores trabajos y atravesando situaciones precarias. Aquí seguro piensas: "Pues entonces los receptores deben ser quienes están en

la parte más alta. Seguro su astucia les llevó ahí". Pero no. Los donantes también son quienes están en la parte superior de la escalera del éxito. Los líderes más grandes del mundo suelen ser donantes. Personas que dan más de lo que reciben. Los mejores vendedores suelen ser donantes.

Te recomiendo ir a por este libro si quieres profundizar en cómo actuar desde el amor puede impulsarte en el medio y largo plazo. Pero te adelanto algo: las personas que dan, pero lo hacen de forma inteligente, pensando en el otro y en cómo sostenerse a sí mismas, son las que logran estar en la cima.

Yo estoy convencida de que tu alma sabe lo que va a suceder en cada momento, tiene una intuición única y no se equivoca; ella sabe quién es tu cliente desde el momento en que lo miras. Y pasa igual con el alma de tu cliente: esta persona ya sabe que te va a comprar.

Es suficiente con que vayas a una llamada de ventas con la confianza y con la seguridad de que ese cliente ya está predestinado a trabajar contigo. En el fondo, estando ahí, vas a saber si esa persona es la indicada. La realidad es que ya está todo decidido. Lo único que tienes que hacer es hablar con la voz de tu alma, crear una conexión y escuchar con apertura al otro.

Cuando alguien no está alineado contigo, no va a resonar, sin importar el esfuerzo que hagas. **No es algo que se pueda forzar y está bien no lograr la misma sinergia con todos tus clientes.**

Antes solía utilizar un tipo de comunicación que se llama comunicación empática. Te cuento de qué va. Da igual si la persona que tienes delante te cae bien o mal; de hecho, puede caerte fatal. Pero el otro en todo momento va a sentirse importante. Tú haces que sientan esa conexión y empatía, aunque no exista. Solía utilizar esta técnica, pero decidí parar porque ya no va conmigo. A fin de cuentas, es un engaño, y en algún momento resulta imposible sostener esa máscara.

Te daré un ejemplo. Me encanta comparar las ventas con el amor de

pareja, y va de lo mismo porque a fin de cuentas estamos hablando de compromiso. Aquí va:

Imagina que conoces a una persona y empiezan a salir. Para gustarle y caerle bien, comienzas a mentirle en ciertas cosas que para esta persona no tienen importancia. En el fondo, tú sabes que no estás siendo auténtica y real, estás fingiendo ser alguien que no eres para tener la aprobación de esa persona y gustarle. ¿Por cuánto tiempo es sostenible esa situación para ti? Estar pretendiendo ser alguien que no eres… No importa cuánto tiempo pase, tarde o temprano esa careta se va a caer y los dos se van a dar cuenta de que no hay nada que los une. Solo va a ocasionar sufrimiento. Y pérdida de tiempo.

Con un cliente nos va a pasar exactamente lo mismo, lo que quieres es tener relaciones duraderas con ellos. **Porque existen dos tipos de venta: por impulso y fidelización**. Las ventas por impulso puedes verla si estás vendiendo, por ejemplo, bolis en un supermercado. Ahí lo que tienes que hacer es vender y no parar. Pero si tienes un producto que requiere un proceso de entrega, planificación y seguimiento, ahí sí o sí debes de darle una atención a tu cliente para crear esa relación duradera que es muy necesaria en este tipo de venta.

Uno de mis innegociables es que jamás cierro la venta en la primera llamada o encuentro. Esto es muy importante para que la otra persona no sienta que tomó una decisión apresurada. No faltarán vendedores que digan que siempre tienes que cerrar. Pero yo permito que el otro se tome su tiempo, y lo medite con calma. Confío y suelto. Ese es el tipo de venta que busco cerrar y las relaciones que me gusta crear con mis clientes.

Vender con ética

Siendo honesta, alguna vez habré cruzado una línea que no debía en todos estos años que llevo como vendedora. Cuando empecé a vender era una adolescente con apenas dieciséis años y después con dos menores que dependían completamente de mí. Si no vendía ellas no comían. Vivía en la urgencia.

En mi etapa de principiante, sentía que no tenía otra opción más que salir adelante y vender fuera como fuera. Te contaré una anécdota que me sucedió en uno de los miles de empleos que tuve:

En esa empresa, me ponían objetivos de ventas. Así es como suele medirse el desempeño de los vendedores. El producto estándar que vendían mis compañeros tenía una prima muy baja al principio, pero subía bastante con el paso de los años, lo que ocasionaba que en su momento de más vulnerabilidad pagarían una cuota insostenible y esto causaría inconformidad en los clientes. Por mi cuenta, decidí no vender más ese producto. Me parecía poco ético. Era como venderle una flor y ocultarle deliberadamente las espinas. ¿Qué decisión tomé como vendedora? Me fui por un producto que tenía un costo inicial más elevado, pero que a largo plazo se mantenía estable.

Ese producto generaba más ingresos por venta y también me hacía generar más primas. Al final de cuentas, acabé generando más comisiones con mi equipo que mis compañeros. A pesar de que hacía menos ventas, facturaba cuatro veces más.

Sin embargo, la empresa solo valoraba el número de ventas, no la calidad o el valor económico de las mismas. Por eso jamás me dieron el contrato fijo que tanto me prometían. Lo único que recibí de su parte fueron halagos vacíos. Cogí una rabia impresionante contra ellos porque, aunque era un buen trabajo, no me daban aquello que me prometían. **Me vendieron una esperanza sin darme la seguridad de que la iba a tener.** Fue una venta sin ética de su parte. Y cuando descubrí la verdad, me fui.

La realidad es que no conseguí ahí fuera ningún mentor que me enseñara cómo ser una buena persona en el mundo de las ventas. Es triste pero cierto. No es el tipo de venta que te enseñan en los libros. Claramente nadie te va a decir que para vender tienes que engañar, pero tampoco te dicen que debes de pensar en tus clientes y cuidarlos. Y si lo hacen, se basan en cuánto van a facturar con ello. Rentabilidad pura y dura.

Cuando comencé a formar comerciales, lo primero que hacía era preguntarles qué creían ellos que se debía tener para ser un buen

vendedor. La realidad es que nadie tenía la más mínima idea. Lo primero que yo anotaba siempre en una pizarra en grande era:

SER BUENAS PERSONAS
Ese es el primer paso.
A partir de aquí, todo va a funcionar.

Vender sin perderte

Una pregunta que me hicieron mientras escribía este libro fue: "¿Cómo te mantienes motivada y enfocada en tus valores cuando las cosas se ponen difíciles?". Hay momentos en la vida en donde es fácil sentir que estamos perdidos. También estuve ahí. Sin embargo, con el paso del tiempo, fui desarrollando una calma que a veces asusta a los demás. **Esto fue gracias a la terapia.** En la vida de cualquier ser humano es básico trabajarse internamente, pero si te dedicas a las ventas para mí es innegociable ir a terapia.

¿Qué sucede cuando la venta se cae o simplemente el cliente te dice que no? **Eso va a tocar absolutamente todos tus puntos de dolor**. Nos han contado toda la vida que somos nosotros quienes tocamos esos puntos de dolor en el potencial cliente, pero la realidad es que se trata de un espejo; todo va de regreso hacia ti. Si no vendes, vas a sentir que no vales, que no eres suficiente y va a tocar tus heridas de abandono y rechazo o aquello que lleves cargando en tu mochila.

Por eso ir a terapia es tan importante siendo vendedor. Hay que trascender todas nuestras heridas para poder vender desde el amor. Y para ello primero debes aceptarlas y dejar de rechazarlas. No trates de taparlas. El miedo no es algo a dejar atrás; es tu aliado, tu brújula, te indica aquello que aun debes aprender, te invita a poner presencia.

Otro aspecto que me ha ayudado a sobrellevar todo esto sin perderme es que mi vida no gira en torno a mi trabajo. No lo es todo para mí. Quiero aclarar que amo mi trabajo, me encanta vender.

Incluso hay momentos en donde tengo que dejarlo porque me genera demasiada dopamina. Es ahí cuando sé que necesito unas vacaciones. Mientras corrijo este borrador, estoy en ese momento de vacío; llevo un mes sin vender nada. Cuando estoy teniendo un mal día, simplemente apago el ordenador y mi móvil para volver a mí. Me permito darme ese espacio, no me genero estrés ni conflictos mentales innecesarios.

Simplemente fluyo, me pongo música para bailar, salgo a comer algo, pasó tiempo con mi familia o camino descalza. Hago actividades que me recuerdan lo maravillosa que es la vida para conectarme y convertir ese mal día en uno bueno, con tristeza y rabia incluida, si es lo que estoy sintiendo. Y también me recuerdo que no es el fin del mundo.

Todo pasa.

Días de mierda vamos a tener todos y es normal. La clave está en cómo los atraviesas. Yo me voy a la cama con la seguridad de que mañana será un día mejor. Cuando logras romper con esa creencia de que tu vida es tu trabajo, tienes la esperanza de que cada mañana tienes una nueva oportunidad.

Para cerrar con el tema de la motivación y cómo sostenernos cuando las cosas se ponen jodidas, los valores son un innegociable para mí. **No es algo que estableces en relación a un proyecto o un trabajo. Deben guiar tu vida.** Es importante que exista armonía con tu forma de ser ante todas las situaciones que enfrentas. Ser buenas personas no es algo que eliges hacer solo en ciertos escenarios. Debe de ser así siempre.

Eso no significa que te fustigues y te culpes o te avergüences si la cagas. Si sientes o piensas eso, solo respira. Estamos aprendiendo.

Estamos en el camino.

Yo también.

CAPÍTULO 3:

Toca cien puertas diarias

Toca cien puertas y una se abrirá. Pero esa puede cambiar tu vida.

LES BROWN

Cuando lo que haces está alineado con quien eres, la motivación nace sola.

DEEPAK CHOPRA

La fe es dar el primer paso incluso cuando no ves toda la escalera.

MARTIN LUTHER KING JR.

Nunca olvidaré el día en el que fui a tocar puertas mientras caía un diluvio. Vivo en Valencia y es muy inusual que llueva a cántaros, pero ese día el cielo se nos vino abajo. El agua bajaba por las calles como un río, las personas tuvieron que poner planchas en las puertas para que no les entrara hasta la cocina. Un panorama apocalíptico, vamos.

Y allí estaba yo calada hasta los huesos, con el pelo pegado a la cara y escurriendo la ropa. Con mi equipo de comerciales, todos empapados. Tocando timbres y vendiendo seguros puerta por puerta.

A simple vista puede parecer el peor día del mundo. Con frío, todos mojados y con la sensación de que estábamos haciendo el ridículo. Para mí fue uno de los días más felices de mi vida. Y no exagero. Ha pasado más de una década y todavía lo recuerdo como si fuera ayer.

Me la pasé en grande, me reí como cuando era niña, de esas risas que te salen del estómago y se te escapan sin filtro. Había algo en esa situación tan absurda, tan incómoda, que nos sacó lo más humano y auténtico. Ese día aprendí una lección de vida que llevo grabada a fuego: que por muy mal que esté todo fuera y sin

importar la situación de mierda por la que estés pasando, si por dentro llevas el alma contenta, te conviertes en un niño jugando.

En este capítulo, me enfocaré en hablarte sobre la filosofía de tocar cien puertas. Retomaré más adelante esta historia de mi equipo y yo vendiendo bajo la lluvia.

Vender sin quemarte, ni quemar a nadie

En el mundo de las ventas tocar cien puertas diarias te da un camino a seguir. Sirve como una guía que te dice qué es lo que tienes que hacer, y al final del día eso te va a dar seguridad.

Las ventas no son como cualquier otro empleo. Aquí hay más incertidumbre. Puedes llegar a casa con las manos vacías o llenas. **En este sentido, tocar esas cien puertas diarias te da un plan para tus jornadas de trabajo**. Y no me refiero a que literalmente tengas que ir a tocar cien puertas, aunque para mí así comenzó todo cuando vendía tarjetas de crédito.

Actualmente, esas puertas se traducen en mandar cien WhatsApps, conectar a través de redes sociales o mandar correos. Se trata de hacer prospección y poder conectar con cien personas que pueden convertirse en tus posibles clientes. Este principio de tocar cien puertas es la base sobre la que se sostienen cientos de empresas de éxito en todo el mundo, sin importar el producto que venden ni el sector.

Tocar cien puertas te va a marcar la ruta que tienes que recorrer todos los días. Es el gran objetivo diario**: entrar en la vida de cien personas distintas.** Si realmente quieres dedicarte al mundo de las ventas, tocar cien puertas es lo que te dará dirección, experiencia y resultados. Es el punto de partida que, paso a paso, te va a acercar a todas tus metas.

Es curioso, porque yo este método lo odiaba con toda mi alma. Vamos a empezar por ahí. Le llamaba el *exprime limones,* así como lo lees. Te explicaré por qué. Había una práctica que hacían las grandes multinacionales cada vez que "contrataban" a alguien, cuando en realidad entrabas a trabajar sin un contrato, sin sueldo

fijo, y sin nada asegurado: te pedían aterrizar una lista de cien personas que conocieras.

Entonces, cada vez que entraba un nuevo comercial, con toda la ilusión y ganas de trabajar, lo que tenía que hacer era conectar con esas cien personas de su lista para contarles que ahora vendía seguros, o banca, o Thermomix, lo que fuera. Se le sacaba todo el jugo a ese entorno hasta terminar de exprimir a la última persona, y cuando ya no quedaba nada, se pasaba al siguiente comercial. Otro nuevo, otra lista de cien. Y así todo el rato. Era algo muy loco.

Por eso lo llamé el *exprime limones*, era exactamente eso: exprimir a la persona, a su gente, a su círculo más cercano, y luego soltarle de la mano. Si el comercial sobrevivía, bien por él. Y si no, pues nada, a otra cosa. Así de frío era todo.

Y claro que este método funciona, por algo existe desde hace tanto tiempo. Pero la realidad es que no va conmigo. No está alineado a mi ética ni a mi moral. Y está bien, no todo lo que le funciona a los demás tiene que ser válido para ti. Por ello decidí crear mi propio método, uno que vibrara conmigo sin la necesidad de tener que quemar el entorno de un comercial. Cambié las reglas del juego, pero seguí utilizando las métricas que sí funcionaban.

Lo primero que modifiqué de la fórmula cuando empecé a formar a mi equipo fue que nadie tenía que empezar vendiendo a su círculo cercano. Lo primero que le recomendaba a mis comerciales es que debían esperar por lo menos tres meses para que estuvieran seguros y comprometidos con la empresa; hasta entonces, no podían tocar la puerta de un conocido y ofrecerle los productos.

Porque la realidad es que antes de esos tres meses estás probando y conociendo el proyecto. Me parecía importante que dejaran pasar ese tiempo para que supieran si realmente estaban comprometidos o no. Lo único que sucedía si se adelantaban era que quemaban a todos sus conocidos. Es súper importante que un comercial esté comprometido con toda su alma a un proyecto para después jugarse relaciones importantes.

Me quedé con lo que sí funcionaba del método *exprime limones*, porque tocar cien puertas es algo que nunca va a cambiar. Solo modifique un poco la parte de la ejecución, con la intención de no afectar al comercial ni tampoco nuestros objetivos de venta.

Cuando vendemos solo pueden suceder dos cosas: que nos amen o nos odien. Si te comprometes con la venta, haces una buena entrega y realmente conectas con la otra persona, la estás cuidando y respetando. Si, por el contrario, haces una mala entrega, cambias de producto a cada rato y solo intentas venderles a las mismas personas, no querrán sentarse contigo ni en Navidad.

También cambié la idea de dejarme llevar por un número. Al final, cada quien va creando sus propias estadísticas. **No es que forzosamente tengas que hablar con cien personas**. Escoges las cifras dependiendo de tu proceso de venta y de la realidad de tus clientes.

Además, tampoco trabajo nunca con un *speech* preparado de antemano. Prefiero dejarme llevar por el momento y la persona que tengo delante. Tengo la creencia de que no puedes tener todo memorizado, lo que vas a decir va estar cambiando dependiendo de las circunstancias, incluso de tu estado de ánimo. Las inteligencias artificiales pueden ayudarte con un bloqueo, pero si dependes de ellas para contestar a tus clientes, entonces una IA puede hacer el trabajo. Y yo tengo clarísimo que, para vender desde el amor, sí o sí, hacen falta dos seres humanos que conectan.

Lo que sucede durante esas cien puertas

Tocar esas cien puertas significa el punto de partida, pero también se convierte en una rutina. ¿Qué sucede con las rutinas? Al inicio es todo muy emocionante porque es nuevo, es algo que no conoces. Te sientes muy motivado y te emociona la idea de empezar. Pero el tiempo comienza a pasar y sigues haciendo lo mismo, y llegará el día en el que tocar esas cien puertas te parezca absurdo y aburrido.

Justo en ese momento tienes que recordar que entre más puertas tocas más oportunidades tienes. **Cada "no" que obtienes, te**

acerca más al "sí". Es un mantra que ayuda mucho cuando vas iniciando. Esto significa que, si ya te han dicho que no noventa y nueve veces, te queda una para llegar al sí. Al menos, eso suele dictar la estadística. A pesar de que yo utilizo mis propios métodos y reglas, lo que funciona dentro del juego siempre va a funcionar. Es matemática pura, y lleva tanto tiempo dentro del mercado que ya está comprobado que da resultados.

A pesar de que esto va a ser rutinario, no significa que todos los días van a ser iguales en tu vida como vendedor. Somos cambiantes y la energía de cada día mueve distinto tu entorno y todo lo que se te presenta. Habrá días que cierres diez ventas. Habrá días donde te caiga un diluvio mientras vendes.

Sin embargo, también debes saber que las cien puertas son solo el inicio. Representan una pequeña (aunque crítica) parte del trabajo que vas a tener que hacer como vendedor. Luego tendrás que dar seguimiento a las personas que sí tuvieron interés, hacer las llamadas de ventas y hacer entregas si además vendes tus productos.

He visto comerciales que tocan cien puertas, le entregan toda su energía a esta parte del proceso y luego no venden absolutamente nada. ¿Cuál es mi sugerencia? Que aprendas a ver esta parte de la venta como algo casi automático. Tu foco de atención, el lugar donde pones toda tu energía creativa, no debería estar aquí. Y es que lo mejor viene después.

Porque el verdadero trabajo empieza una vez que ya has conectado con una persona, ahí tu entrega debe ser total y absoluta. Esa persona a la que estás vendiendo o ya vendiste está esperando ciertos resultados y no debes fallar, tu corazón está puesto en cada venta.

Por estadística, siempre tengo claro que voy a tener días buenos y días muy jodidos también. No todo siempre juega a nuestro favor y está bien. La vida es así.

Es muy importante que durante este proceso seas amoroso contigo

mismo. Cuidar tu salud y tu bienestar mental y emocional debe convertirse en una prioridad. **Toma los descansos que tu cuerpo te vaya pidiendo, escúchalo y no lo quieras hacer todo del tirón**. Si un día no llegas a la puerta cien, no te culpes y tampoco te exijas demasiado. Es mucho mejor si solo te permites fluir y entiendes que no siempre será igual.

Solo sigue tu camino y ten claro el objetivo.

El mayor reto al que puedes enfrentarte cuando empiezas a tocar esas cien puertas es no tomártelo personal, especialmente cuando te dicen que no. Es difícil, pero con el tiempo se logra, te lo prometo.

Nunca, y esto quiero que lo recuerdes siempre, nunca debes tomarte como algo personal el rechazo.

Si no reservaste ninguna llamada, si no vendiste, si alguien te contestó mal o te hizo una mala cara… eso no tiene nada que ver contigo. Son situaciones ajenas a ti. Así que tú sigue caminando, sin engancharte. Lo único que depende de ti es que hayas tocado cien puertas. Lo que ocurra durante el andar es ajeno a ti. Ahora, si te lo tomas personal, ahí sí que estás jodido, porque estás cargando un peso que no es tuyo.

La novedad da miedo a cualquiera. Esa primera vez que vendes siempre te va a sacudir y sentirás vértigo en el estómago. Es como cuando tienes tu primera cita con esa persona que te gusta tanto; quizá sea maravilloso, pero igual te va a revolver las tripas. Y eso no significa que esté mal, al contrario. Significa que estás vivo, que estás saliendo de tu zona de confort y esa es la mejor señal de que vas en la dirección correcta.

También es importante que tengas en cuenta que, durante esas cien puertas, no vas a generar ninguna conexión. Quiero que puedas distinguir bien que una cosa es prospectar y contactar potenciales clientes (tocar cien puertas), y otra es presentar lo que vendes durante una reunión o una llamada de ventas. Cuando tocas cien puertas solo estás identificando si están interesados y necesitan lo que ofreces; es algo tan rutinario y automático que conectar se

vuelve muy difícil. Conectas en la parte que viene después.

La realidad es que estás tocando esas cien puertas para al final conseguir cinco llamadas. Sí, solo cinco de cien. Esto es estadística. Puede que logres tener mejores números, pero si estás comenzando deberías apuntar al menos a ese 5%.

Es durante esas cinco llamadas o reuniones de venta cuando empiezas a reconocer, con toda claridad, quién es realmente tu cliente… y quién no. Y dirás: ¿cómo lo sé? Muy sencillo. Si después de una llamada te quedas removido o incómodo, si sientes que algo en ti se ha quedado tocado o desajustado, entonces probablemente esa persona no es tu cliente. Y eso no es malo, al contrario. Es maravilloso. Porque en el mundo de las ventas —y esto te lo digo con todo el amor del mundo— tiene muchísimo más valor saber quién no es tu cliente que obsesionarte con encontrar a quien sí lo es.

Cuando aprendes a soltar a quienes no son para ti, te estás honrando. Estás cuidando tu energía y tu esencia. Y también estás dejando espacio para que llegue esa persona con la que realmente vas a construir algo. Así que no te frustres si no cierras la venta. Agradece el aprendizaje y confía: tu cliente te va a encontrar si tú estás siendo tú.

La motivación ante el rechazo

¿Te has preguntado alguna vez cuál es tu propósito y para qué estás en este camino? Tengo la creencia de que todos lo sabemos, en mayor o menor grado. Tú, yo y todos los seres humanos en esta tierra tenemos el poder y la libertad de crear nuestro propio camino.

Saber elegir el producto que venderemos o comprometernos con un proyecto es el parteaguas para que el recorrido comience a darse de manera natural. Es más fácil sostener el rechazo cuando tenemos claridad de por qué y para qué estamos vendiendo.

Como ya hemos hablado, vas a tener días de mierda. No existe el optimismo a tiempo completo. Sin embargo, cuando tienes claro el para qué y tu corazón está en paz con eso, te puedes permitir tener

un mal día. Mientras no te olvides de ti durante el proceso, todo mejorará en algún momento.

Te voy a dar un consejo que yo misma tuve que aprender por las malas: cuando estés teniendo un día de mierda, suelta todo. **De verdad, olvídate de las cien puertas, de las llamadas y de los objetivos.** Ese es el momento perfecto para pausar. El universo te está gritando que pares, que dejes de hacer. Y ahí lo mejor para ti es regresar a tu centro. Vete a casa, sal a caminar, tómate un café, haz lo que necesites para volver a ti, para conectar con tu raíz. También haz lo que necesites para sentir las emociones desagradables; habítalas en la danza, la escritura, el dibujo o sencillamente respirando.

Porque esto no es una carrera de velocidad. El trabajo en ventas es algo que se hace todos los días, una y otra vez. Precisamente por eso, es justo y necesario que aprendas a darte esos descansos. Que no te dé miedo frenar. Nunca dudes en hacerlo, porque en ese parar también estás sembrando. Y ya verás que, al día siguiente, cuando vuelvas, todo fluirá de otra manera.

La necesidad de estructura al principio

Todos empezamos en el mismo punto. Vendemos desde que nacemos, pero nadie parece saber hacerlo en su primer trabajo como vendedor. Es válido que no tengamos ni puta idea de cómo desenvolvernos en este mundo. Esto es algo que el tiempo, la práctica y la experiencia te van a dar.

Mientras eso sucede, necesitas tener estructura. Si te sirve, redacta un guion, piensa bien cómo vas a hacer tu acercamiento y estudia los posibles escenarios que podrían presentarse durante el momento. Es mejor ir preparado, porque al inicio es normal perderse.

Recuerdo mis primeras ventas. Me ponía tan nerviosa que se me hacía un nudo en la garganta. Era una sensación de estarme lanzando desde un precipicio. En esos momentos era imposible generar una conexión con la persona que tenía delante.

Estaba aterrorizada. Probablemente, todas las experiencias de abuso y acoso de mi infancia afloraban en ese momento. Se activaba la herida. En ese momento, solo necesitaba contención.

Esta estructura es necesaria durante tus primeros pasos en la venta. Con el tiempo vas a ir desarrollando habilidades sociales que te permitirán ir soltando esos moldes para abrirte a la creatividad, a generar una conexión real con el otro, a sentir más y a escuchar con el corazón.

Al principio, olvídate de las cien puertas e incluso de que estas ahí para vender. No vas tras ese objetivo. Hazte a la idea desde el inicio de que todo va a girar en torno a que te familiarices con la sensación de vulnerabilidad que trae consigo la venta. Así podrás reconocer que hay otra persona ajena a ti y aprenderás a poner por delante tu sentir y a entregarte al proceso sin ningún tipo de expectativa.

Después de todo lo que he vivido, hoy ya puedo trabajar con una estructura mínima. Lo único que hago es anotar lo indispensable para tenerlo presente. Me gusta dejarme llevar en el proceso. Cada llamada de ventas es distinta y lo que más disfruto es que nunca vivo la misma experiencia. Cada persona es un mundo y eso te da libertad.

Como te comenté antes, cuando hablamos de tocar cien puertas, nos referimos a algo muy específico. No quiero que se mezclen conceptos. A**quí no se trata de profundizar, ni de abrir temas personales ni de conectar emocionalmente.** En esta etapa lo único que necesitamos es captar la atención del otro. **Es hacerle saber que tienes algo que ofrecer.** Lo único que quieres es despertar el interés para lograr cerrar una llamada de ventas. Punto.

En ese primer contacto no hay preguntas, no hay conexión profunda. Es rápido, directo y no debería durar más de tres minutos. Es simplemente una llamada de atención que te va a permitir entrar en el radar de esa persona para así tener una conversación real.

Para eso necesitas una cita.

Ahora bien, cuando ya la tengo, y me siento a hablar de verdad, ahí sí cambia todo. En ese momento me tomo el tiempo de conectar, de escuchar, de hacer todas las preguntas que quiera, de entender qué necesita y si realmente puedo ayudarle. Porque esa llamada ya no es para captar su atención, es para crear una relación.

Y la realidad es que me encanta hacer preguntas, es la única manera de saber si esa persona necesita lo que ofrezco. Entonces, esa primera parte de prospección simplemente se trata de concretar esa llamada de ventas, tienes que ir tras ese objetivo. **Una vez que lo logras, tu trabajo consiste en escuchar.** Es una habilidad vital para los vendedores. Solo así vas a saber si esa persona es tu cliente o no.

Analízalo desde esta perspectiva. No vas a tratar igual a esa persona que no tienes ni puñetera idea de quién es que a la persona que ya decidió invertir su tiempo en ti para escucharte, que ya depositó su confianza y están permitiendo que se dé ese espacio para poder conectar.

Conocer en qué punto de la venta te encuentras te va a ayudar a relacionarte de una mejor manera con el otro. El proceso funciona de la siguiente manera:

1. Diriges a la persona a la llamada de ventas.
2. Escuchas con el corazón para saber si es tu cliente o no.
3. Una vez que tienes la respuesta (y en este caso me centraré en un resultado positivo), acompañas al otro en su proceso.

El día que vendí bajo un diluvio

Inicié este capítulo hablándote de aquel día en el que tuve que ir a tocar puertas cayendo un diluvio apocalíptico. A los ojos de cualquier otro comercial, sería uno de los peores escenarios posibles para salir a vender. Para nosotros terminó siendo un juego.

Para esa época, nuestro equipo de trabajo era muy pequeño y a mí me tocaba acompañar a los comerciales y formarlos. Ese día, Carles, la persona que me acompañaba y que luego se convertiría en mi

primer comercial, estaba en capacitación. Carles tenía que llegar a su objetivo y a mí me tocaba mantenerle motivado para vender. Estando en las calles, se nos vino el diluvio encima.

Se dieron las peores condiciones posibles para realizar una venta. Nuestra ropa chorreaba, estábamos empapados de pies a cabeza y además hacía un frío de cojones. ¿Tienes idea de cómo es vender sintiendo un frío como ese, que casi no puedes hablar? Y encima todo apuntaba a que nadie te iba a abrir la puerta. Lo lógico hubiese sido volver a casa, meterse en la cama y olvidarse del mundo.

Pero ¿sabes qué? Lo convertimos en un juego. Éramos unos niños, lo pasamos realmente bien. Lo único que hice fue soltar el control de algo que estaba completamente fuera de mi alcance. **Me di cuenta de que no había nada que pudiera hacer para cambiar la situación**. Era lo que la vida me estaba poniendo delante, así que decidí abrazarlo en lugar de resistirme a ello.

Tocar cien puertas también se trata de hacer lo mejor que podamos con lo que tenemos, y ese día decidí divertirme con lo que se me estaba presentando en el camino. En lugar de lamentarme, lo tomé a la ligera, y lo convertí en uno de los días más felices de mi vida. Y te puedo jurar que no recuerdo si logramos vender algo o no.

Muchas veces olvidamos que la vida es un juego y nosotros no ponemos las reglas. Generalmente, no tenemos el control de nada de lo que nos sucede. Una vez aceptas esta verdad como vendedor, afrontas la venta desde una perspectiva más emocionante. Haces lo mejor posible y te desapegas de los resultados.

En Arteterapia, el tipo de terapia que más me ayudó, tanto que me he formado en ello durante los últimos 4 años, se dice que la creatividad puede surgir en cualquier persona, da igual si eres un niño o un adulto, siempre y cuando exista el juego. Y da la casualidad de que para ser vendedor necesitas ser creativo. Al fin y al cabo, somos artistas en cada llamada, en cada email, en cada presentación. Durante una temporada yo le llamaba "el arte de vender" precisamente porque **vender es un acto creativo**

constante. Cada propuesta es un lienzo en blanco, cada objeción es un reto para plantear una solución nueva. Es un juego.

En cambio, si te plantas frente a la venta con un traje de rigor extremo, donde todo tiene que ser perfecto y no puedes permitirte fallos, entonces la venta se convierte en un examen. Y los exámenes matan la creatividad. El miedo a joderlo todo te paraliza, el perfeccionismo le quita lo divertido. Dejas de jugar y, con ello, de disfrutar. Si lo tomas muy en serio, estás jodido.

El cierre es el resultado de una buena venta

Uno de los principios que tengo dentro de la venta es que jamás voy a asumir que sé que es lo que quiere el cliente. Jamás. Sinceramente, ¿cómo podría? ¿Cómo podría saber si una persona está interesada o no en lo que ofrezco sin haber tenido una conversación real con ella? No se puede. Por más intuición y experiencia que tengas, eso no se adivina. Solo podrás saberlo durante la llamada de ventas, con presencia, con preguntas honestas y con escucha activa.

Por eso es tan importante que nunca te dejes llevar por lo que crees que sabes. No prejuzgues a la persona que tienes delante. Porque si te pones en plan adivino, si vas por la vida adivinando quién va a comprar y quién no, lo más probable es que te estés cerrando puertas sin darte cuenta.

Mira, te voy a poner un ejemplo que seguramente conoces: los compradores compulsivos. Seguro que tienes en mente a más de uno. Su comportamiento es casi de manual: lo primero que te dicen es "no". De entrada, sin escuchar, sin preguntar, sin dar señales. Pero por dentro, ya están convencidos. Es solo que necesitan pasar por ese primer filtro, necesitan sentir que tienen el control. Y al final, acaban comprando. No porque los hayas convencido, sino porque conectaron con algo que ofrecías.

Así me pasó con uno de los mejores clientes que tengo hoy día. La primera vez que le vendí, no me dijo una sola palabra. Solo me cerró la puerta en la cara. No me lo tomé personal y seguí mi camino.

Aunque me costó trabajo, terminó no solo siendo mi cliente, sino uno de mis grandes amigos.

Y eso me reafirmó que como vendedora debía trabajar igual con todo el mundo y no tener preferencias. Tu actitud no puede cambiar si te das cuenta de que la persona puede o no puede pagar, si te habla seco o si te sonríe de entrada. Tu trato siempre se basa en la amabilidad y el respeto. No deberías hacerlo de otra manera. No va conmigo eso de ponerme una máscara según quien tenga delante.

Lo único que hago en la fase de prospección es llamar su atención, nada más. No profundizó ni me voy muy lejos. Si me dicen que no, no pasa nada. No me quedo insistiendo. **Tengo una regla: en la prospección no paso de los tres minutos**. No gastas demasiado tiempo enfocándote en una puerta; si no te atienden, pasas a la siguiente. Y si ya estamos en una llamada de ventas, donde ambas partes han decidido sentarse a hablar, entonces el margen es aún más claro: si me dicen que no, no insisto un minuto más.

Te voy a decir por qué. Si una persona paró su día para dedicarme su tiempo, y tú estuviste presente escuchando con atención y mostraste con honestidad y claridad lo que tienes para ofrecerle… y te dicen que no, ¿qué más podrías hacer? Absolutamente nada. No creo en eso de convencer. Esa energía no va conmigo. Cada "no" se respeta y se agradece, porque me permite seguir avanzando hacia lo que sí va conmigo.

Muchas personas se obsesionan con el cierre de una venta. "¿Cómo cierro? ¿Cuál es la frase mágica? **¿Cómo hago para convertir ese no en un sí?**". El cierre no es ningún truco, no hay una fórmula secreta para eso. Es la consecuencia natural de una buena venta. Es una pregunta que pone punto y final a un diálogo bien llevado. Si el cliente te dice que sí, perfecto. Si te dice que no, también.

Porque cuando un cierre no se da en positivo, lo único que significa es que la necesidad de esa persona y mi propuesta no estaban alineadas. Y eso está bien. No hay drama. Cambiamos de página y seguimos.

Y te digo algo más: cuando te liberas de esa obsesión por cerrar a toda costa, también te liberas del miedo a que te digan que no. Y eso te devuelve la alegría de vender. Porque entonces no estás ahí para forzar, ni para impresionar, ni para manipular. Estás para servir. Y servir, cuando se hace desde la verdad, siempre encuentra su lugar.

El marketing digital y las ventas

Nos han vendido la idea de que basta con ponerle dinero a una publicación y las ventas llegan solas, que vender es fácil. Y es la gran mentira de estos tiempos.

El marketing digital está en boca de todos, pero la realidad es que en el mundo de las ventas es algo nuevo. No llevamos ni un siglo con él. Tengo la creencia de que necesitas al menos cien años para validar un método de venta, así que en el marketing digital actual todavía estamos en fase de prueba.

Y no estoy diciendo que no sirva para nada. De hecho, en mi método, si lo utilizas como complemento, puede ser tremendamente útil. Si quieres escalar tu negocio, es evidente que necesitarás marketing digital. Pero si crees que vas a facturar solo por estar en Instagram o lanzando anuncios sin aprender a vender de verdad, estás muerto.

Lo primero que tienes que hacer es aprender a vender, a tener una conversación incómoda, a salir a la calle a tocar puertas, reales y virtuales, a recibir un "no" en la cara. Te doy un consejo: primero factura tus primeros veinte mil euros sin marketing digital. Después de que lo logres, si quieres escalar, invierte dinero en eso.

Las ventas han avanzado con el mundo, hoy tenemos la posibilidad de tocar puertas en cualquier parte del mundo. Las redes sociales rompieron las fronteras físicas. Ya no hace falta que tu cliente viva en tu misma ciudad. Pero eso también nos ha hecho escondernos. Vender a alguien en otro país es cómodo porque si sale mal, lo bloqueas y ya. No pasa nada.

Pero venderle a tu vecino, a tu tía, al panadero de la esquina... eso

requiere corazón y valentía. Porque si la cosa sale mal, te lo van a decir en la cara. Y justo ahí, en ese terreno incómodo, es donde realmente aprendes a vender. Cuando llegues a ese momento, entonces sí que el marketing digital se va a convertir en un buen aliado.

CAPÍTULO 4:

Para vender tienes que estar enamorado

Las emociones no son parte de la venta. Son la venta.

JEFFREY GITOMER

La única forma de hacer un gran trabajo es amar lo que haces.

STEVE JOBS

Ya te conté que hace años vendía seguros de los muertos. No andaré por las ramas, me costaba la vida hacerlo. ¿Cómo iba a poder si no me movían nada por dentro? Era como subir una montaña con peso sobre los hombros cada pequeña vez que comenzaba una interacción enfocada en la venta.

¿Qué crees que pasa cuando no conectas con lo que vendes?

La energía no miente. Si no estás enamorado, no vas a convencer a nadie. Da igual el esfuerzo que hagas.

La realidad es que esta primera etapa como vendedora fue casi insostenible para mí, pero después llegó lo que llamo mi "segunda fase": me tocó formar a mi equipo para que ellos vendieran los seguros.

Aquí ya no tuve opción, no había plan B y tampoco es que tuviera mucho donde elegir. O me enamoraba del seguro de los muertos, o me hundía. Era así de sencillo. Y lo conseguí. Me terminé enamorando hasta el tope. Me metí de lleno. Pero ahora te digo que no fue amor a primera vista, tuve que buscarle el lado bonito. Uno que me moviera y me hiciera sentir algo.

Lo primero que me conquistó fue la compañía: me enamoré de la marca por completo, del plan carrera y de todas las posibilidades que ofrecían. Me dedicaba a desarrollar talentos y esta empresa le daba un lugar a todas las personas que no habían logrado desarrollarse en el mundo profesional. Aquí todos tenían estructura, futuro y pertenencia. Eso me parecía inspirador.

Inspirar es uno de mis dones.

Además, amplié mi perspectiva y decidí ver más allá del producto. Después de todo, un seguro de muerte abarca mucho más que simplemente un entierro. Brindas asistencia en viajes si algún familiar está fuera y se encuentra en una situación de enfermedad. Apoyas a familias que se encuentran en una situación difícil y das soporte a personas que están transitando una enfermedad grave. Me di cuenta de que este producto me permitía estar cerca de personas, conectar y ser un apoyo. **No vendía simplemente un seguro de los muertos, sino que vendía alivio, contención y calma en mitad del caos.** Permitía que todas esas personas atravesaran su dolor acompañados. Hacía más ligero el proceso, porque en los peores momentos de su vida no estaban solos.

Ahí todo cobró sentido, me enamoré de lo que ese producto representaba y de lo que generaba en los demás. Fue ahí donde pude venderlo desde la conexión con mi alma y entendiendo que lo que estaba entregando era amor.

Enamorarte sin garantías

Quiero ser muy clara con algo: si no estás enamorado de lo que vendes, no lo vas a lograr. Así de claro. Aquí no te voy a hablar de métricas ni de técnicas. La realidad es que para que puedas conectar con tu alma, primero tienes que sentir algo muy parecido al amor relacional.

Y no hablo de un amor superficial, me refiero al tipo de amor que te hace cometer locuras, ese por el que vas a ciegas sin importarte nada. Del que te hace apostarle aún sin garantías y sin la seguridad de si va a funcionar o no.

Pasa exactamente lo mismo cuando emprendemos y creamos un producto, o cuando decides invertir en un proyecto. Al principio, no tienes nada. No hay rentabilidad, no hay estructura, todo está en el aire. Lo único que tienes es tu intuición y tu decisión de seguirla. No sabes por qué, pero sabes que ahí es.

Yo siempre digo que enamorarte de lo que ofreces es el paso uno. Sin eso, ni te molestes. Porque si no lo sientes tú, ¿cómo esperas que lo sienta el cliente?

Al inicio es normal sentir estas ganas de hacer que todo avance rápido, pero toma su tiempo, como todo lo bueno en la vida. Te doy un consejo que he aprendido a lo largo de mi carrera: **no importa si es un producto tuyo o de alguien más, te tomará seis meses saber si eso va a funcionar o no.** La fase de enamoramiento implica eso, incertidumbre, no sabes qué coño va a pasar. Aunque te vaya muy bien al principio, solo puedes saber los resultados después de seis meses. Antes de eso, si ya lograste enamorarte, es posible que tus análisis estén basados en tus emociones.

Y como bien sabemos, el enamoramiento hace que seamos un completo parque de atracciones emocional. Yo no me comprometo con alguien antes de seis meses, tampoco lo hago con un proyecto. Y, aun así, desde esa ilusión de hacer algo nuevo y por respeto, permanezco.

¿Cómo enamorarte?

Cuando vendía seguros para los muertos, busqué conscientemente qué podía gustarme del producto y de la empresa. A partir de ahí, fue más sencillo vender desde el amor. Cuando entras a un proyecto como vendedor, necesitas realizar este proceso de enamoramiento consciente.

¿Qué distingue a un vendedor que no logra enamorarse de sus productos de otro que sí lo consigue?

En principio, crecimiento interno. No se trata de leer un libro de motivación. A mis 21 años, mis creencias y mi mentalidad no me

permitían ver las cualidades positivas del producto que vendía y la empresa para la que trabajaba. Volvemos un poco a las relaciones de pareja: si tengo una idea específica sobre el amor y los hombres, no podré ver las virtudes ocultas ni conocer por completo a alguien más porque en mi cabeza ya le he juzgado antes de entablar la primera conversación. Es como meterse en una caja y no querer salir de ella. Así es prácticamente imposible. No te permites abrir tu mente ni tu corazón a vivir ni a disfrutar el momento presente.

Volviendo a las ventas, por más que el producto sea bueno, tú no serás capaz de percibirlo. Si ya decidiste que no te vas a enamorar, que no es para ti, que no encaja con tu "ideal", pues no habrá forma de que te abras. Y entonces pierdes la oportunidad de descubrir algo que quizá sí podría enamorarte de verdad.

En mi caso, aprendí todo esto cuando trabajé en un banco. Recuerdo que me repetía una y otra vez que nunca trabajaría en uno. Para mí eran el mal convertido en institución. Lo percibía como el peor de los trabajos. Era una antibancos. La vida tiene muchos giros inesperados.

Para mi sorpresa me encantó haber trabajado ahí. Tenía muchísimas ventajas, solo era cuestión de ponerme a disposición. ¿Qué cambió? Decidí abrir mi mente y mi corazón. Solté la idea rígida de cómo creía que tenía que ser todo. Dejé de juzgar sin conocer.

La venta por comisiones

Me gustaría tocar un tema importante para los vendedores: trabajar en base a unas comisiones. Cuando empezamos, la mayoría de vendedores pensamos que es un fraude. Cuesta quitarte de la cabeza la idea de que no va a funcionar, que nos van a engañar, que no se trata de algo serio ni mucho menos un trabajo estable.

Si encima vienes de un entorno donde todo el mundo sueña con una plaza de funcionario (como pasa en España), pues imagínate. Aquí ser funcionario es lo más, aunque estén quemados, mal pagados y amargados. Pero claro, la creencia colectiva dicta que eso es lo seguro, y que vender o emprender es de locos.

Pero hoy vengo a desmentir esa creencia. A lo largo de mi experiencia profesional, he ganado mejor y he vivido mucho más libre trabajando por comisión que con una nómina. Esto es algo que ya comprobé. Pero si yo me hubiese quedado con la creencia de "esto no es estable", "esto no es para mí", nunca lo habría descubierto. Me hubiera quedado estancada sin darme la oportunidad de conocer una posibilidad.

Si quieres enamorarte de lo que vendes, empieza por cuestionar lo que crees que sabes. Ábrete. Mira con otros ojos. Porque igual que en el amor, si vas por la vida con una lista de condiciones y prejuicios, te vas a perder lo mejor.

Y yo esto no lo aprendí leyendo un libro ni en un curso de ventas. Lo experimenté en carne propia. Porque soy muy pasional para todo, así soy yo, intensidad pura de base. O voy con el corazón por delante o no voy. Mi carácter funciona con el amor. De eso me di cuenta bastante rápido, porque me pasaba una y otra vez y si no sentía algo, si el producto no me tocaba una fibra, no podía venderlo. Me bloqueaba y me desconectaba. En cambio, cuando estaba enamorada de lo que ofrecía, fluía, conectaba, y lograba vender sin esfuerzo.

Las emociones y la venta

Las emociones influyen en la venta en un 100%. Si no aprendes a gestionar tus emociones, dentro de la venta y en tu vida personal, no funciona. Porque al final del día tus emociones van a marcar tu destino: el día que estás feliz vas a vender como Dios, pero el día que estás hecho polvo no vas a mover ni una llamada.

Aunque hablo mucho de que tienes que enamorarte de lo que vendes, también sé **que no puedes y no debes quedarte en lo emocional, el amor no va de eso.** Quizás necesitas tus emociones para engancharte, pero después debes tener una visión directiva, estructura y estrategia. Porque nada se sostiene únicamente con motivación.

Además, el concepto que te estoy planteando del amor es algo que

trasciende lo que sientes. Se trata de algo conectado con tu divinidad, con tu paz interna y la conexión con tu alma.

Y eso no depende de tus emociones.

Pasa lo mismo en una relación. Te dejas llevar por el primer flechazo y por las mariposas en el estómago, pero luego viene la parte de tomar decisiones y establecer tus límites. Después, viene la trascendencia, la capacidad de sentir compasión en los momentos duros porque sabes que hay algo más allá. En la venta, poco a poco vas aprendiendo a no dejarte arrastrar por tus emociones. La clave está en cómo las gestionamos. Hay que saber cuándo parar, cuándo actuar o cuándo simplemente toca observar.

Y, sobre todo, aceptar hasta dónde somos capaces de llegar en cada momento.

Los que no están enamorados de lo que venden

No hace falta ser ningún experto para darse cuenta de que un vendedor no está enamorado de lo que vende. Es como si tuvieras un robot delante tuyo que te suelta un discurso de memoria. La comunicación es completamente fría y sin alma, a veces incluso agresiva. Si no hay calidez ni presencia, el otro, el cliente, lo percibe.

Con mis comerciales me pasaba bastante seguido. Se hacían un *speech* después de cada formación y al momento de la venta se plantaban delante del cliente y lo repetían palabra por palabra, como papagayos. Lo hacían de carrerilla, sin tomar siquiera un respiro. Al momento que el cliente les hacía una pregunta que no estaba dentro de su guion, se quedaban en blanco. **Porque no estaban presentes**.

Aquí está la clave, no basta con saberse el guion.

Una venta no ocurre cuando sabes lo que tienes que decir, sino cuando lo sientes de verdad. Cuando te mueve algo por dentro, cuando te emociona y cuando crees en tu proyecto y en ti.

Pasa lo mismo cuando estudias algo que te apasiona: no memorizas lo que ves en la clase. Lo entiendes, lo analizas y lo integras. Le

pones tu esencia a ese conocimiento, lo pones en tus propias palabras. Lo haces tuyo.

Ahí radica la diferencia entre transmitir o simplemente repetir, y al vender pasa igual. Puedes hablar durante horas, aprenderte el discurso de memoria, decir todo lo "correcto", pero si no lo sientes, no conectas. Y si no conectas, no transmites. Y si no transmites, no vendes.

Así de simple.

Los pasos para enamorarte de lo que vendes

Si no sabes lo que estás buscando cuando decides que quieres salir con alguien, acabarás con cualquier persona tomando un café. Pasa igual en este mundo: antes de intentar enamorarte de un producto o servicio, necesitas tener muy claro quién eres tú y qué quieres.

- ¿Cuáles son tus innegociables?
- ¿Qué es lo que de verdad te mueve?
- ¿Qué tipo de vida quieres construir con lo que haces?

Si no sabes eso, te vas a perder entre discursos. **Así que el primer paso, y el más importante, es conocerte a ti misma**. Entre más claro tengas quien eres y hacia dónde vas, será más fácil que tomes las decisiones correctas. En cambio, cuando no tienes ni puta idea de lo que quieres en tu vida, te tropiezas un montón de veces.

El segundo paso es abrirse a conocer lo que tienes delante. Pero me refiero a conocer de verdad, no con la cabeza llena de juicios o expectativas. Con honestidad y con el corazón. No se trata de mentalizarte en que el producto no te va a gustar, hay que darle una oportunidad real. Déjate sorprender. No importa cuánto tiempo te tome. Lo importante es abrir ese espacio y estar dispuesto. Dejar la idea de cómo tendría que ser.

Una vez que ya te permites conocer el producto, viene la parte de hacer mucha reflexión interna. Darte cuenta si realmente te mueve algo, si te conecta y te dan ganas de compartirlo con los demás. Si

la respuesta es sí, estás en el camino correcto. Pero si tu respuesta es no, te toca decidir.

Y aquí viene el último paso, transformar o soltar. Si se trata de un producto que no termina de encajar contigo, observa si hay algo que puedas modificar. A veces sólo se necesita cambiar un poco la perspectiva o conectar con la intención y el propósito que viene detrás. Pero si de verdad no hay por dónde cogerlo, mándalo a la mierda. No te aferres, es momento de dejarlo ir. Búscate otro proyecto del que sí te puedas enamorar, amplía tu panorama. Porque seguir vendiendo algo que no te conecta es como seguir saliendo con alguien que ya no te hace reír: un desgaste de energía.

Cuando de verdad estás enamorado de lo que vendes, es imposible que no se note. Puede que la persona que tienes delante no tenga el dinero para pagarte o simplemente no sea su momento. Pero si tú te dejas llevar por tu pasión y por todo lo que te mueve, vas a generar una conexión genuina. Y la persona va a querer escucharte, porque eso se contagia.

Te voy a compartir algo que sostengo con todo mi ser: **la vida es tiempo y el tiempo es vida**, Cuando trabajas, cuando vendes, lo que estás entregando es tu energía vital. Le estás dando tu tiempo a un producto, a una empresa, a un proyecto. Es lo mismo que dar tu vida. Por eso necesitas cierto nivel de enamoramiento. Porque si no amas lo que estás haciendo, si no te vibra lo que estás vendiendo, estás regalando parte de tu vida a algo que no te representa. Y eso no vale ningún sueldo.

Así que antes de vender, pregúntate si tu energía vital vale todo lo que vas a poner ahí.

La fase del desenamoramiento

No todo es color de rosa. Es natural que llegado cierto punto, ese proyecto que tanto te ilusionaba empiece a pesarte. Muchas veces no sabes por qué, pero lo sientes. Te hablaré de todo lo que conlleva esta fase del desenamoramiento:

La venta es amor, y por ello es muy importante reconocer cuando ya

no sientes esa conexión. No pasa de golpe. No es que un día te despiertas y ya no lo quieres. Es algo que se da poco a poco hasta que no puedes ignorarlo más.

Desenamorarse de un producto o servicio te hace entrar en duelo. Es lo mismo a cuando te deja alguien, cuando tú decides terminar una relación o cuando alguien se muere. Tienes que pasar por un proceso de asimilación y vivir el duelo.

Primero se va a manifestar a nivel físico, tu cuerpo lo va a resentir instantáneamente. Apatía, dolores musculares, tensión, desánimo. Empiezas a entrar en un proceso de enfermedad y esa será tu primera llamada de atención para darte cuenta que algo no va bien. Porque el cuerpo siempre habla.

Después viene la parte de las excusas. Empiezas a echarle la culpa al jefe, al producto, a tu compañera, al algoritmo, a la economía, absolutamente a todo. Te cuentas millones de historias en tu cabeza para ver solo el lado negativo.

Ese es el momento exacto en donde tienes que tomar una pausa para observarte y cuestionar qué sucedió en tu vida y cuál pudo haber sido el detonante que hizo que te desconectaras del proyecto. Porque es posible que el producto no haya cambiado, sino que tú lo has hecho. Algo ya no es igual dentro de ti y por eso no logras conectar.

Aquí hay una diferencia que es clave y me parece muy importante mencionar, días de mierda vamos a tener todos siempre. Así es la vida, tiene sus altos y sus bajos. Pero la fase de desenamoramiento total es distinta. Si lo vemos desde la perspectiva de una relación de pareja, lo ideal sería evitar dejar a tu pareja por un impulso repentino. Tampoco mandas todo a la mierda porque tuviste una semana difícil. Tienes que madurar esa parte.

Nunca permitas que sea un acto impulsivo, porque dejas a un lado el compromiso. Esto implica hacernos conscientes de que siempre habrá cosas que no nos gusten. Yo siempre digo que hay que dejar pasar tiempo para darnos cuenta de si es solo un mal momento o un

desenamoramiento total. Necesitas al menos dos o tres meses para saber si lo que sientes es algo puntual o una verdad que ya no puedes ignorar.

Cuando estamos en la fase del desenamoramiento influye mucho si el producto es tuyo o lo estás vendiendo para otra persona. No te dejes engañar por la idea de que si es tu producto es más fácil cambiarlo o transformarlo. Muchas veces es al revés.

Si se trata de algo que tu creaste y construiste desde cero, lo más probable es que te cueste un mundo soltarlo o transformarlo. Siempre tendrás ese miedo de joderlo todo. Va a estar esa voz interna diciéndote que si le mueves una sola cosa puede irse todo a la mierda. Nos aferramos a todo aquello que nos costó trabajo y esfuerzo, es normal.

Suele ser el punto donde tienes que tomar una decisión. Si lo sueltas por completo o vas modificándolo poco a poco. Es muy importante que tomes en cuenta que, si vas a tener un proyecto propio, lo hagas con el objetivo de que puedas ir transformando ciertos aspectos conforme todo avanza. La vida es cambiante, y nosotros también.

Ahora, cuando trabajas con un producto que no es tuyo, también hay que mirar con honestidad. En numerosas ocasiones el problema no es el producto en sí, sino lo que hay detrás: la empresa, el equipo o la dirección. A veces te desenamoras porque ya no compartes los valores, porque sientes que no te están escuchando, que no hay espacio para crecer, que simplemente has cambiado… y ya no encajas. Igual que cuando te enamoras por lo que había detrás, también te desenamoras por eso.

Ahí te toca observar si hay algo que puedas comunicar para hacer que las cosas cambien, si se puede negociar, si la otra parte está dispuesta a hacer esos cambios. Quizás un pequeño cambio es suficiente para que vuelvas a sentir la chispa. Aquí tenemos que regresar a la base, que es el amor. Nunca hay que olvidar al otro.

La clave está en escucharte, sin excusas. Solo tú sabes si lo que

necesitas es cambiar de camino… o simplemente volver a mirar con otros ojos.

También recomiendo tener mucho cuidado con idealizar. Porque a veces, cuando estamos incómodos en un lugar, pensamos que "crear lo nuestro" va a ser la solución a todos nuestros problemas. Y no siempre lo es. Lo importante no es si trabajas para alguien más o en tu propio proyecto, sino poder responderte estas preguntas:

- ¿Qué vida quiero crear?
- ¿Qué me hace feliz a mí?
- ¿Cuál es mi misión en el mundo?

Y si la respuesta ya no encaja con lo que estás haciendo… ahí tienes tu señal.

CAPÍTULO 5:

La libertad es primero

La libertad es ser fiel a lo que uno es.

JEAN-PAUL SARTRE

El vacío no es ausencia, es espacio para lo nuevo.

ECKHART TOLLE

La primera vez que me fui de casa tenía tan solo dieciséis años. Y no fue por un capricho absurdo. Un día mientras cortaba la carne, me dio la gana de hacerlo con unas tijeras en lugar de con un cuchillo. Y mi padre, que creía controlarlo todo, se enfadó tanto que cogió un plato y me lo lanzó a la cabeza. Por suerte, alcancé a agacharme y el plato se estrelló contra la pared. Una mierda.

Me pegó una bronca increíble solo porque no estaba haciendo las cosas como él esperaba o como él quería. La realidad es que mi padre siempre fue así, muy castrante. No había un solo día en donde no me dijera cómo se tenía que actuar.

Ahí me di cuenta de que mi libertad valía mucho más que cualquier norma absurda. No quería vivir de ese modo. Si a mí me daba la gana cortar la carne con tijeras, quería poder hacerlo con total libertad y sin que eso significará una agresión.

Desde que tengo memoria soy rebelde de base. Siempre he tenido la necesidad de hacer las cosas diferentes, de salirme del molde. Esto lo desarrollé por pura supervivencia. Es lo que pasa cuando creces en un entorno donde todo está controlado.

Pero toda esa rebeldía y vivir fuera del molde tenía un precio. Aunque de primeras era una rebelde sin control, por dentro existía

esta necesidad de siempre querer gustar, de ser querida, de que me aceptaran, de conectar con los demás. Esto me hacía vivir en una constante confrontación conmigo misma porque tenía estas dos facetas que nunca iban a ir de la mano. Por un lado, mi mente clamaba libertad total; al mismo tiempo, susurraba: "¿Me aceptas así?".

Esa lucha interna me acompañó durante muchos años, y no te voy a vender la idea de que ya está resuelta por completo. Me estaría engañando y a ti también. Soy un proceso en marcha. ¿Tiene esto alguna relación con la venta? Más de lo que imaginas. Hoy prefiero no vender antes que vender algo que no me representa.

Y justo ahí es donde está mi libertad.

¿Qué significa la libertad para mí?

Entremos de lleno en el asunto. Cada quien experimenta la libertad de distinta manera, así que te contaré cómo la interpreto yo:

Cuando hablo de libertad, me refiero a tomar decisiones. Cuestionarme por qué y para qué estoy haciendo algo. Darme cuenta que yo soy dueña de mi propia vida y que no me tiene que hundir o cambiar lo que me dice mi jefe o el cliente. Todos los seres humanos tenemos un propósito único, una misión en la vida, lo creo firmemente. Y de ahí parte esa libertad, de mantenerte auténtico a tu propósito y a lo que deseas sin importar lo que los demás opinen.

Este capítulo va mucho de esto: de no vendernos. Sí, vendemos, claro que sí. **Pero no nos vendemos**. Y esto es muy importante dejarlo claro. Hay una frase que a mí me encanta y que siempre tengo presente:

"Vendes, o te vendes",

Y yo lo tengo clarísimo. Aquí se viene a vender, pero no a cualquier precio. Si para vender tengo que dejar de ser yo, si tengo que decir cosas que no siento, entonces sé que ese trabajo no es para mí. He aprendido, muchas veces a base de hostias, que mi paz interna no es negociable. Que mi libertad, la de hacer las cosas a mi manera, vale más que cualquier comisión. Por desgracia, no todos los

vendedores lo tienen claro. Dentro del mundo de las ventas es muy fácil dejarse llevar por un precio.

Convertirse en mercenarios.

La libertad parte de esto, de saber realmente quién eres. Si no te conoces en profundidad y no tienes claro qué te mueve y lo que te representa, no vas a poder conectar con absolutamente nadie, y habrá una mayor probabilidad de que aceptes términos donde tus valores están comprometidos. Por eso siempre digo que lo primero que necesitas es reconocerte.

He tenido la oportunidad de formar a muchísimos comerciales y algo que les dejó bastante claro desde un inicio es que no quiero robots repitiendo guiones. Les doy una estructura, pero no para que se encierren en ella, sino para que puedan sentirse seguros al principio. **Les pongo ciertas normas para que eventualmente las rompan.**

Con la estructura inicial vas a saber por dónde empezar y qué pasos seguir. Por ejemplo, tocar 100 puertas es un punto de partida. Pero una vez que ya lo probaste, puedes empezar a jugar y cambiar ciertas reglas. Hacerlo a tu modo. La libertad no representa caos, sino confianza en uno mismo.

Esta libertad ha sido mi bandera como vendedora desde el minuto uno. Soy una rebelde innata. Como ya te conté, siempre me movió una necesidad inmensa de encontrar un camino distinto en la venta al que todo el mundo decía. Y lo cuestionaba absolutamente todo.

Lejos de ser un problema, esa desobediencia me ha traído la mayor recompensa dentro de mi carrera profesional: crear y encontrar mi propio método. Uno que se adecua a mi forma de ser y que va alineado a mi estilo de vida. No sigo métodos prestados, ni dependo de otros para saber qué pasos tengo que dar. Eso me hace estar todavía más conectada a mi autenticidad y mi propósito.

Es importante que sepas que cada empresa y cada producto va a tener alguien que esté arriba: un jefe, un gurú, un formador. Siempre habrá una persona que te esté diciendo cómo se tiene que

hacer tu trabajo. Luego vendrá tu compañero de departamento a decirte que hay una mejor forma, y el siguiente te dice otra cosa. Y allí estás tú en medio, sin saber a quién escuchar y sin tener la más mínima idea. Es confuso, ¿no?

La libertad es lo que te permite soltar el ruido externo y mirar dentro de ti mismo para descifrar cómo deseas vender tú. Así ya no tienes que preguntarte a quién le haces caso. Te diría a ti y a cualquiera que tenga este libro en sus manos que, cuando llegues al final, olvides todo lo que has leído. Olvídalo, sé tú mismo y permítete fluir durante la venta.

Aquello que hayas integrado orgánicamente, ya te habrá cambiado. Te habrá nutrido. Los restos pueden ser desechados.

Date el permiso de hacerlo a tu manera, porque ahí es donde encontrarás la verdadera libertad. Da igual las técnicas que hayas aprendido o las estructuras que te han dicho que tienes que seguir: tu alma ya está ahí, y créeme que está por encima de todo lo que has aprendido y de todo lo que te falta por saber.

La mayor parte del tiempo estamos atrapados en nuestra mente, en un sin fin de pensamientos y en el miedo a cagarla. Desde ese lugar no estás conectando con absolutamente nada, y la realidad es que no estás presente. La verdadera venta llega cuando haces a un lado todo ese ruido mental y te colocas en el ser, desde tu cuerpo. Cuando eres capaz de observar a la persona que tienes delante sin ningún tipo de juicio. Cuando puedes mostrarte vulnerable. Cuando te permites ser tú, sin caretas ni guiones aprendidos. Cuando miras al otro como un igual y cuando tienes claro que tú eres suficiente. **Es ahí cuando la venta es amor.**

Es difícil porque nos han educado para complacer, para seguir las normas y lo que la sociedad nos impone. Premian al que se acata y al que se sale del molde lo miran raro. Y por eso seguimos obedeciendo y no nos atrevemos a cuestionar nada.

Si te pones a pensarlo, ¿quién no quiere ser aceptado? Todos tenemos esta necesidad de pertenencia. Es innato a los seres

humanos; es lo que nos llevó a sobrevivir como especie. Pero los tiempos han cambiado. Mi mejor consejo es que te des la oportunidad de desobedecer, de desafiar los límites y de cuestionar. Solo así encontrarás tu método. Que te importe una mierda si no se parece al de nadie, no tiene que ser igual. Basta con que te guste y se amolde a ti.

Especialmente, en el mundo de las ventas, más vale pedir perdón que pedir permiso. Si esperas a que todo esté validado o garantizado, te lo aseguro: nunca te vas a mover. Te vas a quedar estancado. Así que arriesga, lánzate al vacío sin miedo a nada. Si te caes, te levantarás con más claridad, y al menos lo habrás hecho siendo tú.

Vender es un arte, así que permítete crear. Para mí todos los vendedores tenemos algo de artistas. Como artista, primero es necesario que aprendas las técnicas y las estructuras, las perfecciones y las practiques hasta el punto en que las domines. Una vez que las tienes bien aprendidas, las olvidas.

Suena contradictorio, pero es lo que debes hacer para que la creatividad salga a flote. Porque si no sabes cómo soltar la técnica y la estructura, te vas a estancar como artista. Vivirás haciendo obras parecidas a las de otras personas.

¿Ese es tu deseo?

En la venta, está bien aprender de los demás y observar cómo es su proceso. Todos tenemos a alguien que nos ha enseñado lo que sabemos sobre ventas. **Pero en algún punto vas a tener que dejarlo ir.** Vas a tener que soltar esa rigidez, las formas en las que aprendiste y la creencia de que "así se tienen que hacer las cosas".

Las barreras que atan tu libertad

Tu primera gran barrera como vendedor es no conocerte. No basta con saber cuáles son tus fortalezas y debilidades, hablo de mirar hacia adentro con total sinceridad, para que puedas entender desde qué lugar actúas. Me refiero a conocer tus miedos, lo que te mueve y todo lo que habita dentro de ti.

Tus personajes.

La segunda barrera es jodida y todos hemos pasado por ella: **la necesidad de gustar, de caerle bien a todo el mundo y de sentirnos aceptados**. Querer caerle bien a tu jefe, a tu pareja, a tus compañeros del trabajo, a tus clientes, a quien se te ponga delante. Para lograrlo, empiezas a actuar para agradar, finges ser alguien que no eres, te desconectas de tu autenticidad y parece imposible mostrarse transparente ante los demás. Empiezas a decir lo que crees que el otro quiere oír, a callar lo que piensas o sientes para no incomodar. Y en ese intento por agradar a los demás, te pierdes. Te desconectas de ti, y eso te impide alcanzar la libertad.

La tercera barrera tiene raíces mucho más profundas y toca fibras más sensibles, **nuestros miedos primarios**. El miedo al rechazo, al abandono, a no ser suficiente. A todos los fantasmas que llevamos arrastrando desde que somos pequeños.

Cuando no eres capaz de superar esos traumas de la infancia, van a estar presentes en cada circunstancia que atravieses. Son los mismos miedos que sentimos cuando nuestra pareja nos deja, cuando un cliente nos dice que no o cuando alguien no valida lo que hacemos. Al final, todo esto nos ata, y nos hace vivir en un estado total de rigidez. No nos permite desenvolvernos en libertad.

La última barrera a mi parecer es la más difícil de derrumbar: las creencias. Aquí entra todo lo que hemos ido incorporando como verdades absolutas: "Este método es el correcto", "si no lo hago de cierta manera todo se va a ir a la mierda", "todo este trabajo depende de mí". Nunca se terminan. Estamos hechos de nuestras creencias, y lo curioso es que llegamos hasta la adultez sin cuestionarnos absolutamente nada. Y algunas creencias te limitan. Te alejan de tu verdad. En lugar de estar mirando hacia adentro te la pasas siguiendo reglas ajenas y pensando como los demás te han dicho que tienes que pensar.

Si no eres capaz de reconocer esas creencias para luego cuestionarlas, la tienes difícil, colega. Seguirás siendo parte de algo que está muy lejos de representarte. Y aunque fui desde siempre

una rebelde, no quiere decir que no haya vivido estas barreras. **Ser libre no es una condición, se trata de una elección constante.**

Y para poder elegir, primero tienes que ver qué te está atando.

La libertad también es salud

Yo podría tener hoy un negocio que funcione siguiendo las técnicas de venta tradicional, pues la verdad es que soy bastante buena vendiendo. Sin embargo, dentro de esta rebeldía, un día decidí que no iba a vender a costa de mi salud. **Esa es mi libertad; no tiene que ser la misma para todo el mundo.** Viví muchos años sin salud, quemándome en el trabajo, pero ahora mi bienestar físico y emocional son una prioridad

Desarrollé una enfermedad crónica que me hace sentir dolor y eso básicamente me ha hecho estar condicionada durante toda mi vida. Gracias a eso pude darme cuenta de un patrón muy claro: cada vez que me iba bien en el trabajo, mi salud se iba a la mierda. Nadie me lo contó, lo tengo comprobado. Los años en los que más destaqué en mi carrera y mejor me fue en el plano económico fueron también los más duros para mi salud.

Y todo esto ocurría porque volvía a mi contradicción: era rebelde, pero quería pertenecer. Eso me llevaba a sobrepasar mis propios límites. Me exigía más de lo que podía sostener y terminaba haciendo cosas que no iban alineadas con quien soy. Por eso mi cuerpo me gritaba todo lo que yo no estaba dispuesta a escuchar.

¿Tú ya sabes cuáles son tus límites y qué representa para ti tu libertad? Si yo tuviera que elegir entre facturar miles de euros o vivir con paz y salud, me iría por la segunda opción. De nada sirve tener un negocio brillante si tú por dentro estás hecha polvo. Creo que en esta época de "vende más, haz más, sé más", hay que ser más cuidadosos con cómo tratamos a nuestro cuerpo.

La libertad te da salud siempre que entiendas cuáles son tus límites morales, físicos y emocionales.

La vez que morí

En 2018 estaba atravesando una época de mucha enfermedad. Todas las terapias y métodos que había probado para ser libre no me estaban funcionando. Mi cuerpo estaba exhausto, rígido y bloqueado. Llevaba años así. Y no era algo mental o de actitud; me estaba pidiendo ayuda a gritos. Como no me estaba permitiendo ser libre, siempre estaba tocando las fibras más sensibles que cualquiera puede tener: los traumas del pasado que me acompañaban en el presente.

Esta rigidez fue lo que provocó que en 2011 se me rompiera el útero durante el parto de mi segunda hija. Desde entonces, las enfermedades no se detenían. En búsqueda de soluciones, decidí atravesar en 2018 un proceso poco convencional con la ayahuasca y otras medicinas ancestrales.

Por mi contexto familiar, todo lo que tuviera que ver con drogas me aterraba. Nunca había estado en una situación como esta, pero ya había llegado a mi límite, así que decidí abrirme a lo desconocido sin esperar demasiado. Mi intención era clara, deseaba sanar de una buena vez.

Estaba desesperada.

Durante el primer retiro al que me tocó asistir, reviví absolutamente todos los traumas de mi vida. Fue desgarrador e intenso. Al mismo tiempo, fue la libertad más grande que he podido experimentar. Me expuse voluntariamente a lo que más miedo me daba, la muerte.

No estoy exagerando.
Sentí que había muerto.

La transformación comenzó al atravesar ese umbral. Estuve veintiún meses asistiendo a estos retiros. Cada fin de semana tomábamos ayahuasca durante dos días. Era un trabajo grupal en donde estábamos acompañados por una psicóloga y trabajábamos con otras plantas además de la ayahuasca. En esos meses me rompí, me tocó romper mis creencias. Viví una crisis de identidad bastante fuerte, pero que era necesaria para sanar.

Sentí que volví a nacer.

Y a pesar de que fue muy difícil, la vida empezó a ir mejor. Debo admitir que me costó asimilarlo y que hay vivencias de las que ya no tengo memoria. Pero lo que sí recuerdo es que a partir de entonces empecé a ver la vida sin exigencia, experimenté una rendición. Me di cuenta de que los seres humanos perdemos demasiado tiempo en lo que creemos que debemos hacer y no en lo que en realidad queremos hacer.

Solté la idea de que tenía que hacer "algo" para que me fuera bien en la vida y simplemente dejé que sucediera. Comprendí que la vida es aleatoria; esto lo cambió todo para siempre. Importa una mierda si haces las cosas bien o mal. En tu camino vas a atravesar lo que tengas que atravesar, aunque seas lo suficientemente ingenuo de pensar que tienes el control de tu vida.

Y fue ahí donde me cuestioné: "Si nada depende de mí… ¿para qué me castigo cada vez que algo sale mal?". Antes pensaba que tenía el control de todas las situaciones que se me presentaban. Creía que, si me esforzaba lo suficiente, todo me iba a salir de puta madre. Y me echaba la culpa encima cada vez que las cosas salían mal.

Soltar el control fue lo que me dio la libertad más pura que he sentido. Incluso se manifestó a nivel físico, pues dejé ir toda la rigidez que tenía acumulada en el cuerpo, mis niveles de estrés bajaron y sentí un peso menos encima de mí. Cuando sueltas el control experimentas la libertad más grande que hay: la confianza. Porque te das cuenta de que no tienes todo resuelto y está bien.

Y esto tiene muchísimo que ver con la venta. Es fácil creer que debemos controlar cómo va a terminar un proceso de venta, que depende de nosotros forzar al otro a comprar y que salga como queremos. Si piensas que todo depende de ti, vas a cargar con una tensión brutal. De ti solo depende estar, conectar y ser. Entregarte en cuerpo y alma en cada venta. Todo lo demás está fuera de tu control.

Y después soltar. No apegarse.

Cuando el poder ya no es libertad

Hoy tengo clara una de las razones por las que dejé de trabajar en multinacionales. No es porque me fuera mal o no supiera vender. Tampoco quiero que leas este párrafo y sientas que soy una egocéntrica, pero ya no daré más rodeos. Fue por mi capacidad de manipulación.

Había personas de mi equipo que recorrían cien kilómetros todos los días con tal de sentarse a desayunar conmigo. Eran capaces de cometer locuras solo para estar cerca de mí. Me sentía responsable de eso y me di cuenta que no era algo con lo que quería cargar. Estaba generando dependencia.

Hasta ese momento me di cuenta del poder que era capaz de ejercer sobre los demás. Tenía cierta habilidad para conectar emocionalmente y contar historias que en un segundo podían convertirse en manipulación. Tenía claro que no quería vivir desde ahí. Sabía que no quería usar ese don para el mal.

Para mí la persuasión jamás será una opción, y por eso no me gusta el marketing tradicional que está construido para empujar, generar necesidades y convencer tocando el dolor intencionadamente. Y la venta no va de eso, por lo menos la que yo practico. La venta va de cubrir una necesidad, no de crearla. Y ahí está mi libertad, en sentir que no te arrebato la tuya intentando vender lo que sea y cómo sea. Porque si tengo que generar una necesidad en ti para que me compres, ninguno de los dos estaríamos ejerciendo nuestra libertad.

Ahí no estás vendiendo desde el amor, sino desde el miedo. Y déjame decirte que nadie quiere estar ahí. Hacerlo desde ese lugar implica que tu negocio se sostenga desde una necesidad de aliviar las sensaciones de alerta, de desesperación y de urgencia constante. Al final este paradigma nos daña no solo a nosotros mismos, también a los demás.

Por eso mi estrategia no consiste en tocar tus puntos de dolor y con eso hacer que me digas que sí. Se trata de todo lo contrario: te doy espacio para sentir si lo que te ofrezco va en sintonía contigo y te va

a aportar algo de valor en el presente que estés atravesando. Y desde ahí estoy cuidando mi libertad y también la tuya. Doy espacio a esa apertura y a permitirnos sentir. Esa es la venta que yo practico.

Durante esos veintiún meses que estuve trabajando con ayahuasca esto fue precisamente lo que hice, darme un espacio. Para sentirme, para descubrirme, voltearme a ver con total honestidad y tener claridad en mis pensamientos. La realidad es que este tipo de plantas te llevan a un estado en donde no te queda de otra más que voltear a verte. Y conectas con todo lo primigenio, con lo que crees que el tiempo te hace olvidar, pero sigue latente. Tus memorias, tus traumas y todas tus heridas. Tu sombra. Conectas con aquello que sentías cuando estabas en el vientre de tu madre, y con lo que eras antes de que te enseñaran a ser.

Eso te permite entrar en contacto con tu parte más real e instintiva. Y te hace darte cuenta de todos los miedos que te habitan, del nivel de alerta con el que vives, del estado de supervivencia con el que te desenvuelves. Y eso está muy alejado del amor. Porque el miedo y el amor jamás van a ir en la misma dirección, son rutas completamente opuestas.

Y si lo que estás vendiendo nace desde el miedo, no hay amor.

Y sin amor, no hay libertad.

El vacío fértil

Mi salida de las multinacionales fue muy brusca. No lo planifiqué para nada. Durante muchos años hice lo que tenía que hacer, vendí lo que tenía que vender y cumplí mis objetivos. Mi mente argumentaba que tenía que seguir este camino para pertenecer, pero mi alma me decía lo contrario.

Y entonces llegó el covid-19. El 2020 fue una locura de año. Lo curioso era que, mientras el mundo se venía abajo y todo era un caos, ahí estaba yo, facturando más de lo que había ganado en toda mi puta vida. Durante la fase más dura de la pandemia cobré un cheque por 25 mil euros.

Pero esa cifra no valía lo que estaba viviendo. Eso lo tenía claro.

Estaba trabajando para una persona terrible. Una jefa tirana. Jornadas de más de 12 horas. Un sistema de maltrato diario. Esta persona me decía que yo era la niña de la oficina.

Sentí que estaba atravesando la noche oscura de mi alma. No veía una salida.

Aguanté hasta que no pude sostenerlo más. Decidí tomarme una baja médica, algo que jamás en mi vida había hecho sin sufrir un accidente y romperme algo. Era mi primera vez. Fueron tres meses extraños. Estaba muy enfadada porque no tenía idea de cómo volver a recuperar mi libertad. Tuve que enfrentarme a mi mayor adicción, **la de hacer**. Entendí lo enfrascada que estaba en hacer, hacer, hacer y no parar. El problema no era mi jefa tirana, ni la multinacional.

El problema era yo.

Tenía una necesidad inmensa de ser reconocida por lo que hacía, por lo que lograba, y por ser aceptada por mi entorno. Haber tomado esa baja médica fue un parteaguas porque me di cuenta que sin ese reconocimiento sentía que no era nadie. Era una rebelde, pero en el fondo ansiaba ser querida.

Fue entonces que lo solté todo. Mi posición económica, mi puesto como directora. Bloqueé a todas las personas de la empresa y a todo lo que tenía que ver con esa vida; me desaparecí por completo. Fue una desintoxicación. A partir de allí comenzó mi búsqueda. Una que estaría alineada con mi verdad. La de encontrar aquello que sí quiero vender sin tener que depender de otros.

En ese momento lo tuve claro, aunque supiera con total certeza que podía volver a una multinacional y ganar cinco mil euros al mes, elegí mi libertad. Preferí no tener ni un solo euro, antes que seguir vendiendo algo que no iba conmigo.

Me quedé en lo que Fritz Perls, el creador de la terapia Gestalt, llamó ***el vacío fértil*****.** Ese momento en donde estás parado en la nada. Este es el folio en blanco de un artista. Es un espacio sin respuestas.

Me permití habitarlo y de ahí surgió lo más profundo de mi ser. Gracias a que me permití estar en ese lugar, dejé de sentir culpa. Culpa por no hacer, por quedarme disfrutando o no, en casa, por no haber vendido nada. Nada de eso era importante. Hubo meses donde no tuve ingresos ni certeza, pero experimenté una paz interna que jamás había sentido.

La libertad también es poder voltearnos a ver con amor y estar en paz con nuestro presente. Entender lo que fuimos y lo que somos. Darnos cuenta de que no tenemos la vida resuelta y eso está bien. Al final, lo que la mayoría de nosotros buscamos cuando hablamos de dinero no es el dinero en sí, sino la paz que creemos que nos va a dar. La tranquilidad de llegar a fin de mes sin sobresaltos, de no tener que mirar el saldo antes de hacer la compra, de poder decir "sí" a lo que queremos sin miedo a las consecuencias económicas.

Eso es lo que realmente anhelamos: paz interna. Pero esa paz, que tanto asociamos al dinero, no depende solo de lo que facturamos, porque puedes tenerlo todo y sentirte muy vacío y también puedes no tenerlo y vivir en total paz y plenitud. El dinero nos da ciertas comodidades y nos quita preocupaciones de encima. Pero si logras experimentar paz sin necesidad de dinero, sin depender de él para sentirte en calma, para validarte, para definir tu valor, entonces ya lo tienes todo.

El precio de vender sin libertad

Claro que es posible vender sin sentir libertad, pero te lo digo de buena vez: si vendes sin libertad, estás fracasando como ser humano. Significa que estás dispuesto a traicionarte, a hacer lo que sea por agradar a los demás, a cumplir expectativas. Y eso a fin de cuentas va a pasar factura, a nivel físico, emocional y mental. Cuando vendes desde un lugar que no va contigo, tu cuerpo y alma lo saben.

Porque renunciar a tu libertad es entrar en guerra contigo mismo. Cuando vives en guerra, no hay manera de que tengas paz. Estás enfadado todo el tiempo, no eres capaz de sostener tus emociones hasta el punto de enfermar. Y lo más irónico es que, aunque desde

fuera parezca que estás logrando los resultados (que estás vendiendo, que estás ganando dinero, que estás superándote), por dentro no sientes esa paz interna que debería venir con el éxito. Momentos en los que llega el dinero, pero no nos sentimos en gratitud ni plenitud.

Cuando no vivimos en paz, cuando todo está revuelto por dentro, el dinero se escapa. Recuerda que el dinero es energía, y como toda energía, busca estabilidad. El dinero se queda donde hay calma, coherencia y abundancia interna. Pero si lo que hay es caos, exigencia, guerra interna, el dinero entra por una puerta y se va por la otra.

La libertad en la relación con tus clientes

Cuando vendes desde un lugar de libertad es imposible que no lo transmitas. **Lo primero que se manifiesta es la calma**.

Las personas suelen entrar a la defensiva a las llamadas de venta, con una barrera que parece imposible tumbar. Pareciera que a nadie le gusta que le vendan. Sí necesitamos y queremos cosas, pero no queremos sentirnos presionados ni manipulados. La venta nos genera un miedo inmenso a que nos convenzan y a que no podamos sostener lo que en realidad queremos.

Si tú como vendedor llegas a esa conversación con calma y desde tu verdad, generas un espacio completamente distinto. Automáticamente creas un espacio seguro donde el otro pueda bajar la guardia. Y ahí no hace falta convencer a nadie. Porque lo importante no es cerrar la venta, sino conocer al otro, dónde está su dificultad o su sueño, escucharlo con el corazón y así entender lo que realmente necesita. Eso cambia toda la jugada para ambos.

Para mí la verdadera venta se genera cuando estás presente con el otro. Cuando logras que alguien salga de una llamada sintiéndose más conectado, en calma y con claridad. Sin importar si gastaron dinero en tu proyecto o compraron el producto. Eso es lo de menos. Vender se trata de estar, entregarte con total presencia, desde el amor, no necesitas convencer ni manipular a nadie.

Los límites de la libertad

Quiero ser clara y directa, no le daré rodeos a esto: lo único que va a limitar tu libertad siendo vendedor eres tú mismo.

Te quiero invitar a que reflexiones estas preguntas, yo me las hago en repetidas ocasiones porque me gusta entender las respuestas que se van manifestando:

¿Harías esto si tuvieras un millón de euros en el banco? ¿Harías las cosas de la misma manera? ¿Qué cambiarías? ¿Actuarías igual si no tuvieras esa necesidad? ¿Dirías lo mismo?

Cuando logres responder con honestidad, vas a descubrir si estás vendiendo desde tu verdad o desde tu necesidad. La realidad es que la necesidad nos hace justificar nuestras acciones. Pero como ya lo había dicho antes, el fin nunca justifica los medios. No en la venta que yo practico.

Para tener claros tus límites tienes que saber si te sientes bien contigo después de una venta, si te vas a casa en paz, si trataste al otro como te hubiera gustado que te trataran. La libertad no es un lujo para cuando todo esté en orden. La libertad es la base. Es desde donde hay que construir. Porque si no empiezas libre, terminas atrapado. En un trabajo que no te llena, en relaciones que no te hacen feliz, en discursos que no son tuyos.

Ser libre implica tomar decisiones que a veces no se entienden desde fuera. Implica decir "no" cuando todos te dicen que digas "sí". Implica parar, soltar, cambiar de dirección, confiar en que hay otra forma de hacerlo: una que respete tu salud, tu verdad, tu ritmo y tu energía.

Y cuando vendes desde ahí, desde tu centro, desde tu coherencia… absolutamente todo cambia. Cambia cómo te relacionas con el cliente. Cambia cómo te sientes con lo que haces. Cambia la energía de lo que entregas. Y lo más importante: te cambia a ti.

Al final lo único que realmente importa es que seas capaz de mirar tu vida y sentir paz.

CAPÍTULO 6:

El arte de venderse

La autenticidad es la práctica diaria de dejar de ser lo que creemos que deberíamos ser y abrazar lo que somos.

BRENÉ BROWN

Toda obra de arte nace del vacío.

AGNES MARTIN

Me siento artista desde que tengo memoria. Creo firmemente que eso es algo que se trae en la sangre. De niña quería ser escritora, cantante, bailarina, actriz… lo que fuera, siempre que pudiera crear algo desde dentro. Lo que me importaba era expresarme a través del arte.

Con el paso de los años, mi vida tomó otro rumbo y terminé dedicándome a las ventas. Fue un proceso de aceptación difícil. Muy en el fondo sentía que estaba traicionándome. Me decía: "¿No estaré fracasando como persona por dedicarme a algo que no tiene que ver con quien en verdad soy?".

Pero en el 2016 algo empezó a moverse. Recuerdo que estaba trabajando en Meridiano Seguros y acababa de ascender a jefa de equipo. Me tocaba enseñar a otros a vender y, como buena artista, mi alma no me permitía seguir un método ya establecido. Fue en ese momento que empezó a germinar una idea que ha terminado siendo una de las bases de este libro y de mi método:

La venta es un arte.

Empecé a descubrir mi propia forma, donde pudiera reconocer las similitudes entre la venta y el arte. **Me cuestioné qué tipo de arte era la venta para mí**. Para mí vender no se trataba solamente de

una técnica; era más una cuestión de interpretación. Como si estuviera haciendo una performance. Es un personaje interno, un alter ego que habitas y aunque no eres tú, tiene muchísimo de ti. Al inicio lo interpretas y vas dándole forma. Con el tiempo, como buen artista, terminas por integrar a ese personaje hasta vivirlo, sentirlo y hacerlo parte de ti… porque descubres que también eres tú.

Bajo esta lógica empecé a formar a mis comerciales. Primero les daba una estructura porque todos necesitamos una base para sentirnos seguros, sobre todo si vamos empezando. Era como tener un grupo de teatro. Al principio les decía cómo actuar y les enseñaba las bases para que a partir de eso fueran descubriendo su lado artístico. Sin embargo, la venta al final se trata de conocerte a ti mismo y desarrollar tu propia creatividad. De habitar tus propios personajes, conocerlos y usarlos a tu favor sin dejar de ser tú.

Y como cualquier artista, tendrás que aprender a soltarte, a improvisar, a fluir con lo que hay. Eso también es vender.

¿Qué tipo de arte es la venta?

En 2020, poco antes de coger la baja médica que lo cambió todo, decidí darle un cambio a mi vida. Empecé a estudiar arteterapia para darme un respiro y tener tiempo para mí fuera del mundo de las ventas. Terminó siendo una de las herramientas más poderosas que he conocido.

Te doy contexto. La arteterapia es el uso del arte como herramienta terapéutica. No es que hagas arte, sino que a través del proceso creativo que implica el arte dejas salir lo que hay dentro de ti, sin juicio y sin presión. En mi caso, con enfoque gestáltico; es decir, centrada en el momento presente, en lo que está pasando en mí aquí y ahora, con todo el contexto incluido. No solo lo que pienso, sino lo que siento, lo que hago, lo que mi cuerpo expresa, lo que mi historia arrastra. Y lo que encontré en ese espacio fue algo que llevaba tiempo sin mirar: a mí.

El arte es el medio, no el fin. Te ayuda a descubrir cosas que no sabías que llevabas dentro. No hace falta entenderlas, solo sentirlas

y reconocerlas. Es algo profundamente terapéutico.

Conocí la arteterapia en un momento en donde estaba atrapada en mi adicción al trabajo, no podía dejar de hacer. Todo giraba en torno a las ventas, a mi equipo, a los clientes. Era un ciclo que no terminaba nunca, en donde era prácticamente imposible tomarme una pausa.

¿Cinco horas para mí cada quince días, sin teléfono, sin equipo, sin clientes? Lo veía imposible, pero lo hice. Me metí de lleno en este proceso y fue una de las mejores decisiones que he tomado. La arteterapia me regaló algo que nunca me había permitido: un espacio solo para mí, en medio de todo el caos de la vida diaria. Un lugar donde no tenía que responderle a nadie, ni estar disponible, ni cumplir expectativas. Solo estar. Y, además, fue la herramienta que me abrió la puerta para reconectar con mi parte artística, esa que había quedado enterrada bajo las responsabilidades y las prisas. Volví a crear desde otro lugar, simplemente por el placer de expresarme.

Fue ahí cuando comencé a convencerme cada vez más de que la venta es un arte y que al final no me había alejado del todo de mi parte artística. Empecé a darme cuenta de que cuanto más me permitía habitar este lado artístico, mejor vendía. Lideraba mejor a mi equipo, tenía más claridad y era más intuitiva. Logré habitar a mis personajes internos sin perderme en ellos. Aprendí a usar mi alter ego de vendedora a mi favor; no como una máscara, sino como una extensión de mí.

Fue gracias a la arteterapia que logré dominar la interpretación. A veces nos daban ejercicios completamente abstractos, sin sentido alguno. Nos pedían que representáramos algún bloque de cemento, o una idea completamente intangible… y claro, no tienes ni puta idea de cómo hacerlo. Teníamos que hacerlo en medio de la sala, frente a otras personas. Ahí es donde comienza todo.

No es que sepas cómo hacerlo, sino que te permites experimentarlo sin saber. Cuando no sabes qué es lo que están pidiéndote, te lo inventas. Actúas como si supieras lo que estás interpretando y esto

acaba siendo creíble para el otro. Y cuando logras conectar con eso, aunque no sea nada lógico ni racional, haces que cobre vida y ahí empieza el arte.

Pasa un poco lo mismo con la venta. A veces no tienes seguridad ni experiencia, pero te lo crees. Y cuando te lo crees, el otro automáticamente también lo hace. No se trata de mentir o fingir, simplemente estás creando una narrativa interna que te ayuda a sostenerte cuando no tienes la suficiente seguridad para sobrellevar una venta. Te cuentas una historia y lo experimentas desde otra perspectiva:

"¿Y si en vez de repetirme que no soy buena vendiendo, empiezo a creer que sí lo soy? ¿Y si me comporto como si lo fuera?".

Es realmente transformador.

El arte de ponerte delante

Nunca terminamos de conocernos, pero cuánto más lo haces, más te permites habitar tu esencia y tu verdad. Reconocer tus fortalezas y tus debilidades te da las herramientas necesarias para ponerte delante de quien sea con toda tu autenticidad. Porque cuando logras observarte con toda sinceridad, el punto no es cambiar algo de ti, sino preguntarte:

¿Cómo uso esto a mi favor para conectar?

Porque la venta y el arte van de conectar, de mover emociones. Ambas tienen el poder de remover fibras profundas al grado de desencadenar un amor inmenso, odio, rechazo o rabia. Es la misma energía, solo que cada quien la vive desde un lugar distinto.

Cuando te expones como artista, te expones a ser amado o a ser odiado. Pasa exactamente lo mismo cuando vendes. Y no es que sea personal, es simplemente un espejo que le estás poniendo al otro. Si lo vive desde el miedo, si tiene heridas o se siente inseguro, es muy probable que te rechace. Y no es que te esté rechazando a ti, sino todo lo que le remueve la venta.

La venta y el arte no se hacen en soledad; siempre hay un otro. A

veces tienes un equipo, un socio, un director, alguien con quien vas a tener que relacionarte. Lo que siempre vas a tener es un público, una mirada externa. Y aunque es jodido, siempre habrá un juicio, una crítica, una expectativa que no cumpliste.

Pero si estás bien contigo mismo, sabes quién eres y ya te has permitido habitar tu sombra y tu luz, no hay juicio que te tumbe. Esto es así. Es solo una parte del proceso.

El folio en blanco

Un artista es un vendedor que ofrece sus obras y expone su visión al mundo. Eso es venta. Y dado que todos vendemos, todos somos artistas. Como buenos artistas, nos enfrentamos a ese momento sagrado pero aterrador a su vez: **el folio en blanco.**

El folio en blanco es un vacío fértil en donde no tenemos ni puta idea de lo que va a pasar. No hay certezas, guiones ni un resultado garantizado. Es literalmente, lanzarte al vacío con los ojos cerrados. Se siente un nudo en el estómago. Estás completamente solo, con el misterio de lo que está por suceder.

Yo he trabajado mucho ese vacío fértil, me he dado la oportunidad de habitarlo conscientemente. Antes de cualquier llamada de ventas, lo único que tengo conmigo es una hoja en blanco en donde apunto el nombre de la persona, la fecha y ya está. Eso me obliga a empezar desde cero; elimino de mi consciencia absolutamente todo lo que sé. Al final es algo simbólico, pero realmente me ayuda a quitarme de encima todo guion y estructura.

Desde ese lugar empiezo a vender y a ser arte. Hago las preguntas necesarias, escucho, y la interpretación surge. Y muchas veces el folio queda exactamente igual que al inicio, en blanco. Pero muchas otras, a partir de ese vacío fértil, emerge algo completamente nuevo y maravilloso. Desde un lugar auténtico y de conexión, de permitirte estar presente con el otro y contigo.

Ahí empieza la creatividad, igual que el escritor que se sienta frente al papel y no tiene ni idea de la historia que va a contar hasta que vuela su imaginación, o el pintor que no tiene boceto y se deja llevar

por su impulso y sus emociones. De ahí surge lo mejor, y con la venta pasa lo mismo. Porque al final de cuentas es una creación, y como cualquier creación necesita de ese vacío fértil para surgir. Una pausa, un momento de incertidumbre donde no tienes seguridad de nada, pero te entregas al proceso por completo.

Eso es arte.

El arte de habitarse cuando eres vendedor

A raíz de que primero fui paciente de arteterapia, obtuve ciertas herramientas que me dieron un empujón para convertirme en mejor líder, vendedora y persona. Entendí que el arte no era solo una actividad externa, sino que siempre estaba presente en mi vida.

Una cosa es vender y otra muy distinta aprender a sostenerte emocionalmente mientras vendes. Vender lo hace cualquiera, pero no cualquier vendedor logra hacerlo sabiendo cómo gestionar sus emociones. Cuando tienes una llamada con clientes, cuando formas a tus comerciales, estás habitándote a ti mismo. Estás haciendo una obra arte.

También he descubierto que el arte me sostiene cuando me siento frustrada, cuando las emociones me inundan, incluso si un cliente no me contesta como esperaba. Utilizo el arte como una herramienta: entre una llamada y otra, bailo, canto, medito, escribo, dejo fluir lo que llevo dentro. Y aunque no sea algo que puedan notar los demás desde afuera, si no me permitiera tener esos espacios, no sería la persona que soy hoy. Es lo que me permite ser auténtica como vendedora, líder y ser humano.

Porque cuando te dedicas a vender, vender de verdad, desde el amor, experimentas tus emociones con mayor intensidad. Y si no te permites habitarlas, expresarlas y canalizarlas, literalmente te apagas. Te olvidas de ti en un abrir y cerrar de ojos. Yo misma me he descubierto olvidándome de cosas tan básicas como beber agua, ir al baño e incluso comer. Y es porque la energía de las ventas te arrastra a la meta: estás metido a tope en el hacer y con un enfoque de acción impresionante. Es una energía muy masculina, de mucho

empuje.

Comencé con mi formación como arteterapeuta en 2020. Si todo sigue caminando como hasta ahora, estará naciendo otra versión mía al mismo tiempo que el lanzamiento de este libro. Habré acabado mi formación oficialmente. Me hace demasiada ilusión que estas dos versiones, la de escritora y arteterapeuta, terminen de germinar al mismo tiempo. Todo cobra sentido.

El arte me ayuda a volver a mí en esos momentos de enfoque en la productividad. Me permite regresar a mi centro y me recuerda quién soy. El arte me permite habitarme desde un lugar amoroso y compasivo. Lo veo como una necesidad, no como un complemento. Y lo digo con total convicción: si eres vendedor, el arte debe de estar presente en tu vida.

Porque si no sabes sostenerte, no vas a aguantar. Así de claro. Da igual que tengas las mejores técnicas o el mejor discurso. Si no sabes sobrellevarlo, puedes hundirte muy fácil. Y esto lo digo con total convicción, si eres vendedor el arte debería de estar presente en tu vida. Además de que te va a permitir vender mejor, te va a sostener y acompañar en el camino.

El proceso creativo de una venta

La creatividad dentro de la venta no va de tener labia o de ser ingenioso. Te cuento cómo es mi proceso creativo y cómo lo experimento en mi día a día:

Cada venta empieza con un folio en blanco. Literalmente, pongo una hoja en blanco frente a mí, en donde únicamente me apunto la fecha, el nombre del cliente y ya está. Me olvido de todo lo que sé y me entrego completamente al vacío fértil En ese folio sucede lo que llamo el **vómito creativo.** Lo que hago es muy similar a la escritura automática, que básicamente va de escribir sin ponerle coherencia a las palabras; dejas que las palabras fluyan sin filtro, sin juicio, sin pensar demasiado en si tienen sentido o no. A raíz de esto, surge una o varias ideas para desarrollar el proyecto. Este vómito creativo me ayuda a darle forma a lo que voy a construir con el cliente,

especialmente cuando al vender se me permite ofrecer planes personalizados.

A partir de esto, empiezo a ordenar todas esas ideas. Armo una estructura, planifico y marco los pasos a seguir en base a las necesidades del cliente. Le pongo pies y cabeza al proyecto para ver por dónde y cómo avanzar.

Quiero aclarar que no todos los proyectos llegan a salir a luz. Sucede igual con las ventas: de cinco llamadas, solo una se cierra, y está bien. En la creatividad, muchas ideas mueren antes de convertirse en algo. **Se trata de hacerte a la idea de que no todo lo que siembras va a germinar.**

Ponte a pensar cuántas veces no nos obsesionamos con cerrar un proyecto, en conseguir clientes o vender a como dé lugar. Una de las cosas más difíciles cuando estás en ventas, y en la vida en general, es saber soltar. Saber dejar ir. Soltar al cliente que no respondió, el proyecto que parecía perfecto pero no nunca se concretó, la venta que se frustró en el último minuto. Nos apegamos demasiado y eso nos consume energía; tu enfoque se va hacia otro lado.

Yo misma me he visto mil veces ofuscada con un proyecto o con una persona que tenía que ser mi cliente sí o sí, y me descubro dándole vueltas, volviendo a insistir, intentando abrir puertas que claramente están cerradas. Y mientras eso sucede, sin saberlo, me estoy cerrando a millones de posibilidades que están disponibles para mí, solo que no me tomo el tiempo de darme cuenta.

Permítete observar el panorama completo y no te cierres. Ten apertura. Recuerda que, para atraer nuevas oportunidades, tienes que dejar ir todo lo que no se dio. No le quieras dar una explicación lógica a todo, simplemente déjalo morir. Soltar es una parte importante del proceso creativo. Abraza la idea de que de cada cien prospectos o cien folios en blanco con los que empiezas no todos se van a convertir en algo. Algunos sí, pero muchos otros van a quedarse atrás. Algunos se transforman, otros simplemente no estaban destinados a ser tus clientes.

Hay que practicar el desapego. Soltar con conciencia, respeto y con muchísimo amor. Incluso hay que saber dejar ir los proyectos que ya llegaron a su fin; esto también es difícil porque muchas veces le agarramos un cariño impresionante a los clientes en el camino y no es fácil decir adiós. Cuando ya has entregado todo y el cliente tiene lo que en un inicio vino a buscar, es momento de soltar. No hay que alargar procesos, simplemente tienes que saber despedirte y dejar espacio para que lo nuevo llegue.

El duelo es la última etapa del proceso y es muy necesario. Es ese momento en el cual aceptas que algo ha terminado. Y justo ahí, en ese final, empieza de nuevo todo. Es importante hacer un cierre interno, por todo lo que entregaste al proyecto. Al final, le pones tu alma. A veces estamos tan ocupados en el hacer que vamos con prisa al siguiente proyecto. Pero es importante no olvidar darle un cierre a cada venta, cada proyecto, cada cliente. Todos son igual de importantes.

Por eso siempre digo que el duelo y el folio en blanco acaban siendo uno. Son dos caras de la misma moneda. Soltar y empezar. Terminar y dar paso a lo nuevo. Porque ese momento de vacío, de silencio, es también una oportunidad. Es el comienzo de algo más, aunque todavía no lo veas claro.

Y es un proceso cíclico, porque cuando terminas regresas al mismo sitio a donde empezó todo. Así es este camino. Crear, soltar, y volver a empezar. En el arte, en la venta y en la vida. Y cuanto más te permites habitar cada etapa, más auténtico y más tuyo se vuelve todo lo que haces.

Vender es hacer sentir

Cuando una venta está bien hecha, no solo estás entregando un producto o un servicio. Estás creando una experiencia. A mí, que me dedico a venderle a vendedores, me gusta analizar su proceso de ventas como si estuviera viendo una obra de teatro. Me meto de lleno para vivir lo que vive su cliente.

Entro a revisar sus redes sociales, su página web, o incluso voy a

visitar el sitio físico si es necesario. Me gusta observar como si estuviera metiéndome detrás del telón de un teatro, junto a los actores y encargados de la logística. Porque para mí vender va mucho más allá del simple intercambio. Se trata de generar toda una experiencia, una vivencia emocional que logre despertar algo en la otra persona. Algo que va mucho más allá del beneficio de lo que está comprándote. **La venta empieza antes de la venta como tal.** Todo lo que está detrás influye, hay que saber cómo generar esa experiencia para que el cliente se quede y te compre.

Te quiero contar de una marca que a mí me encanta.

Se trata de una marca que vende agendas, pero no es cualquier agenda. Va dirigida a mujeres empresarias. Y desde el primer momento en el que entras a su web te hacen sentir empoderada y que tienes el control. Sientes que te están vendiendo una herramienta que te va a ayudar a liderar tu vida y a tu equipo. Y dentro de todo ese empoderamiento que te hacen sentir, te transmiten una energía muy femenina, en donde te das cuenta que puedes ser poderosa y vulnerable al mismo tiempo. Y cuando te llegaba a casa lo que compraste, no solo te entregaban el producto, esa también era una experiencia completa. El olor del paquete, el empaque… detalles tan simples pero que hacen toda la diferencia. Incluso al momento de usar la agenda, el mensaje está presente. Todo el tiempo te sientes empoderada.

Seguro que, si lo has vivido, ya sabes que te hablo de Charuca.

También se me viene a la cabeza una marca que vende tintes naturales para el cabello. Desde que entras a su página web, es como sumergirte en una fantasía: ves cabellos increíblemente cuidados, hidratados, como sacados de una revista, y todo utilizando productos sin químicos. Mucha gente aún cree que lo natural es sinónimo de sucio o que no funciona igual que los productos artificiales, y esta marca justamente apunta a lo contrario: te muestra que la belleza también puede ser natural; aunque no sepas con certeza si va a funcionar en ti, lo compras porque ya estás dentro de su mundo. Ya lo estás sintiendo.

Henna Morena sabe perfectamente cómo hacerte sentir eso.

Este cuidado de la experiencia del cliente también lo veo en la cafetería a la que voy todo el tiempo. No es para nada barata, pero me da igual pagar más porque vivo una experiencia única cada vez que voy. Desde que entras hay jazz, huele bien, te ofrecen opciones caseras y que además están pensadas para todos, sin gluten, sin lactosa... Es un ambiente que está pensado para hacerte sentir cómo en casa. No te están vendiendo solo un café o un plato de comida, te ofrecen una experiencia. Y al final te importa un carajo pagar tres veces más de lo que pagarías en cualquier otro sitio.

Es común que cuando pienses en ventas únicamente veas la parte de la transacción. Pero todo tiene que ver: desde ese primer mensaje de prospección en frío, el seguimiento que das, tu página web hasta el proceso para realizar el pago... Todo forma parte de la experiencia. Abarca todo lo que vas a vivir con tu cliente. Y si esa experiencia está bien construida, dejas una huella emocional en la otra persona y eso determina si la relación va a ser duradera.

Esto al final es un efecto dominó. Cuanto mejor sea la experiencia que le das a tu cliente, más vas a vender. Y no solo eso: vas a poder entregar mejor, con más presencia y coherencia. Eso se traduce en un cliente más satisfecho. ¿Y qué pasa cuando un cliente está satisfecho? Regresa, y te recomienda porque confía en ti. Ahí es donde empieza la fidelización. Por eso es tan importante que todo esté alineado: desde el primer contacto hasta el último detalle. Porque vender no es solo cerrar una venta, es construir una relación. Y esa relación, si está bien hecha, te va a sostener a largo plazo.

A esto me refiero cuando hablo del arte de venderse. No solo vendes un producto o tu marca. **Vendes experiencias**.

El rechazo también es arte

El rechazo es parte del camino. Forma parte de mi día a día cómo vendedora. Es inevitable; te van a rechazar más de una vez y está bien.

Me gusta observarlo desde esta perspectiva: imagina a un bailarín.

Antes de ir a un casting tiene que ensayar durante horas, armar una coreografía desde cero, probar pasos, descartar los que no encajan y elegir una buena canción. Practica, falla, ajusta y vuelve a intentar. Prueba y error. Para cuando por fin siente que la coreografía está lista, ya ha atravesado decenas de rechazos internos. Y entonces llega el día del casting. Se presenta con lo mejor que tiene. Puede que lo elijan, sí. Pero también puede que no. Y si lo eligen, aún queda el juicio del público. Puede que conecten con su interpretación… o puede que no. Todo eso forma parte del proceso. Y en las ventas ocurre exactamente lo mismo.

El rechazo es parte de la vida, y como vendedores tenemos que saber que siempre va a estar presente. Incluso antes de hacer una llamada o de ofrecer lo que vendemos. Porque muchas veces el primer rechazo no viene de fuera… viene de uno mismo.

A mí me sigue pasando. Hace poco, estuve una semana entera dándole vueltas a una venta. Dudando. Preguntándome si realmente iba a ser capaz, no solo de vender, sino de hacer bien la entrega. Y no era por falta de conocimiento, no era que no supiera cómo hacerlo. El problema era que me importaba demasiado. Era un proyecto grande, y además estaba implicada una persona a quien quiero mucho. Eso lo cambió todo.

Y es que cuanto más te importa algo, más te castigas, más dudas de ti, más te juzgas. Por eso el primer rechazo que hay que sostener es el propio; el más difícil, en mi opinión. Somos muy duros con nosotros mismos. Se trata de aprender a mirarnos con compasión, darnos una palmada en la espalda y saber que lo estamos haciendo lo mejor que podemos.

Al rechazo hay que abrazarlo y aceptarlo como lo que es, una parte del proceso artístico; cuando logras enfocarlo de esa forma y te cuidas, te va a importar poco si vendiste o no. Te vas a sentir en paz contigo mismo, no te vas con la sensación de haber fallado. Y esa es la clave. Si tú no te rechazas, el rechazo de los demás no duele tanto. No te detiene. Lo integras como parte del proceso.

Seguiré profundizando sobre el rechazo en la venta en el próximo

capítulo.

CAPÍTULO 7:

Ve a terapia

No puedes transmitir sabiduría a otro ser humano. La semilla ya está ahí. Un buen maestro la toca, y florece.

THICH NHAT HANH

Conocer tu propia oscuridad es el mejor método para lidiar con la oscuridad de las demás personas.

CARL JUNG

Este libro no es para todo el mundo, ni tampoco esta forma de vender. Si tienes la creencia que ir a terapia no tiene nada que ver con las ventas, quizá este enfoque no sea para ti.

La venta tiene el poder de tocarte hasta lo más profundo y de remover las fibras más sensibles de tu ser. Y lo hará. Se irá directo a todas y cada una de tus heridas actuales y de la infancia. Todo eso que, aunque ya está en el pasado, te sigue doliendo. Pero principalmente te va a remover la herida del rechazo.

Si no estás dispuesto a mirarte de verdad, a trabajarte, a ir a terapia para entender qué hay detrás de esa herida, es muy probable que acabes viviendo la venta desde la frustración y el fracaso. **Cuando no has sanado el rechazo, vender se vuelve doloroso.** Y llega un punto en el que tu trabajo empieza a hacerte profundamente infeliz. Porque todo duele más cuando no se comprende y se acepta.

Pero al mismo tiempo eso abre lugar a una posibilidad enorme. Ese mismo rechazo que llega por parte de los clientes, de un prospecto o de una llamada que no sale bien, es un detonante para ver con claridad todo lo que aún tienes que sanar. Si te das la oportunidad de trabajarlo en terapia, te vas a permitir crecer muchísimo como

persona y como vendedor. Yo también pasé y paso por eso.

Estoy metida en el mundo de las ventas desde que era muy pequeña. Ayudaba a mis padres a vender leña, y aunque entonces no lo sabía, ya me estaba exponiendo a algo que me removería profundamente. Era una cría. La vida me llevó por ese camino sin avisar. Con solo dieciséis años, sentí la necesidad de buscar ayuda y fue entonces cuando tomé mi primera terapia. Y desde ahí, nunca la solté. Aunque la fui espaciando en ciertas épocas de mi vida, siempre ha estado presente.

Hoy puedo decir con certeza que cuando dejé de ir a terapia, aunque seguía vendiendo y desde fuera todo parecía ir de maravilla, fueron también las épocas en los que más ataques de pánico tuve. Vivía con la ansiedad y el estrés a tope. En cambio, en las etapas donde sí iba a terapia y le daba continuidad, notaba cómo todo era distinto. La contención que recibía me ayudaba a navegar las emociones con mucha más compasión. En la venta te estás enfrentando todo el rato al "no me quieren", "no les gusto", "no me aceptan". Es constante. Y si no tienes un espacio donde procesar eso, donde desahogar lo que se mueve por dentro, acabas desbordándote.

Entonces, además de la contención emocional, la terapia te abre un espacio para conocerte de verdad. Te permite ir hasta lo más profundo. Es elegirte y aprender a cuidarte. También responsabilizarte. Muchos piensan que con leerse un libro o ver un vídeo en internet ya están haciendo trabajo personal. Pero conocerse no es eso. **Conocerse de verdad requiere un acompañamiento real y humano**. Alguien que esté ahí mientras exploras tus sombras, tus miedos, tus heridas. Una figura que te sostenga cuando tú solo no puedes.

Para mí, un terapeuta cumple ese rol. Simboliza de alguna forma esa figura materna o paterna que está ahí, que te ve, te escucha, te cuida. Eso te permite ser ese niño al que le pasan cosas, que se siente mal, que no sabe cómo gestionarse. El que confía y sabe con certeza que siempre habrá alguien a su lado acompañándolo y

guiándolo.

Esa experiencia no siempre la tuve de niña. Por la situación familiar en la que crecí, muchas veces no hubo espacio para que alguien me mirara de verdad o me contuviera emocionalmente. Y fue gracias a la terapia que pude conectar con esa niña interior, con esa parte de mí que no fue escuchada. Me ofreció ese lugar seguro donde, por fin, pude sentirme cuidada. Y desde ahí, empezar a sanar. Por eso defiendo tanto la terapia y sé lo necesaria que es para cualquiera, en especial cuando eres vendedor.

Como seguro ya puedes adelantar con mi experiencia, la terapia no es algo pasajero. No es algo que haces hasta que se te pasa el dolor y luego la dejas a un lado. La terapia es para siempre, sobre todo si te expones constantemente a situaciones que te hacen confrontar heridas de la infancia. Los traumas no se superan, sino que se atraviesan capa por capa. Cada etapa te muestra algo nuevo y cada vez el desafío es más grande. O diferente. Por eso es tan importante tener un lugar donde puedas volver una y otra vez a reconectar contigo, a saber cómo estás y aprender a cuidarte con amor.

Además de ayudarme a sanar heridas profundas, la terapia me ha enseñado a desarrollar una compasión enorme. Me acompaña desde un lugar mucho más amable, sin juicios ni críticas internas, sin esa voz que todo lo cuestiona. Esa compasión, que nace de conocerme de verdad, me permite ponerme en el lugar del otro con más honestidad. Y eso, como vendedores, es fundamental. La empatía no es solo una herramienta, es una habilidad imprescindible si queremos acompañar al otro de forma auténtica.

Aprender a desarrollar este nivel de compasión es importante porque necesitas aprender a decirte: "Lo he hecho lo mejor que he podido", "soy buena en lo que hago", "lo que estoy ofreciendo tiene un valor real y está alineado con lo que creo", en cada ocasión que recibas un "no". Eso te va a ayudar a fortalecer tu autoestima como vendedor y a confiar en lo que estás haciendo. Y al mismo tiempo debes de ser capaz de mirar al otro desde ese lugar y de ponerte en su lugar. Porque quizá aún no sea su momento. Quizá necesita más tiempo

para escucharse, para sentir si esa decisión está realmente alineada con lo que quiere.

La venta no va de presionar ni de provocar impulsos. Tampoco va de tocar puntos de dolor para forzar la compra. Al menos no en la forma de vender que yo practico. Para mí, la venta es un acompañamiento. Y durante todo ese proceso, el otro también importa tanto como tú. No se trata solo de cerrar una venta, se trata de cuidar al otro de la misma forma en la que te cuidas a ti.

Fue por esto que decidí formarme como terapeuta. Al principio, mi motor principal para convertirme en terapeuta era mi equipo, pero después me di cuenta de que también lo hacía por mis clientes. Sentía que me quedaba corta, que me faltaban las herramientas necesarias para acompañarles en ese proceso y que era incapaz de sostenerlos como necesitaban.

No me sentía bien si me quedaba simplemente con frases vacías como las que se leen en Instagram, las que te dice todo el mundo: "Si tú quieres, puedes". Cuando en realidad no tienes ni puta idea por lo que está pasando la otra persona, no sabes si tiene un hijo enfermo, si se quedó en bancarrota o está atravesando una situación de mierda.

Aunque creo firmemente que somos creadores de nuestra realidad, la vida no funciona así. Es importante que aprendamos a respetar y honrar el proceso emocional por el que pasa una persona cuando decide dar un salto tan importante, como escribir un libro o invertir su dinero y su energía en un proyecto que le importa. Ese movimiento necesita ser escuchado con mucha atención, y meditado el tiempo que sea necesario.

Acompañar es un arte que no planeaba ejercer

Ser terapeuta tampoco formaba parte de mis planes. Durante muchos años viví completamente centrada en mí. El mundo me daba igual y pensar en acompañar a otros no era algo que llamará mi atención. **Lo único que tenía claro era que quería entenderme**.

Fue muy loco cómo se alineó todo. Cuando empecé a formarme en arteterapia Gestalt, había decidido dejar las multinacionales y estaba arrancando un proyecto de producción musical junto a mi pareja de esa época. Él se encargaba de crear piezas musicales y a mí me tocaba vender el proyecto y acompañar al artista en el proceso de lanzar su canción.

Para poder hacer una canción que realmente tuviera alma, primero teníamos que conocer la historia del artista. Entender quién era, qué había vivido y qué quería contar. Y ahí fue cuando me di cuenta de algo fundamental: **no podía acompañar a un artista sin tener en cuenta su salud mental.**

Muchos artistas venían con historias muy duras, carencias económicas tremendas, experiencias de engaños, desilusiones, traiciones… y aun así estaban llenos de ilusión, soñando con sacar su música adelante. Ahí la arteterapia empezó a cobrar un nuevo sentido para mí.

Me di cuenta de que no bastaba con venderles únicamente la producción de la canción. Necesitaban ser escuchados, sostenidos y guiados en el proceso creativo. Ahí entendí que mi papel era más profundo. Que tenía que estar lista para mirar ese dolor y seguir acompañando a los artistas en ese proceso.

Y aunque en ese momento la etapa de la productora alcanzó su fin, fue justo ahí cuando empezó a llegar el movimiento de los libros a mi vida. Como si se abriera otra puerta creativa. A partir de estas experiencias nació la editorial Almavia, que precisamente será la editorial con la que publicaré este libro.

Y aunque todavía no tengo claro qué voy a hacer exactamente con mi título de arteterapeuta, lo que sí tengo clarísimo es que lo que hago hoy me sigue pidiendo estar disponible para sostener emocionalmente a quienes se atreven a mirar hacia adentro para crear desde ese lugar; eso se da de la misma forma en una canción que en un libro.

Si tu trabajo implica acompañar a una persona durante tres, seis o

doce meses; si el producto o servicio que ofreces toca emociones profundas, remueve historias del pasado o entra en la intimidad de la vida del otro, entonces necesitas hacerlo con muchísima conciencia emocional. No basta con tener buena intención, ni con saber vender. Hace falta presencia, escucha y cuidado. Por eso, la terapia no es opcional, es parte fundamental del proceso. Es lo que te va a permitir sostener de verdad a quien tienes delante.

Mirarse hacia adentro

Creo firmemente que todos deberíamos tener al menos una formación básica en acompañamiento emocional. Da igual si eres padre, madre, compañero de trabajo o vendedor. Para acompañar a alguien de verdad, necesitas ciertas herramientas. Y para poder hacerlo bien, hay que aprender a estar presente cuando el otro lo necesita.

Si trabajas con personas que están atravesando situaciones complejas como adolescentes, niños, inmigrantes o incluso clientes que están en un proceso emocional fuerte, necesitas formarte. No importa tanto el enfoque; cualquier tipo de terapia va a ayudarte a desarrollar esa capacidad de sostener, guiar y acompañar con conciencia. Porque cuando trabajamos con seres humanos, estamos tocando heridas. Y ahí no se puede entrar sin cuidado. Como si entraras a un templo, con los pies descalzos, porque es sagrado.

Más allá de la terapia, lo que realmente me permitió tener una relación más genuina y humana con mis clientes fue haber entendido mi propia historia de vida. Atravesar mis heridas, mirar de frente mi proceso y vivirlo con honestidad. Gracias a eso hoy puedo sostener a otros con presencia, con entrega y sin juicio. Porque solo cuando te sostienes a ti mismo, puedes sostener de verdad a alguien más.

Pero esto no es algo que haces una vez y ya está. Es un trabajo constante. A día de hoy, sigo yendo a terapia y sigo formándome. Gracias a ese compromiso conmigo misma me doy cuenta que lo que antes me definía, hoy ya no me representa. Tener ese espacio para mirar hacia adentro me permite reconocer qué ha cambiado

dentro de mí, qué ya no encaja, y me da la oportunidad de reconstruirme. La identidad y la autoestima no son estructuras fijas. Cambian con el tiempo. Y si no te estás observando con regularidad, puedes quedarte atrapada en una versión antigua de ti mismo, una que ya no te pertenece.

Si no me doy el espacio de observarme cada cierto tiempo, corro el riesgo de quedarme en una versión antigua de mí y eso es lo que no me permite avanzar. Además de limitarme como persona, me desconecta de lo que puedo ofrecerle a los demás. Por eso insisto: mirarse hacia adentro no es opcional si vas a trabajar con personas. Es un compromiso.

El síndrome del impostor

El síndrome del impostor está profundamente ligado a nuestra autoestima. Aparece cuando nuestro diálogo interno se llena de frases como "no soy suficiente", "no valgo para esto", "no soy buena en lo que hago". Lo que provocan es una gran desarmonía interna, una desconexión entre lo que mostramos al mundo, eso que intentamos vender o la imagen que queremos sostener, y lo que realmente creemos sobre nosotros mismos.

En ese espacio entre lo que proyectamos y lo que sentimos es donde aparecen dos palabras que lo resumen todo: el fraude.

Vives con la sensación de que todo el tiempo estás mintiendo y que no eres tú. Y que en cualquier momento se van a dar cuenta de que no sabes tanto como aparentas. Estás en modo alerta todo el tiempo. Lo que sucede es que con el tiempo comienzas a interiorizar voces externas, de tus padres, profesores y de tu entorno en general, que te dicen que no eres suficiente y que jamás lo vas a lograr.

Eso afecta tu autoestima a tal grado que llega un momento en donde ya no sabes distinguir si realmente lo que crees viene de ti o de otros. Vives con la constante sensación de estar fingiendo. Como si en cualquier momento alguien fuera a descubrir que no sabes tanto como aparentas.

En terapia empiezas a trabajar todo esto. Aprendes a identificar esas voces y a desmontarlas poco a poco. Porque muchas veces no es que no tengas capacidad, es que te quedaste atrapado en una autocrítica constante que no te deja verte con claridad. Pero cuando te vuelves a mirar desde un lugar más compasivo, cuando reconoces tu esfuerzo, te hablas con más respeto y te das el valor que mereces, todo empieza a cambiar. Lo que haces comienza a tener más coherencia, y eso se nota. Ya no hay tanto ruido. Te sientes más alineado con lo que eres y lo que ofreces. Y, poco a poco, el síndrome del impostor pierde fuerza.

Esto es clave para cualquiera que esté en el mundo de las ventas. Si sigues creyendo que no eres lo suficientemente bueno o que no estás a la altura, cualquier comentario externo lo vas a tomar como una verdad absoluta. Aunque no tenga nada que ver contigo, lo vas a interpretar desde esa herida abierta. Incluso si te sientes capaz, si esa herida no está trabajada, no vas a poder entregarte del todo a tus clientes. Y así como tú percibes esas carencias en ti, vas a asumir que ellos también las ven. Todo se distorsiona desde esa inseguridad.

Por eso sanar tu autoestima y aprender a verte con más compasión es fundamental. Es la única manera de empezar a quitarle poder al síndrome del impostor. Cuando estás en coherencia contigo, aprendes a escuchar las voces sin dejar que te frenen. Ya no tienen la capacidad de paralizarte. Puede que aparezcan, pero no dirigen tus pasos. Y eso marca la diferencia.

Al final, el síndrome del impostor se alimenta del miedo. Vive de él. Y aunque muchas veces lo percibimos como un enemigo, yo lo veo como un aliado. Es una señal. Un recordatorio de que todavía hay algo que necesitas aprender.

Cada vez que sientas que no puedes, que no estás listo o que no eres capaz, aunque te estés cagando de miedo, detente ahí. Y en lugar de paralizarte, pregúntate con honestidad:

¿Tengo las herramientas necesarias
para enfrentarme a esto?

Si la respuesta es no, no pasa nada. No siempre tienes que poder con todo. Lo mismo le diría a cualquier vendedor: no necesitas ser el mejor desde el inicio. Empieza desde donde estás, con lo que sabes y con lo que tienes. Empieza poco a poco, nadie nace sabiendo. No tiene sentido ir con prisa, si al final la excelencia nace del compromiso diario con tu proceso.

Nos han hecho pensar lo contrario. Nos vendieron la idea de que debemos ir a lo grande desde el principio, que todo tiene que ser inmediato y que, si no logras alcanzar a ese éxito en poco tiempo, eres un fracasado. Nos olvidamos de que todo proceso lleva su tiempo. Ninguna empresa ni ningún ser humano llega a un lugar de éxito de la noche a la mañana. Es imposible. Es algo que construyes.

Yo no soy la vendedora que soy hoy por mera casualidad o suerte. Han sido más de quince años de práctica, de formación, de prueba y error. Me he enfrentado a la venta sin guion, he aprendido a sostener las emociones de mis clientes y a llevar una conversación al cierre sin que parezca forzado. Pero eso no pasó de la noche a la mañana. Es algo que aprendí con los años. Construí esta versión de mi misma con tiempo y paciencia.

Por eso, cada vez que sientas que el síndrome del impostor aparece, detente un momento y pregúntate: ¿cómo está mi autoestima? Obsérvate con honestidad y cuida de ti. Da pasos pequeños, con calma y compasión. Enfrenta esos miedos desde un lugar seguro y a tu propio ritmo. No te fuerces más de lo necesario. Hacerlo desde el amor cambia por completo la experiencia.

No va de ti, va del otro

Cuando estás en tu herida, todo lo que te sucede lo interpretas desde ese lugar. Cada mensaje, cada respuesta, cada mirada, la pasas por ese filtro. Lo que podría ser neutro, tú lo recibes como un rechazo o, peor aún, como un ataque. Y ahí se activa la actitud defensiva.

Te proteges, claro. Pero al hacerlo también te alejas.

Si estás vendiendo desde ese lugar, no vas a poder conectar con la

persona que tienes delante. Porque no la estás viendo a ella, estás viendo tu propio dolor reflejado en sus acciones. Y eso, además de ser agotador, te impide crear un vínculo real. Te desconecta y te aleja de la venta desde el amor.

A mí me ha pasado muchas veces. Recuerdo un caso en concreto con una clienta. Estábamos en plena conversación, yo le hice algunas preguntas y de pronto me respondió de forma tajante. Lo primero que pensé fue: "Qué persona tan dura". Lo tomé como algo personal.

Pero cuando respiré y me detuve a analizarlo, entendí que probablemente había tocado una herida. Algo que le dolía. Y que su reacción no tenía que ver conmigo, sino con lo que ella estaba atravesando. No siempre se trata de mí, no todo lo que recibo es un juicio hacia lo que soy, sino una expresión del mundo interno del otro.

Para poder ser compasiva con los demás, primero tengo que mirar si estoy siendo compasiva conmigo. No puedes dar lo que no tienes. Es una regla universal. **Si me detengo a observarme y reconozco desde qué herida estoy reaccionando, entonces puedo abrirme**. Y desde ahí, nace una compasión más honesta, tanto hacia mí como hacia el otro.

Vender no va sobre mí. Igual que en terapia como terapeuta, d no se trata de mí. Se trata del otro. De sostener y de acompañar con presencia.

Herramientas cotidianas para sostenerte emocionalmente

Vender, sostener clientes y alcanzar objetivos puede ser profundamente agotador. Hay días en los que sientes que la cabeza ya no te da para más. Por eso es fundamental identificar qué herramientas te ayudan a bajar el ritmo y regresar a ti. Quiero compartirte algunas que a mí me han ayudado, son simples y aunque parezcan pequeñas, pueden tener un gran impacto.

Cualquier tipo de movimiento que le des a tu cuerpo es reparador, pero si tuviera que recomendarte uno, sin duda sería salir a caminar

con total presencia:

Caminar sin prisa, dejando que el cuerpo marque el ritmo, con el sol dándote en la cara y en contacto con la naturaleza, ha sido una de las formas más efectivas que he encontrado para regular mi ansiedad. Me saca del bucle mental del "tengo que hacer" y me devuelve a un espacio donde puedo escucharme, habitarme y reconocer lo que realmente estoy sintiendo.

Estar descalza es lo máximo, porque te conecta con tu propia naturaleza.

Otra herramienta muy útil y en lo personal, una de mis favoritas, es el arte. No necesitas ser experto, ni saber dibujar bien. Basta con tener un bloc de notas, unas ceras o lápices de colores, y comenzar a trazar sin ningún sentido, sin buscar que salga algo bonito. La clave está en conectar con el juego, como cuando éramos niños. Dibujar por dibujar. Es una forma sencilla pero poderosa de darle una vía de salida a lo que estás sintiendo por dentro. Solemos pensar que el arte es solo para quienes tienen talento, pero en realidad es una herramienta muy poderosa para canalizar lo que sentimos. No importa el resultado, lo importante es permitirte hacerlo.

No solo dibujando, también escribiendo, cantando o interpretando.

Aunque jugar con barro es de mis favoritas.

Otra herramienta poderosa es la danza. Mover el cuerpo a través de la música, sin coreografías, simplemente dejándote llevar, es una forma de liberar tensión y volver al presente. No hace falta saber bailar, solo necesitas permitirte sentir el movimiento.

También puedes recurrir a algo tan simple y profundo como la respiración. No necesitas seguir ninguna técnica de meditación, basta con cerrar los ojos, inhalar y exhalar con conciencia. Observar cómo el aire entra y sale de tu cuerpo te ayuda a volver a ti, a calmar la mente y a reconectar con tu centro.

Y, por último, los abrazos. Parece algo obvio, pero muchas veces se nos olvida el poder que tienen. Abrazar y dejarse abrazar. A tus

padres, a tus hijos, a tus amigos, a tu mascota o a tu pareja. Un abrazo sostenido, de al menos diez segundos, puede contenernos emocionalmente como pocas cosas. Es profundamente reparador, regula el cortisol, activa la serotonina y nos recuerda que no estamos solos. Son medicina pura.

Todas estas herramientas, aunque puedan parecer simples, pueden marcar la diferencia en los días más difíciles. Recuerda que no todo se resuelve con más esfuerzo ni con más exigencia. A veces, lo único que necesitamos es cuidarnos durante el proceso, con amor, compasión y paciencia. Porque también eso es parte de la venta como expresión del amor.

Soltar el ego para volver a la ternura

En el mundo de las ventas, muchas veces el ego se disfraza de éxito. Sobre todo, cuando las cosas van de puta madre, cuando estás vendiendo, alcanzando tus objetivos. En esos instantes, puede aparecer una voz interna que te dice que ya lo has conseguido todo, que ya es suficiente, que ya no hay nada más que aprender.

A mí me ha pasado muchas veces. Cuando alcanzamos cierto éxito en nuestro trabajo, es fácil perdernos en esa sensación de superioridad. Pero con el tiempo entendí algo fundamental: **saber no es lo mismo que tener sabiduría.**

La verdadera sabiduría no está en tener todas las respuestas, sino en seguir haciéndote preguntas. No se trata de demostrar que sabes más que los demás, sino de permitirte aprender de quien tienes delante. Es saber dejarse acompañar, abrirte, escuchar con humildad y reconocer que siempre hay algo que el otro puede mostrarte.

Se trata de dejarte acompañar, permitir que otros te sostengan en el camino, que te muestren eso que tú aún no puedes ver. Que cada persona que se cruce en tu vida sea un maestro, porque todos, de alguna forma, vienen a enseñarte algo.

Soltar el ego es elegir conectar con lo más primario, la inocencia. Esa parte tuya que no necesita demostrar nada y que simplemente es. Y desde ese lugar tierno y real, puedes estar con otros sin

máscaras. Eso es lo que abre el espacio a una conexión genuina, tanto en la vida como en las ventas.

Estamos tan acostumbrados a que cada conversación se convierta en un debate, en una lucha de egos, que muchas veces ya ni compartimos, sino que competimos. Se vuelve una guerra silenciosa por ver quién tiene la razón y quién sabe más. Pero cuando sueltas esa necesidad de demostrar, cuando dejas de pelear por tener la última palabra, todo cambia. Habitas un espacio mucho más honesto, más humano.

Y es ahí, en esa presencia donde aparece la sabiduría de verdad. La que nace del ser, no del saber.

CONCLUSIÓN:

Las últimas palabras antes de terminar

La venta no es más que amor y matemáticas.

María de los Ángeles Conejero

Mi hija Yanira tiene ya casi 17. Está en la edad que tenía yo cuando me fui de casa, me perdí en Valencia y tuve que encontrar mi primer trabajo. Esa época de la vida donde dejas de jugar a ser adulto y empiezas a darte cuenta de tus responsabilidades. De que de ti depende tu futuro.

Es inevitable para mí no ver mi reflejo en ella. Puedo ver lo vulnerable que yo era. Puedo mirar a esa niña que fui con ternura.

La Ángeles que fui durante mis primeros años de adultez tenía mucha más valentía de la que yo podría tener ahora. Ella fue fuerte para que hoy pudiese permitirme ser más vulnerable. Esa fiereza, esa rebeldía, esa terquedad de seguir adelante todos los días a pesar de todo, es lo que hoy me permite vivir con más calma. Le diría que lo está haciendo bien. Le haría saber que es más que las circunstancias que la rodean. Le daría un abrazo fuerte.

Le diría que escribí un libro que a ella le habría gustado leer.

Recuerdo que odiaba los libros enfocados en la venta cuando empecé a trabajar en este mundo. Tardé 10 años en encontrar uno que resonara conmigo, que fue *El líder que no tenía cargo,* de Robin Sharma. Una de mis satisfacciones más grandes es haber creado un libro que a esa Ángeles le gustaría haber leído.

Creo que este libro me hubiera hecho sentir menos diferente. Aunque yo quería ser la vendedora rebelde que tenía su propia forma de entender la venta, en el fondo necesitaba sentir que no estaba sola. Quiero pensar que este libro será un alivio para personas que a veces sienten que no tienen a nadie que les entienda en este mundo tan competitivo y agresivo, donde todo depende de tus resultados.

Porque debes saber que el mundo no ha cambiado en lo absoluto. Sigue teniendo las mismas reglas. La percepción que se tiene de la venta tampoco ha mejorado desde mis veintes. La que cambió fui yo, que no me atrevía a ser auténtica, a seguir mi propio camino ni a soltar la creencia de que era una farsa.

¿Esperarás a que el mundo cambie o te permitirás vivir la venta desde tu ser más auténtico? ¿Quieres vender desde la paz o seguirás haciéndolo desde el miedo?

Si sigues sintiendo todavía miedo o rechazo hacia las ventas, te sugiero que lo aceptes y que revises de dónde vienen esos sentimientos. Es posible que pienses que el problema está en el producto, las personas, la sociedad o el dinero, pero quizás viene de adentro. La sensación interna de ser un fraude puede ser lo que te impide conectar con la venta.

Esa aceptación puede ayudarte a definir si vale la pena comenzar este camino. Si has llegado hasta aquí y todavía sientes miedo, te invito a volver a leer el libro.

Algo que me preocupaba al releer los capítulos fue que llegases a pensar que yo era una mujer que se creía perfecta. Espero no haberte transmitido esa impresión. Lo que tengo más claro es que la vida no es un proceso acabado. Siempre estoy observando qué siento y desde dónde estoy actuando. Porque en la inercia de lo automático, puedo volver a sentir que vender es engañar, lastimar o sobrepasar límites. Cada día, me pregunto si lo que hago está alineado con la persona que soy y con lo que represento. De esta manera, evito perderme en aquello que siento que podrían esperar de mí.

También he descubierto que ya no soy la misma persona que empezó a escribir este libro en octubre de 2024. En ciertos momentos, incluso llegué a decirme que ya no tenía ganas de publicarlo. Sentí que mis conocimientos sobre ventas eran demasiado triviales. Que quizás no había tanto que aportar. Otra vez, el síndrome del impostor.

Sin embargo, tuve una revelación interesante. Se dio después de una de las clases de ventas que ofrecemos en la academia de escritura fantasma que abrí con mi socio en Almavia Editorial, Jesús Martínez. Si te preguntas por qué un escritor fantasma tiene que aprender sobre ventas, esta es la respuesta: todo profesional que ofrezca servicios debería tener conocimientos al respecto, sobre todo si quiere ganarse la vida de forma digna y construir su propia empresa.

Durante la clase, asigné un ejercicio que también aparece en este libro: buscar 100 personas. Los escritores fantasmas debían buscar 100 posibles personas a las que podrían ofrecer sus servicios. Uno de los alumnos, Felipe, me envió cinco audios de varios minutos un par de días después de la clase. Antes de escucharlos, sentía que los consejos que aparecían en el libro eran meras trivialidades. Mi rostro se iluminó en cuanto apreté el botón de reproducir.

Buscar 100 personas para venderles puede cambiarte la vida. Te hace darte cuenta de tus miedos, tus límites y tus necesidades. Felipe se dio cuenta, por ejemplo, de que no se veía escribiendo un libro para cualquier tipo de personas. Cuando yo tenía que buscar 100 personas para venderles en frío en mis antiguos empleos, también identifiqué varias cosas, como que no me gusta sentirme rechazada o que no estoy dispuesta a vender algo que la otra persona no necesite.

Conversé sobre esto con mi socio. Jesús había sido mi alumno en ventas durante los primeros meses de 2024. Pocos días después de esas clases, Jesús consiguió el primer cliente para el que escribiría un libro de forma independiente. Con los meses, acabamos uniéndonos para crear una empresa de escritura fantasma que luego

se transformaría en Almavia Editorial.

—Es interesante cómo algo que parece tan trivial puede ser tan complejo y revelador para quien empieza —dije a Jesús.

—¿Cómo vas a decir que es algo trivial? —me respondió—. Ángeles, buscar 100 personas fue lo que me hizo darme cuenta del tipo de escritor que quería ser. Fue haciéndolo que supe que no quería ponerme un techo, que quería llegar a las personas más grandes del mundo. No es algo trivial.

—Llevo 15 años haciéndolo y ya me parece natural. Se me olvida a veces el valor que tiene.

—Lo sé.

Deseo pensar que con este libro te he dado las claves para comenzar. Quiero que puedas darte cuenta del lugar desde el que estás vendiendo, para qué lo haces y cómo puedes sentirte en paz mientras vendes. Ya no me basta con que aprendas a ganarte la vida como vendedor; quiero que puedas tener prosperidad y dejar huella a través de tu trabajo, sin sentir que el miedo y el sufrimiento te arrastran.

Deseo que puedas sentir amor al vender. Esa sería una de mis mayores satisfacciones.

Con amor,
Ángeles Conejero.

ESTE NO ES EL FINAL

Si este libro llegó hasta tus manos, no es para que lo cierres aquí.

La venta, cuando se vive desde el amor, no se resuelve de una vez. Es un camino que se ajusta, se cuestiona y se vuelve a recorrer en distintos momentos de la vida.

Yo sigo transitándolo.

Si en algún punto sientes que te apetece seguir profundizando, reflexionando o acompañarte un poco más en tu forma de vender y vivir tu trabajo, he dejado una puerta abierta.

Puedes encontrarla a través de este código QR:



CARTA DE GRATITUD

Este libro está dedicado a ti, mi adolescente interior. He decidido ponerte en el centro del libro porque mereces todo este reconocimiento. Tú me enseñaste a sobrevivir en un mundo extremadamente competitivo, sacando todas tus garras, pero sin dejar que eso te rompiera por dentro. Aferrada siempre a tu niña interior, a tu esencia, conectada con Dios.

Agradezco que vivieras cada una de las experiencias que me convirtieron en quien soy ahora. Agradezco que me prepararas el camino para que yo, como adulta, pueda ocuparme de cumplir con aquello que hemos venido a ser. Te mereces la portada, te mereces el amor, te mereces ser cuidada, te mereces cada uno de los méritos que pueda tener este libro.

Te quiero.

Hoy te cuento que esté libro nunca podría ser posible sin tu equipo. Por fin has conseguido estar rodeada de personas que te cuidan y construyen contigo este legado.

A Caris, por confiar desde el minuto uno en una formación que nos cambió la vida a ambas desde el otro lado del mundo. Por llevar dentro a Ainhoa y aun así no abandonar sus sueños. Por decidir tomarse la crianza con calma, eligiendo proyectos que la desarrollen y la acompañen en esta nueva etapa de su vida, incluyendo ser parte del equipo de Almavia Editorial y la primera persona que escribió este libro.

A Maryssa, por recordarme lo que es formar un comercial desde cero. Por poner sus ganas, su amor y su ilusión, entregándome su confianza para desarrollarse a mi lado. Por sus millones de preguntas y por esforzarse siempre para que todas las personas que llegan a ella se vayan siendo un poco más felices.

A Fernando, Carina y Robert, por los miles de mensajes enviados para hacer que Almavia editorial sea reconocida a nivel mundial. Por

demostrar cada día que lo que cuento en este libro es real.

A Jhon, por el primer borrador de portada que me hizo darme cuenta de lo que no quería: ser el centro del libro.

A Andrés, por crear una portada controvertida y llamativa, que nos muestre lo incómodo de tener otro ser humano delante mirándonos a los ojos.

A la otra Ángeles, por su creatividad infinita que se transforma en magia audiovisual.

De Jesús solo puedo decir que sin él nada de esto estaría pasando. Aún no me creo que, en solo tres meses, con una formación que ni siquiera era el foco de mi vida en ese momento, cerrara uno de los tratos más increíbles, que terminó convirtiéndose en nuestra propia editorial.

Él con su disciplina y método desarrollado por más de 5 años, ha guiado cada parte del camino para que en estos momentos puedas estar leyendo estas páginas, siempre respetando mis tiempos y cuidando de lo que para mí es importante. Hoy no es solo mi socio, es mi amigo.

Javi, has sido una pieza fundamental. Has traído a mi vida la fuerza para concretar desde la estructura, bajando a tierra todo aquello en lo que venía trabajando y ofreciéndome amor genuino en cada uno de mis momentos de dudas o miedo.

Mis hijas son el impulso tierno y agresivo, todo junto. Sin ellas, no habría tenido la necesidad de convertirme en una leona que cuida a su manada.

Y hay otra pieza fundamental que me ha sostenido, apoyado y brindado un espacio seguro para jugar, donde he podido hacer las paces con quien soy ahora. A ti, María, llevaré millones de manzanas a tu mesa en agradecimiento. Sin haber visitado El Recreo en 2018 no habría podido convertirme en quien soy ahora. 7 años de relación terapéutica han conseguido restaurar muchas de mis grietas, ojalá todos tengan una María y un Recreo en sus vidas.

A mamá hoy puedo decirle que es la más valiente. Me dio la vida a mí y a mis cinco hermanos, sosteniendo sobre sus hombros el peso del cuidado, la lucha y la ausencia de un entorno favorable que pudiera cuidarla. A mis sobrinas y hermana pequeña, quiero pedirles disculpas por todas las veces que no supe hacerlo mejor debido al cansancio; siempre querré ser vuestro lugar seguro y os amo.

También al resto de vosotros, sois parte del motor por el que me sigo levantando cada mañana con ganas de seguir cambiando el mundo, empezando por mi mundo.

A cada persona que en algún momento de mi vida me entregó su confianza, me abrió las puertas de su casa cuando era comercial o de su vida profesional poniéndose a mí servicio como parte de mi equipo… Este es el libro que me hubiera gustado leer para hacerlo mejor, para daros la mano desde el lugar más humano.

Os amo.

Todas las personas nombradas en este libro han sido tratadas desde todo mi respeto. Y, por supuesto, la historia ha sido contada desde mi percepción o experiencia personal.

Para cerrar, ¿has reservado ya nuestra próxima llamada de ventas?

BIBLIOGRAFÍA

Enciclopedia de Humanidades. (2020, 2 de noviembre). Buena Persona. https://humanidades.com/buena-persona/

Figueras, A. (2010). Ubuntu Sudáfrica, el triunfo de la concordia. Plataforma Editorial.

Grant, A. H. (2014). Dar y recibir: Por qué ayudar a los demás conduce al éxito (S. Tapia, Trad.). Gestión 2000.

Perls, F. (1976). El enfoque gestáltico y testimonios de terapia (F. Huneeus, Trad.). Cuatro Vientos.

Sharma, R. (2010). El líder que no tenía cargo: Una fábula moderna sobre el liderazgo en los negocios y en la vida (S. Tapia, Trad.). Grijalbo.