

# Punto y seguido. Vendí las acciones de mi empresa de Madrid. ¡A reinventarse de nuevo!

Mi amiga [@anaborg](#) -que es muy sabia- me dijo hace 3 o 4 años algo así como que «la manzana cae del árbol cuando está en su punto»; es una frase que guardo con mucho cariño desde entonces.



Aunque la virtud de la naturaleza es provocarnos preguntas constantes, a veces también nos regala respuestas. Cuando el invierno muere, la sabia primavera despierta con latente y vigorosa **energía**. Es así, año tras año, y así debe ser para que la **evolución** siga abriéndose paso. Una **renovación constante**.

La semana pasada cayó una manzana importante en mi vida. Tras varios meses de negociación, vendí las acciones de «mi empresa» de Madrid. Es la empresa donde he estado trabajando principalmente durante los últimos 6 años, aunque con esta salida no he puesto fin a mi vena emprendora/empresarial, ya que aún sigo participando en otras dos sociedades: Esdide -ayudé en su nacimiento y luego pasé a ocupar una labor de inversor no ejecutivo- e Interlemon, que es la empresa familiar, donde echo una mano como administrador de la sociedad.

Han sido unos meses bastante duros y desequilibrados -peor lo segundo que lo primero-. He aprendido mucho de abogados, de cómo funcionan los burofax, de la buena costumbre que sería realizar el documento no habitual de «pacto de socios» al inicio de una sociedad, de todos los pormenores legales en las luchas de poder societarias y de la importancia de los valores y los principios, aunque esto último, ya lo tenía aprendido de antes.

Ahora toca reinventarse de nuevo.

En el siglo pasado esto de la reinención era una causa de temor: las personas por naturaleza social -y biológica- tenemos miedo al cambio. Pero en la sociedad poscapitalista, esto ya no tiene sentido. La reinención constante -o aprendizaje constante, o tener una actitud que nos aleje del estancamiento- mejora la sociedad por partida doble.

Por el **lado social**, los individuos en constante reinención contribuyen a generar una sociedad más competitiva -no en el sentido de ganar más dinero, sino de generar más conocimiento- que nos conduce a un mundo mejor(1).

Por el **lado personal**, también con evidencia científica (2), la investigación -o simplemente mirando a nuestro alrededor- ha demostrado que las personas en permanente inquietud de mejora y aprendizaje alcanzan mayores índices de felicidad en la vida, que al fin y al cabo es de lo que

se trata, ¿no?, !!de ser felices!!.

*NOTA: si no te apetece leer entero todo este artículo al menos no te pierdas la [breve historia del final](#). ¡Es muy buena!.*

En 1994 dejé la casa de mis padres para estudiar Teleco en Gandía (Valencia). Antes de terminar la carrera encontré trabajo «indefinido» en Madrid -donde también fui arrastrado por una chica, África, suele ocurrir □ -. Estuve trabajando en **UNI2/Wanadoo/Orange** durante ocho años. En esta época, mientras trabajaba, y ya habiendo terminado Teleco, siguiendo mis inquietudes, comencé a estudiar Ciencias Empresariales en la Complutense; durante tres años, el sistema era levantarme a las siete menos cuarto, ir a la oficina, por la tarde a clase, llegar a mi casa a las once de la noche y así; fines de semana estudiar, vacaciones estudiar...

Era un trabajo muy bueno donde ganaba mucha pasta (mucho más pasta que he ganado seguramente en todos los años siguientes), pero me hacía sentir **alienado**; no soportaba ver todas las mañanas la imagen de las unidades de producción -nosotros- caminando hacia el parque empresarial de La Finca; no veía **personas grises**, que lo éramos, sino vacas en el corral siendo ordeñadas, o gallinas hacinadas en los ponederos. Eso es lo que veía cada mañana. Individuos programados para satisfacer las necesidades de **Matrix**.

Y lo dejé. Y me **reinventé**. Creé junto con otros dos socios la empresa que ahora he vendido y nos pusimos a emprender. El mundo de la pequeña empresa está en el polo opuesto al de la gran multinacional. Es más divertido.

En este intervalo, ayudé al Ayuntamiento de mi pueblo a ganar un concurso de Ciudad Digital (**1,3M€ de inversión**) y estuve poco más de un año como director. Por ciertas

circunstancias y siguiendo de nuevo con la **reinvención** constante, durante esta misma época estudié en Madrid el máster de Dirección Comercial y Marketing de una de las escuelas de negocios «big four» del mundo, la **IE Business School**.

Estos fueron con diferencia los meses más duros de mi vida. Demasiada tensión, demasiada presión, demasiados muros que derrumbar. Pero mereció la pena, sobre todo por la pasión y la juventud del equipo de personas que coordinamos todo aquel cotarro. Demostramos a las catervas de consultores encorbatados que frente a sus obsesivas P&L, había otra forma de hacer las cosas: conocimiento, energía y pasión. Me consta que todos los miembros del equipo alcanzábamos estados de **flujo** casi diarios, y eso te engancha tanto como la **cocaína** -no es una metáfora, es científico, se estimulan zonas del cerebro similares (3)-.

El proyecto de Ciudad Digital terminó y volví a reincorporarme operativamente a la empresa de Madrid, con energías renovadas.

Al principio estuvo bien; nuevos proyectos, nuevas destrezas que adquirir, nuevos contactos,... Obtuvimos la autorización como operador de telecomunicaciones en varios subgrupos e incluso lanzamos la versión descafeinada de un nuevo producto -descafeinada, porque no tuve el visto bueno de la dirección para desarrollar la parte que realmente lo diferenciaba respecto a la competencia-. Fue divertido mientras me limité a realizar mis tareas y a observar sin críticas las acciones directivas de mis socios. Pero claro, iver cómo se daban tantas pataditas a los manuales de management me corroía el corazón!.

Podría hacer una larga lista de mejores prácticas en la gestión, ipero ese será otro artículo!... En resumen, podríamos dejarlo en que teníamos un sencillo problema: los valores y los principios.

Los valores son el mapa que cada uno tenemos para interpretar el territorio. Los principios son el propio territorio, las reglas universales, el origen.

El primer **abogado** con el que hablé me dijo: – Angel, esto es como la pareja y los **divorcios**. Cuando ya no hay química, lo mejor es divorciarse porque lo otro es una mala vida-. Y así lo hemos hecho. Y el pasado viernes vendí mis acciones a Eugenio y Miguel.

Es importante extraer el **lado positivo** de las circunstancias y de ésta, ime llevo mucho positivo!; he aprendido multitud de cosas que no las podría haber aprendido ni en la mejor escuela de negocios del mundo.

Ahora llegan nuevos retos. Comencé el **doctorado** en Economía y Empresa, probablemente vaya a vivir unos meses fuera de España,...; me encataría encontrar alguna forma de aportar lo máximo de mi a la sociedad en aquellas áreas donde ahora estoy centrado: **management** y **marketing** (ya tengo algún proyecto arrancado, claro ☐ ) y probablemente me inmiscuya en el mundo de la formación y la consultoría (si crees que te puedo ayudar, avísame ☐ )

**Para finalizar**, me gustaría dejaros con esta **genial historia**. No es una leyenda, sino algo que está ocurriendo ahora. Es sobre una tribu india de la Columbia Británica, en la región de Shushwap (4). Aquí va:

«Resulta que Shushwap era una región muy rica y afortunada: rica en salmón y caza, rica en alimentos del subsuelo, rica en agua; una tierra generosa. Un día, hace siglos, los mayores de la tribu que habita esta región dijeron que, en cierta época, el mundo llegaría a ser demasiado predecible y el desafío desaparecería de sus vidas. Sin el desafío, la vida no tendría significado. Así, decidieron que la aldea debía trasladarse de lugar -dentro de Shushwap- cada 25 o

30 años.

La población se trasladaría de lugar y encontraría nuevos desafíos que los haría más felices. Habría nuevos arroyos que conocer, nuevos rastros de caza que aprender, nuevas áreas donde abundarían las raíces comestibles. Todos se sentirían rejuvenecer y más sanos. La vida recobraría su significado y valdría la pena seguir viviendo. Y así lo hacen desde entonces».

Piensa ahora, antes de que sea demasiado tarde, si necesitas trasladar tu poblado □ .

Un beso y nos tomamos una manzanilla o cerve cuando quieras,  
Angel.

(1) «La sociedad poscapitalista», Peter Druker; «Calidad, productividad y competitividad», W. Edwards Deming.

(2) «Flow», Mihaly Csikszentmihalyi

(3) «Y el cerebro creó al hombre», Antonio Damasio

(4) Richard Kool, etnógrafo británico.

---

## **Entrevista en FICOD 2011 – Angel Abril Ruiz (@aabrilru)**

Dejo aquí la entrevista que me hicieron los amigos de @agoranews para FICOC TV en la edición de FICOD 2011.

Hablo sobre mis experiencias en las dos empresas en las que

participo y sobre mi vocación por fomentar «el arte de emprender». Tal vez pueda aportarte algo, aunque no lo tengo seguro...

5 minutillos de minientrevista (sin preparar y en riguroso directo ☐ )

Si quieres nos vemos por twitter: [@aabrilru](https://twitter.com/aabrilru)

---

## **La satisfacción de escuchar: «me llevo mucho más de lo que esperaba»**

Desde hace unos meses colaboro como consultor de estrategia empresarial con el [Centro de Apoyo a Emprendedores del Centro de referencia TIC Noroeste Región de Murcia](#); cuando llegan emprendedores con la idea de negocio, concertamos una cita y me reúno con ellos para orientarles en sus primeros pasos en la «startup» o hacerles desistir del intento, si no hay un modelo de negocio real detrás... El otro día, mientras iba para el Centro, pensaba que esto era como los médicos que pasan consulta en las clínicas privadas y luego además trabajan en la seguridad social (ya solo me falta hacer guardias ☐ )



Escuchar a los emprendedores me apasiona. Normalmente, en la primera cita, estamos un par de horas analizando con bisturí el negocio, y tanto a ellos como a mí, se nos pasa el tiempo volando (solo me doy cuenta de que han pasado dos horas, cuando ya no tengo hueco en la

pizarra para seguir escribiendo ☐ ).

Algunas veces, entran por la puerta con una idea, y salen con otra totalmente distinta (no sé si eso es bueno, o es malo). De todas formas, hoy no quiero hablar de la consultoría y las ideas de los emprendedores, sino de la «experiencia del cliente/usuario».

Esta mañana (por otro tema), casualmente comentaba la fórmula con mi amiga [@Amparoberengui](#): **SATISFACCIÓN = EXPECTATIVA – EXPERIENCIA**

Recuerdo que la primera vez que lo comenté con ella, el verano pasado, pusimos el ejemplo de la película de cine:

«Resulta que tienes un amigo, que te cuenta realmente emocionado, que ha visto una película, y es estupenda, maravillosa, fantástica, con un argumento extraordinario, unos efectos especiales de encanto y una fotografía bestial. Al escuchar sus comentarios, te crea una gran EXPECTATIVA sobre la película. Te la pinta tan chula, que te creas una imagen previa en tu mente, un prejuicio positivo sobre la misma, en este caso, una gran **expectativa**.

Al final terminas cayendo en alguna sala de cine (soltando los 8 euracos de la entrada), para ver la estupenda película que te contó tu amigo; cuando sales y la comentas con tu pareja, resulta que sí, que está bien, pero no era



lo que te **ESPERABAS**, es decir, la **experiencia** que has tenido con la película, tu **experiencia** con el producto, resulta que no ha sido tan buena como previamente pensabas que iba a ser. Al ser así, tu **satisfacción es baja**, te sientes un tanto **insatisfecho**, porque la experiencia que has tenido no ha cubierto tus **expectativas**.»

Como vemos, la satisfacción de la persona al vivir una experiencia (bien sea escuchar un nuevo disco, o probar un nuevo dentrífico), tiene que ver con la expectativa previa (prejuicio) que la persona tenía en su mente. Esto es importante tenerlo en cuenta si gestionamos un producto/marca, ya que si generamos una gran expectativa en nuestros clientes que luego no es cubierta, podemos tener una alta tasa de clientes insatisfechos, no por el hecho simple de que no les guste el producto, sino porque su experiencia, no ha cubierto la expectativa previa que tenían. Hay que buscar el equilibrio, llamar la atención para que la gente sienta la necesidad de probarnos, pero siempre con el as en la manga guardado para que la experiencia de uso, supere a la expectativa creada, y así podamos intentar tener una mayor cantidad de clientes satisfechos.

En la consulta de estrategia empresarial que he tenido esta tarde, al final, haciendo el repaso de las tres ideas básicas del plan de negocio, el chico me ha comentado: «Angel, **la verdad es que llevo mucho más de lo que esperaba**», «pensaba comenzar en unos días, pero voy a necesitar 3 o cuatro semanas para pensar todo lo que me has dicho» (experiencia > expectativa → satisfacción ++++ ☐ )

PDTA: En realidad, el satisfecho y agradecido con todos los emprendedores que pasan por el CRTICNRM soy yo, por darme la oportunidad de compartir con ellos sus sueños...

aabrilru