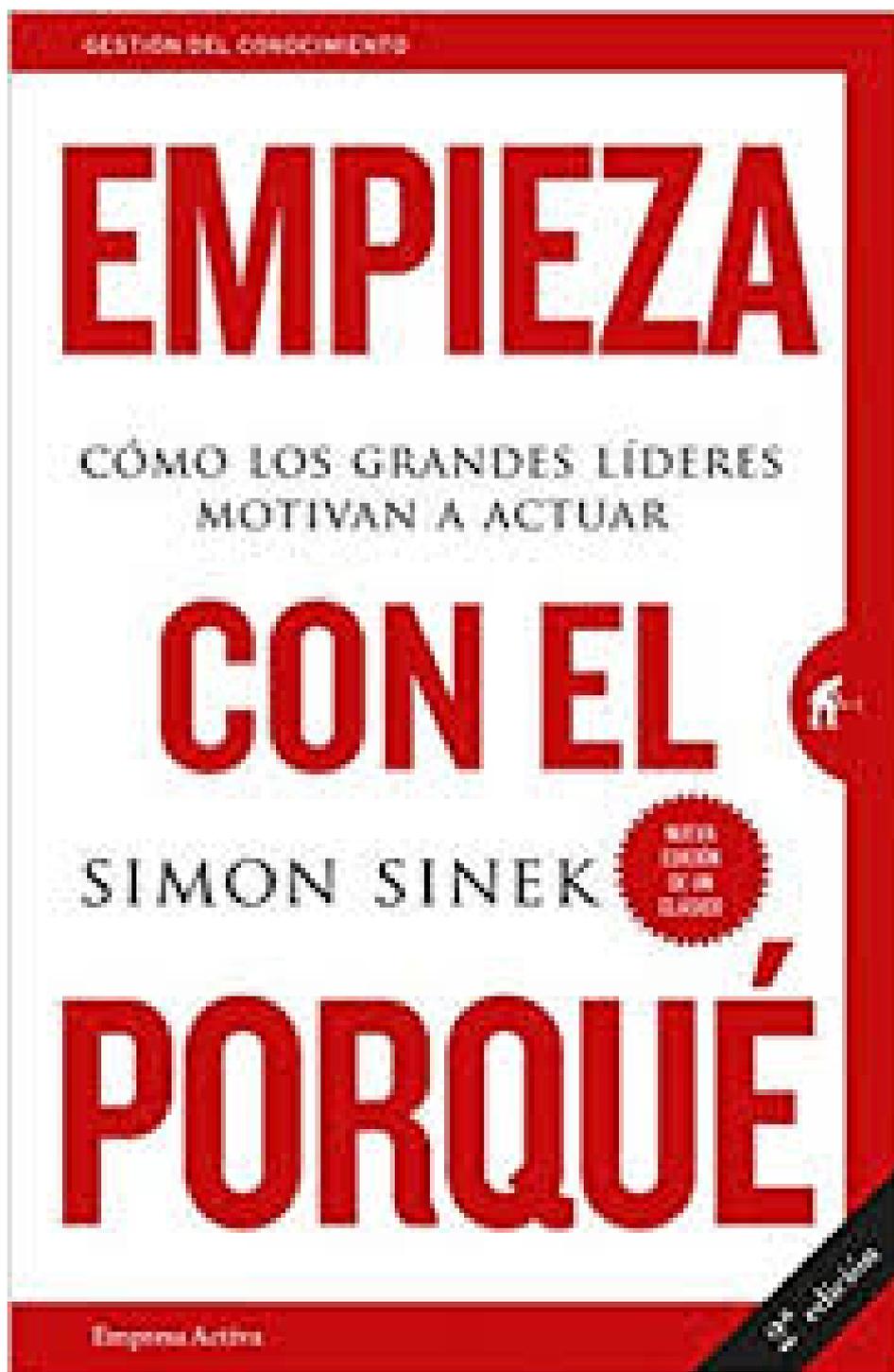


Empieza con el porqué



El resumen de «Empieza con el Porqué» representa la puerta en una gran torre; tú eres el valiente príncipe tratando de rescatar a la princesa. Sin lugar a dudas, este libro responderá a muchas de sus preguntas y le hará preguntarse «por qué, cómo y qué». Si no sabe cómo comenzar, ¡comience por aquí! – [Empieza con el Porqué](#)

Si el éxito no aparece mágicamente de la noche a la mañana, entonces, ¿cómo se logra?

¿Quién debería leer «Empieza Con El Porqué»? ¿Y Porqué?

La obra increíble de Simon Sinek fue hecha para poner fin a la lucha empresarial interminable. ¿Eso significa que serás rico tan pronto como leas este libro? – Lo dudamos mucho, pero seguro que proporcionará un buen punto de partida para futuros negocios.

Con todos estos hechos sobre la mesa, creemos que «Empieza Con El Porqué» se adapta a todos los emprendedores actuales y potenciales que tienen la intención de tomar su parte justa en el mercado global.

Acerca de Simon Sinek



Simon Sinek es un experto en marketing, autor y orador de motivación nacido en Inglaterra el 8 de octubre de 1973. Ha escrito cuatro libros de liderazgo: [Los Líderes Comen al Final](#), [Juntos Es Mejor](#), Encuentra tu Porqué y, por supuesto, el bestseller Empieza Con El Porqué.

Resumen del Libro

Para Sinek, lo importante no es tanto qué es lo que haces como el porqué lo haces. Lo esencial es saber por qué haces lo que haces, por qué existes.

Aprender a formular las preguntas adecuadas te permitirán tener una [empresa](#) inspiradora, proyectos innovadores y gente comprometida para desarrollarlos. Sinek explica cómo crear el marco adecuado en una organización para conseguir esos propósitos.

Simon Sinek revela una verdad interesante en su libro. Las personas exitosas como Martin Luther King Jr., Steve Jobs o los hermanos Wright tienen una cosa en común: todos comenzaron con la pregunta mágica: **¿POR QUÉ?**

Va más allá de la noción de confusión

Simon Sinek nos muestra la noción de que los líderes capaces de estimular a otras personas al enfatizar el «Por qué» (la intención) antes del «Cómo» (el procedimiento), o el «Qué» (el producto o servicio) son los mejores.

Es normal que algunas organizaciones sean capaces de lograr más que otras. La [innovación](#) es la clave; las personas influyentes lo saben muy bien; como consecuencia de esta situación, las personas se preguntan: **¿Por qué?**

Nuestro paralelo acompañado de este resumen contribuye a la investigación de grandes líderes que lograron infiltrarse en varios grupos utilizando solo su autoridad e influencia.

Simon Sinek descubrió que también piensan de manera diferente, entonces, ¿qué significa eso?. Significa que son curiosos, incluso si algunos de ellos fallan, la comunicación continúa con un poco más de entusiasmo que antes.

Confundiendo en una amplia gama de historias que alteran la vida real, Simon construye un imperio imaginario, construido con una visión clara y un deseo de inspirar.

¿Quieres probarlo?

Antes de presentar la evidencia concreta sobre cómo el

liderazgo de inspiración puede hacer una gran diferencia en el camino hacia el éxito, queremos que comprenda realmente la importancia de «dar todo lo que tiene».

Vamos a Empezar

El comienzo del turbulento siglo XX produjo muchos científicos y plebeyos que tenían más curiosidad que nunca por el cielo. Sin embargo, la batalla se redujo a solo dos, los hermanos Wright y Samuel Pierpont Langley.

A menos que conozca toda la historia, prepárese para sentir las olas del frente de la batalla. Los hermanos Wright, impulsados por la pasión, realizaron un análisis exhaustivo para descubrir qué invento pueda oponerse a la fuerza de la gravedad.

Samuel, por otro lado, un profesor universitario y matemático que había recibido una inversión de \$50,000 dólares del gobierno para continuar su investigación y finalmente desarrollar una solución.

Como probablemente sepa, los inventores del primer avión son los hermanos Wright. Vencieron las probabilidades, y a pesar de la escasez de fondos, estos dos «maníacos» apasionados le dieron al mundo algo que será utilizado por generaciones.

Si piensas: esto solo funciona para los genios, pero las personas con negocios comunes, como yo, no pueden lograrlo. **¡Estás tan equivocado!**

Tomemos a los vendedores, por ejemplo: en lugar de inspirar, son más propensos a la manipulación. ¿Quieres aumentar las ventas? ¿Qué hacen? Desarrollan planes de marketing, proyectos de promoción, presionan a los compradores, transmiten fuertemente el mensaje del producto, etc.

Al final del día, terminan contentos de que sus ventas hayan subido hasta un 20%, pero ¿es eso suficiente? ¡Seguro que no!

Tales estrategias con los ojos vendados solo son útiles si simplemente estas preocupado por los resultados a corto plazo. Ninguna de estas cosas puede aumentar la base de lealtad, puede contar con eso.

Hoy en día estamos presenciando otra forma de manipulación sutil llamada aspiración. A diferencia del método anterior, ahora el vendedor o el motivador **enciende** algo en ti. Esto se logra combinando en paralelo tanto el problema como la solución, que viene del producto.

¡Hazte rico en un mes! O perder 50 kilos en solo 1 semana. En cualquier caso, una vez más, no construye una base de clientes; Estas son solo políticas a corto plazo.

Lecciones clave de «Empieza Con El Porqué»

1. El efecto dorado sobre la Sucesividad
2. El efecto entre bastidores
3. El arte de construir confianza

El efecto dorado sobre la Sucesividad

Todos los grandes líderes están familiarizados con el poder del Círculo Dorado. Es como un objetivo de tiro, pero consta de solo tres capas. El primero es el que está alrededor del centro, que representa el **Por qué**; la siguiente capa es el círculo más grande conocido como **Cómo**; y por último, pero no menos importante, **Qué**.

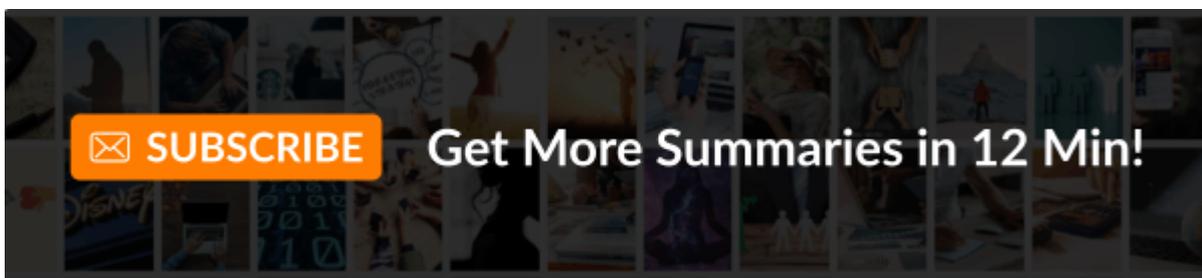
El efecto entre bastidores

Independientemente del producto o sus características, los consumidores están más preocupados por la confianza y esperan recibir valor por su lealtad. Si puede persuadir sutilmente a sus clientes potenciales y existentes, para que compren sus

productos de manera emocional, ¡tú estás bien para ir al largo plazo!

El arte de construir confianza

Los clientes se aburriesen por cualquier cosa hoy en día. Un pequeño error puede costarle una fortuna, por lo que **generar confianza es un imperativo**. Todo el proceso consta de dos elementos críticos. El primero, es tener un ambiente de trabajo agradable y luego las palabras se conviertan en acciones con los consumidores finales.



Nuestra Crítica

Empieza Con el Porqué de Simon Sinek explora nuestra relación con los mentores, las personas que tenemos en alta estima y en cuyos pasos tratamos constantemente de seguir. Y como estamos soñando grande, tenemos la tentación de preguntar, de vez en cuando ... **¿por qué?**