

# El arte de Pedir

---

Cómo conseguir  
sin tener que pedir



# Cuando pedir se convierte en arte

**T**e va a sorprender saber que soy experta en el arte de pedir desde el día que, con dieciseis años, vendí chocolatinas entre amigos y vecinos para financiar las obras de mejora en el campus de mi instituto en Estados Unidos. Esa experiencia me marcó mucho y gracias a ella hoy enseño el Arte de Pedir a cientos de emprendedores, *freelances*, autónomos, captadores de fondos y todos aquellos con ganas de montar su propio negocio o proyecto.

En otras palabras, soy *pediróloga* de raza y pasión. Así es. Permíteme que unos párrafos más adelante comparta contigo la que fue mi primera petición, ahora volvamos a tiempos más actuales. En los últimos años he acompañado y formado a *pedirólogos* –aquellos que piden para conseguir sus objetivos– en ámbitos tan variados como el deporte, la cultura, la música, la tecnología, la moda y una amplia diversidad de proyectos y causas sociales.

Tras escuchar y asesorar a cientos y cientos de personas cada año, llego a la conclusión de que aquellos que entienden el pedir como una acción desprestigiada, desvergonzada e incluso deshonesto, fracasan en el intento y sienten incomodidad al pedir. Hasta el punto de esconderse, negarse a hacerlo o delegarlo a terceros para evitar enfrentarse a la petición. En cambio, aquellos pedirólogos que saben que pedir solo tiene lugar una vez que han creado relaciones con sentido, han detectado los puntos ganadores, han revelado intereses compartidos y han cocreado soluciones de beneficio mutuo, piden sintiéndose bien consigo mismos y además consiguen lo que se proponen, siendo su foco cuidar las relaciones, más allá del acuerdo o desacuerdo con el cliente, socio, inversor o donante. ¡Pedazo de olé!

¿Flipas colores con lo que te digo? Yo sí. Todos los pedirólogos tienen en común el querer pedir para conseguir sus objetivos. Claro. La mayoría conocen bien su proyecto, negocio o causa. Por supuesto. Y seguro que han recibido formaciones, han leído libros y escuchado miles de consejos. Sin embargo, según cómo entienden la acción de pedir, fracasan o bien triunfan. ¿Y por qué? En este libro encontrarás la respuesta. Lo bueno es que la solución es bien sencilla, está al alcance de todos, y contada con lenguaje y ejemplos de la calle, anécdotas y experiencias de mi propia trayectoria.

La respuesta a la pregunta anterior no está en la cantidad de veces que pedimos repitiendo la petición como un loro, o en la capacidad de transmitir con gancho nuestra petición. Todo suma, claro, aunque no es suficiente. Meter *chapas* de forma repetida con chispa y salero no es siempre garantía de que al pedir, lo consigas. Fíjate que la clave está en entender que pedir pasa por dar a los demás. Es decir, pedir es servir, ayudar, ofrecerte a los demás para conseguir su propósito y objetivos, al igual que conseguir los tuyos. Por lo tanto, pedir no es un acto unidireccional en el que tú pides de forma repetida lo que necesitas con un discurso monologuista egocéntrico –y atropellando relaciones que aún no son de confianza– como un atracador a mano armada, en un aquí te pillo, aquí te mato. Lee atentamente: pedir es todo lo contrario, es un acto bidireccional, en el que ambas partes suman desde una motivación compartida, y crean una solución única que satisface a ambas partes a través de un diálogo abierto, la escucha activa y la confianza. Seguro que ahora te preguntarás por qué unos entienden que pedir es agresivo y deshonesto, y otros, un acto de servicio y ayuda mutua para lograr unos objetivos comunes. ¿Qué cambia en la mente del que pide de forma osada y egocéntrica respecto al que entiende que pedir es servir y ayudar? De esto va precisamente este libro, y te avanzo que está en tus manos decidir desde qué perspectiva realizas tus peticiones.

Todos pedimos. A todas horas y en todos los ámbitos de nuestras vidas. Pedimos favores, pedimos dinero, pedimos para iniciar o consolidar nuevos proyectos. Pedimos para seducir a nuevos socios, colaboradores, inversores y empleadores, pedimos para cerrar acuerdos ganadores y también pedimos para vender nuestros productos y servicios. Pedir es servir. Y saber pedir y ser pedirólogo pasa por entender que creamos y cuidamos las relaciones, escuchamos de forma activa, aceptamos quiénes somos y cocreamos soluciones beneficiosas para ambas partes. Cuando pedimos siendo pedirólogos de raza conseguimos los objetivos que nos marcamos y además dejamos huella en los demás.

Hace unos años trabajé en una agencia de comunicación, y uno de los encargos que tuve fue redactar la revista del 25 aniversario de un club deportivo. Lo recuerdo como si fuera ayer. Redacté gran parte de los contenidos, y un día el cliente, nos pidió que también buscáramos la publicidad para la revista. Al principio, me emocioné con el reto, y al cabo de unos días me frustré y me agoté. No paré de llamar a puerta fría a clientes de todo tipo pidiéndoles que pusieran un anuncio en la revista. Me encerré tres días en una sala de reuniones y con la lista en la mano hice cientos de llamadas. Todos me dijeron que no sin apenas dejarme hablar y por la forma cómo me lo decían me sentía mal conmigo misma, como si no me respetaran y me vieran agresiva e inoportuna. ¡Vaya decepción me llevé! Pocos días más tarde me reuní con la directora de la agencia para informarle de los malos resultados y no tardó un minuto en hacerme dos preguntas que fueron claves para darle un giro a todo el proyecto: «¿Has visitado el club? ¿Conoces a algún socio?» Mi mente generó el momento bombilla y al día siguiente conduje hasta el club y convoqué una reunión con su presidente y otros socios. En las dos horas que duró la comida conocí los orígenes del club, sus valores y tradiciones incluso las actividades más atractivas para sus socios. Hice más preguntas que nunca. Y además pedí ayuda. Les expliqué que la revista del 25 aniversario del club era muy especial y que sería interesante que socios, empresas y proveedores del club tuvieran el privilegio de anunciarse en ella. Me despedí de todos con una enorme sonrisa y con un listado de más de cien empresas y socios con nombres y apellidos a los que ofrecer tener visibilidad en la revista. A partir de ese día, me tatué en mi alma que la puerta fría hay que evitarla y que no hay nada mejor que pedir ayuda para conseguir contactos importantes, con embajadores o padrinos. Al día siguiente, ya en el despacho, retomé las llamadas, siendo cada llamada una experiencia única y personalizada gracias a la información relevante que había recogido en la comida en el club. La clave, como ves, fue crear relaciones con el club y sus socios, hacerles partícipes del proyecto y pedir su colaboración. El éxito fue colectivo. Desde ese día entendí que es muy fácil tirar la toalla ante las primeras peticiones infructuosas. Yo estuve a punto de retirarme del proyecto. Y, sin embargo, es enormemente creativo y generoso el trabajo que, como pedirólogos, realizamos para construir relaciones sólidas con personas que se convierten en nuestros aliados para conseguir lo que nos proponíamos.

Te doy un poco de contexto para situarte. Los clientes, donantes o inversores muestran cada vez más resistencia y desconfianza ante las peticiones. Y es así debido al abuso de los que piden sin antes conocer o desvelar las necesidades de sus clientes, donantes o inversores. No hace mucho le pregunté a un inversor

cuántas de las peticiones que recibía tenían algo que ver con sus prioridades a la hora de apoyar a un emprendedor. Me contestó que solo un 10% de las que recibía estaban vinculadas con sus preferencias. Me puse las manos en la cabeza. En resumen, el 90% de las peticiones son improvisadas, sin haber investigado previamente el perfil del inversor y su estrategia, y sin haber averiguado qué estilo de comunicación es más adecuado para ese inversor concreto. Son lo que yo llamo peticiones a pelo sin sentido. El resultado de este tipo de peticiones es, por un lado, que el emprendedor se frustra, se rinde y en muchos casos construye en su mente un saboteador para no tener que pedir más en un futuro. Y, por el otro lado, el inversor se muestra más receloso y más exigente a la hora de aceptar propuestas de petición, ya que sabe que pueden ser una encerrona y una pérdida de tiempo. ¡Así está el panorama!

Volvamos a los orígenes. ¿Por qué el verdadero *pedirólogo* consigue lo que se propone y otros se quedan en el intento? Lo primero que te quiero decir es que pedir no supone soltar un monólogo, sino que supone abrir un diálogo. Te sorprenderá saber que muchos de los emprendedores a los que entreno se alegran cada vez que sueltan su discurso estándar (*elevator pitch*) ante inversores, socios o empleados. Es increíble, sueltan el rollo y se sienten bien. Siempre les digo que para pedir de forma efectiva hay que dar la bienvenida a la improvisación y dejar ir el control. La mayoría se quedan con la boca abierta. Soltar el rollo es fácil y muy cómodo; pedir exige mucho más que eso. Para pedir con éxito hay que olvidarse del guión y del discurso estudiado y danzar en la conversación con el otro, lanzando intuición, haciendo preguntas poderosas y escuchando de forma activa.

Me gusta comparar el pedir con la pedida de mano. Imaginémosnos que dos personas se conocen y ese mismo día, sin conocerse apenas, una de ellas le pide la mano a la otra. Es muy posible que la petición sea recibida como una intimidación precipitada y sea denegada. Sin embargo, en un buen flirteo con conversaciones ricas, escucha empática, preguntas curiosas e interesándonos por la otra persona, la posibilidad de lograr un sí se multiplica. El flirteo de los enamorados equivale a la fase de crear relaciones de confianza; la pedida de mano, con la fase de la petición; y el conseguir, con el momento en que la petición es aceptada.

La fase a la que más tiempo hay que dedicar es a la del coqueteo, ya sea de un cliente, un inversor o un donante. El coqueteo es fundamental para crear los cimientos de la relación, detectar los temas coincidentes, observar los estilos de comunicación más resonantes para ambas partes, desvelar los puntos ganadores

de la colaboración, y para tantear soluciones ganadoras desde la participación y el diálogo sincero. Y aquí no hay guión preestablecido que valga.

Hace más de cinco años en una primera reunión con un donante le pedí que apoyara un proyecto con una aportación de 50.000 euros. Me quedé tranquila al pedirlo y me quedé aterrorizada al ver la cara de espanto del donante. Quería desaparecer por arte de magia. Le pedí perdón, tres segundos más tarde, por haberme precipitado y mal entendido su predisposición a dar. El sentido del humor ayudó a rebajar la tensión pero el donante estaba ofendido. Estuve bien cerquita de tirar la toalla y acabar la reunión, y una luz me vino a la cabeza al preguntarle cómo le gustaba que le hiciera las peticiones. Su respuesta fue de olé y olé. «Primero, quiero que nos conozcamos. Segundo, quiero entender si el proyecto tiene sentido para los dos. Tres, quiero que pensemos en maneras de abordar la problemática del proyecto. Y cuarto, no me vuelvas a pedir sin antes haber completado los tres puntos anteriores». Así de claro.

Generar confianza es un tema capital y lleva tiempo, mucho tiempo. Eso sí, no nos ganamos la confianza ni insistiendo ni metiendo rollos. Lo importante es la conexión con el cliente, inversor o donante, y para ello hemos de interesarnos, primero en la persona, con un enfoque humano, y luego, en un tema que atrape el interés de ambos por buscar una solución.

En este libro voy a compartir contigo soluciones que yo misma he vivido en primera persona y que son una combinación de sentimientos, aventuras, atrevimientos y fracasos que me han permitido crecer hasta convertirme en la pediróloga que soy.

También este libro te mostrará la cara más divertida y útil del *no* como respuesta. Estoy convencida de que tu relación con el *no* tomará un color bien distinto. Te ofreceré ejemplos que comparto en mis conferencias y talleres sobre cómo vencer el *no* por respuesta, celebrando que cada *no* te acerca al tan deseado *sí* que quieres obtener. Tengo una regla de oro que funciona de maravilla para plantarle cara al *no* y sobre todo para saber gestionar tus reacciones más naturales cuando te lo dicen. Te sorprenderá saber que lo mejor que te puede pasar en esta vida es que te digan que *no*, porque el *Arte de pedir* entra en su mayor plenitud cuando esto sucede.

Llegados a este punto, te preguntarás quién soy yo para presentarme como la experta en el Arte de Pedir, a quien le encanta enseñar este arte a empre-

dedores, autónomos, vendedores y captadores de fondos. Te cuento ahora mi historia personal que, con dieciséis años, me evidenció que las oportunidades para acceder a la educación no son iguales para todos, y que es de bien nacido ser agradecido por el hecho de formar parte de una familia que apuesta por tu crecimiento. ¡Gracias, papá y mamá, por todo lo que me habéis dado! Tomé mi primer avión tras decidir mis padres que estudiaría 3º de BUP en Estados Unidos, en Sacramento, la capital de California. Cuando llegué a destino lo primero que me dijo mi familia de acogida (una madre soltera con su hija) fue «No podemos acogerte. No tenemos recursos». Me quedé muda, vacía y perdida. Me enfrenté a momentos difíciles, sola en un país extraño, a miles de kilómetros de mi familia y amigos, sin Internet, ni Google, y chapurreando con cierto desparpajo un idioma extraño. En mi instituto –ubicado en uno de los barrios más marginales de Sacramento– había detector de metales, control policial 24 horas, una guardería para hijos de alumnas y redes metálicas en las paredes del patio para evitar huidas en las redadas entre los alumnos de diferentes razas. Las primeras dos semanas las pasé en el centro de acogida de recién llegados al país. Las historias personales de mis compañeros me conmovieron. Muchos habían cruzado la frontera a pie. Otros, escondidos en el tráiler de un camión. Después de dos semanas en el centro, le susurré –con vergüenza– a un profesor que mi entrada al país había sido de forma regular, sin riesgos ni peligros y con billete de turista pagado por mis padres. Fue uno de los momentos más complicados para mí. Fue mi primera petición. Al día siguiente salí del centro y me incorporé a las clases regulares. La situación económica de mi familia de acogida era desesperada y la agencia contratada por mis padres no respondía. Mi madre americana tenía un trabajo precario y recibía ayuda de los servicios sociales para cuidar de su hija. Estudiaba español en la Universidad de Sacramento, así que decidimos ir a hablar con Gerardo, su profesor de español. Sólo recuerdo pedirle: «Gerardo, acógeme en tu casa». Cinco minutos después de la petición, las maletas ya estaban listas en el maletero de su coche. Esta experiencia motivó mi pasión por saber pedir. Ya en el nuevo hogar y en el nuevo instituto, participé activamente captando fondos a través de la venta de chocolatinas a mis compañeros y familias vecinas del instituto en el que estudiaba para poder financiar las reformas del campus. Mi relación con el Arte de Pedir no terminó aquí. Empezó a los dieciséis años y algunos años más tarde ejercí como captadora de fondos de Fundación ESADE teniendo como prioridad buscar financiación para becar a alumnos con talento y sin recursos, y para proyectos de investigación. Recaudé millones de euros de antiguos alumnos, empresas y filántropos para que la educación esté al alcance de todos.



Otro capítulo de mi vida que quiero compartir contigo es que monté una empresa –Historias de Éxito– que fracasó, aunque de ella aprendí más sobre la importancia de los fracasos. Fue un fracaso que me mostró las ganas que tenía de lanzar de nuevo un proyecto. Nacidos mis dos hijos, Marc y Nicolás, me sentí perdida y decidí formarme como coach y fue entonces cuando nació el proyecto El Arte de Pedir. Gracias a las opiniones de los emprendedores, autónomos, captadores de fondos y vendedores que formo cada año, escribo este libro. Muchos dicen que soy atrevida, teatrera, intuitiva, que les saco de la zona de confort y que les enciendo una chispa que les lleva a pedir y conseguir lo que se propongan. Gracias a ellos sé que pedir es un arte, que se aprende practicando y sintiendo cada emoción que nos despierta la acción de pedir. Gracias a ti este libro nace.

Silvia



[www.silviabueso.com](http://www.silviabueso.com)

[silvia@silviabueso.com](mailto:silvia@silviabueso.com)