

LA
REGLA
DE

ORO

DE LOS
NEGOCIOS

Aprende la clave para el éxito

GRANT CARDONE

AUTOR BESTSELLER DEL NEW YORK TIMES

AGUILAR

LA
REGLA

DE
ORO

DE LOS
NEGOCIOS

LA
REGLA
DE
ORO
DE LOS
NEGOCIOS

Aprende la clave para el éxito

GRANT CARDONE

AUTOR *BESTSELLER* DEL *NEW YORK TIMES*

AGUILAR

SÍGUENOS EN

megustaleer



@Ebooks



@megustaleermex



@megustaleermex

| Penguin
Random House
Grupo Editorial |

*¡Cualquiera que me sugiera hacer menos,
o no es mi amigo o está muy confundido!*

—Grant Cardone

Introducción

Probablemente hayas tomado este libro preguntándote qué es exactamente esto de la Regla de oro y cómo puede ayudarte.

La Regla de oro o Regla 10X es el Santo Grial para quienes desean el éxito. Hablando en serio, si existe algo de eficacia completa, ¡es esto! La Regla 10X* establece los niveles correctos de acción y pensamiento que garantizan el éxito y aseguran que se seguirá operando a estos niveles durante toda tu carrera y toda la vida. También disolverá los temores, aumentará tu valor y fe en ti mismo, eliminará la tendencia a posponer, a experimentar inseguridad, y te proveerá con un sentido de propósito que revitalizará tu vida, tus sueños y metas.

La Regla 10X es el principio que las personas con mayores logros usan en las áreas más productivas de sus vidas. Sin importar cómo definas el éxito, este libro te mostrará cómo obtenerlo —independientemente de qué sueño se trate o en qué economía te encuentres. Lo primero es ajustar tu pensamiento a los niveles 10X y tus acciones a las cantidades 10X. Te enseñaré cómo pensamientos y acciones 10X te facilitarán la vida, la harán más divertida y te darán más tiempo. Después de pasar una vida estudiando el éxito, creo que la Regla 10X es uno de los ingredientes que todas las personas exitosas conocen y usan para crear las vidas que desean.

La Regla 10X te mostrará cómo definir las metas indicadas, estimar con precisión el esfuerzo necesario, discernir la manera de emprender los proyectos con la mentalidad correcta y, después, aprender a determinar exactamente cuántas acciones realizar. Sabrás por qué el

éxito está garantizado cuando operas dentro de los parámetros de la Regla 10X, y finalmente entenderás por qué la mayoría de la gente nunca lo obtiene. Descubrirás por primera vez el error que la gente comete cuando establece metas que, al definir las, destruyen cualquier posibilidad de convertirse en realidad. También precisarás el esfuerzo necesario para completar cualquier meta. Finalmente, te enseñaré a convertir en hábito y disciplina esto de operar a niveles 10X. Y confía en mí: una vez que lo hagas, el éxito no sólo estará garantizado: se mantendrá a sí mismo, produciendo más triunfos, siendo virtualmente imparable.

La Regla 10X es una disciplina, no una educación ni un don, un talento o buena suerte. No requiere de ningún rasgo específico de la personalidad; está disponible para cualquiera. La Regla 10X no te costará nada y te llevará a obtener todo lo deseado. Es la manera como los individuos y las organizaciones deben entender la creación y el logro de las metas. Te enseñaré a convertir la Regla 10X en una forma de vida y en la única para abordar los proyectos. Te permitirá destacar entre tus compañeros y en la industria en que trabajas. Hará que otros casi te consideren extraordinario por tus actos y tu compromiso con el éxito. Reconocerán tu nivel de modelo, no sólo en términos de logros profesionales, sino de vivir la vida al máximo.

La Regla 10X simplifica y desmitifica el fenómeno del éxito y lo que se requiere para ser exitoso. En lo personal, el mayor error que cometí fue no establecer objetivos suficientemente ambiciosos, tanto en aspectos personales como profesionales de mi vida. Se requiere la misma cantidad de energía para forjar un gran matrimonio que para uno regular, así como se requiere la misma cantidad de energía y esfuerzo para conseguir 10 000 000 de dólares que 10 000. ¿Suena descabellado? No lo es. Y te darás cuenta de ello cuando comiences a operar en niveles 10X. Tus metas cambiarán y tus acciones te llevarán a la altura de ti mismo y de lo que eres capaz de hacer. Comenzarás a actuar más y lograrás lo que te propongas, sin importar las condiciones y situaciones a enfrentar. La contribución más importante al

éxito que he creado en mi propia vida llegó como resultado de operar con la Regla 10X.

Estos conceptos del establecimiento de metas, logro de objetivos y toma de acción no se enseñan en las escuelas, en las clases de administración, en el entrenamiento para el liderazgo o en las conferencias de fin de semana en el Four Seasons. No existe una fórmula —al menos una que pudiera encontrar en los libros— que determine la estimación correcta del esfuerzo. Habla con cualquier director general o dueño de un negocio y te dirá que los niveles de motivación, ética laboral y seguimiento son escasos en nuestros días.

Ya sea que tu meta sea mejorar las condiciones sociales del planeta o construir la empresa más rentable del mundo, requerirá pensamientos y acciones 10X para llegar ahí. No es un asunto de educación, talento, relaciones, personalidad, suerte, dinero, tecnología, industria, y ni siquiera se trata de estar en el lugar indicado en el momento correcto. En todos los casos en que alguien ha creado niveles masivos de éxito —sea filántropo, empresario, político, agente de cambio, atleta o productor de cine— te garantizo que él o ella operó con la Regla 10X durante su ascenso al éxito.

Otro componente necesario para el éxito es la habilidad de estimar la cantidad de esfuerzo necesaria para que —tú y tu equipo— alcancen una meta. Al emplear la cantidad exacta, garantizarás el logro de esos objetivos. Todos saben lo importante que es establecer metas; sin embargo, la mayoría de la gente fracasa porque subestima la cantidad de acción necesaria para lograr el objetivo. Establecer las metas correctas, estimar el esfuerzo indispensable y operar al nivel de acción requerido garantizarán el éxito; y eso nos permitirá romper con los clichés comerciales, con la competencia, la resistencia del cliente, los retos económicos, la aversión al riesgo e incluso con el temor al fracaso cuando se dan los pasos concretos para alcanzar tus sueños.

La Regla de oro o Regla10X te asegurará el éxito sin importar tu talento, educación, situación financiera, habilidades para la organización, administración de tu tiempo, industria en que te desenvuelves o la cantidad de suerte que

tengas. ¡Usa este libro como si tu vida y tus sueños dependieran de él y operarás en nuevos niveles, a una altura que jamás pensaste posible!

* N. del E. En inglés el término *10X Rule* se refiere a potencializar acciones e ideas de manera conjunta, en este libro utilizaremos Regla de oro y/o Regla 10X: significan lo mismo y así aparecerán en estas páginas, aunque al lector en español le queda más claro Regla de oro.

CAPÍTULO 1

¿Qué es la Regla 10X?

La Regla 10X te garantizará obtener lo que deseas en cantidades que nunca antes consideraste posibles. Puede funcionar en todas las áreas de la vida: espiritual, física, mental, emocional, familiar y financiera. La Regla 10X se basa en comprender cuánto esfuerzo y reflexión se requiere para hacer algo exitoso. Las posibilidades dicen que, si miras atrás en tu vida, verás que subestimaste groseramente tanto las acciones como el razonamiento necesario para completar cualquier empresa, al punto en que ahora, se considera exitosa. Aunque yo mismo he hecho las cosas bien en lo relativo a la primera parte de la Regla 10X —establecer el nivel de esfuerzo necesario para lograr un objetivo— fracasé en la segunda: ajustar mi pensamiento y atreverme a soñar a niveles inimaginables. Abordaré ambas facetas del asunto en detalle.

He estudiado el éxito durante tres décadas y encontré que, a pesar de lograr el acuerdo respecto al establecimiento de metas, disciplina, persistencia, concentración, manejo del tiempo, apalancamiento con buen personal y trabajo de red, nunca me quedó claro qué cosa específica en verdad hace la diferencia. Me han preguntado cientos de veces en seminarios y entrevistas cuál es la acción, calidad o mentalidad específica que asegurará a una persona alcanzar un éxito extraordinario. Esta pregunta me obliga a reflexionar para comprender si existe algo en mi propia vida que haga una diferencia: “¿Qué cosa *específica* creará la mayor transformación?” No tengo un gen que falte a otros y definitivamente no ha sido la suerte. No estaba relacionado

con la gente “indicada” y no asistí a una escuela para los de sangre azul. ¿Qué me hizo exitoso?

Al repasar mi vida, veo que lo único consistente con el éxito logrado es que siempre realizo 10 veces más actividad que los demás. Por cada presentación de ventas, llamada o cita que otros hicieron, yo hacía 10. Cuando empecé a invertir en bienes raíces, veía diez veces más propiedades de las que podía comprar y luego hice ofertas para asegurarme de comprar lo que quería al precio deseado. Siempre he emprendido mis negocios con acciones masivas; tal ha sido el factor individual más importante al determinar cualquier éxito alcanzado. Yo era un completo desconocido cuando fundé mi primera empresa sin un plan de negocios. Tenía cero conocimientos y relaciones, y mi dinero era generado por nuevas ventas. Sin embargo, pude construir un negocio sólido y viable al valerme de niveles de actividad y operación muy superiores a los que otros consideraban razonable. Me hice de un nombre y literalmente cambié una industria.

Permíteme ser claro en este sentido: no pienso haber creado niveles extraordinarios de éxito, ni pienso que utilicé todo mi potencial. Estoy al tanto de muchas otras personas más exitosas que yo, al menos financieramente. Aunque no soy Warren Buffett, Steve Jobs o uno de los fundadores de Facebook o Google, he creado desde cero varias empresas que me permitieron tener un estilo de vida agradable. La razón por la que no logré crear niveles extraordinarios de éxito financiero es que violé la segunda parte de la Regla 10X: el pensamiento 10X. Eso sería lo único lamentable: fallar al abordar mi vida con la mentalidad correcta. Me hubiera puesto objetivos diez veces mayores a lo soñado desde el principio. Pero, al igual que tú, trabajo en eso ahora y me quedan algunos años para corregirlo.

Menciono la noción de crear “niveles extraordinarios” de éxito una y otra vez a lo largo de este libro. Lo extraordinario, por definición, significa cualquier cosa fuera del dominio de lo que la gente normal hace y logra. Y por supuesto, la definición dependería de con quién o con qué clase de éxito te comparas. Antes de decir: “No necesito niveles

extraordinarios de éxito” o “el éxito no lo es todo” o “sólo quiero ser feliz” o cualquier otra cosa que murmures para tus adentros en este momento, entiende algo: para llegar al siguiente nivel de lo que sea que hagas, debes pensar y actuar muy distinto. No llegarás a la siguiente fase de un proyecto sin una mentalidad más ambiciosa, sin más aceleración y potencia extra. Tus pensamientos y acciones son responsables del lugar que ocupas en este momento. ¡Así que sería razonable sospechar de ambos!

Digamos que tienes un empleo pero no ahorros y deseas ganar otros mil dólares al mes; o tienes unos 20 000 dólares en el banco y quieres ahorrar un millón; o si tu empresa gana un millón al año y quieres que llegue a 100 millones. Quizá debas encontrar empleo, perder 20 kilos o encontrar a la pareja indicada. Aunque estos escenarios cubren diversos aspectos de tu vida, tienen un denominador común: la persona que los desea aún *no los tiene*. Cada una de estas metas es valiosa y requiere de una manera distinta de conceptualizarla y actuar para que sea asequible. Todas pueden definirse como extraordinarias si exceden lo que consideras ordinario. En tanto que pueden no ser “excepcionales” en comparación con lo que buscan otros, la meta que estableces debe siempre conducirte a un sitio o condición mejor, moverte en dirección a un objetivo que todavía no logras.

Otros pueden tener una opinión sobre tu éxito, pero sólo tú decides si es extraordinario. Sólo tú conoces tu verdadero potencial y si lo aprovechas; nadie más puede juzgar tu éxito. Recuerda: *el éxito es el grado o medida en obtener algún objeto o fin deseado*. Una vez que se consigue, el asunto cambia y gira alrededor de la idea de mantener, multiplicar y repetir tus acciones con tal de sostener ese resultado. Aunque el éxito describe una hazaña lograda, la gente no suele estudiarlo en términos de algo consumado. Se acercan al concepto pensando en algo que pretenden hacer. *Una cuestión interesante sobre el éxito es que se parece a una bocanada de aire; aunque tu inhalación más reciente es importante, ni con mucho es tan importante como la*

siguiente.

No importa cuánto hayas logrado ya, desearás seguir teniendo logros. Si ya no intentas tener éxito, es como tratar de vivir la vida con la última inhalación realizada. Las cosas cambian; nada permanece como estaba; para que las cosas se mantengan, requieren atención y acción. Después de todo, un matrimonio no puede mantenerse con el amor sentido el día de la boda.

Pero la gente que es muy exitosa —tanto en la vida profesional como en la personal— sigue trabajando, produciendo y creando incluso después de florecer. El mundo observa a esta gente con sorpresa y confusión, formulándoles preguntas como: “¿Por qué sigues esforzándote?” La respuesta es simple: la gente muy exitosa sabe que sus esfuerzos deben continuar para alcanzar nuevos logros. Una vez que se abandona la cacería de un objeto o meta deseado, el ciclo del éxito llega a su fin.

Recientemente, alguien me comentó: “Queda claro que ya tienes dinero suficiente para vivir cómodamente; ¿por qué sigues esforzándote? Porque estoy obsesionado por la siguiente bocanada. Soy obsesivo en lo relativo a dejar un legado y una huella positiva en el planeta. Soy muy infeliz cuando no logro nada y muy feliz cuando persigo mi potencial entero y todas mis habilidades. Mi desilusión o insatisfacción con el lugar que ocupo en este momento no sugiere que algo esté mal en mí, sino que algo está *bien* en mí. Creo que es mi obligación ética crear éxito para mí, mi familia, mi empresa y mi futuro. Nadie puede convencerme de que hay algo malo con mi deseo de lograr nuevos niveles de éxito. ¿Debo contentarme con el amor que sentía ayer por mis hijos y mi esposa o debo continuar creando amor y derramándolo en mayores cantidades hoy y mañana?”

La realidad es que la mayoría de la gente no tiene eso que define como éxito; muchos quieren “algo más” en al menos un aspecto de sus vidas. Por supuesto, son las personas que leerán este libro: los insatisfechos que ansían algo más. Y realmente, ¿quién no desea más y mejores relaciones, más tiempo de calidad con los seres amados,

más experiencias importantes, un mejor nivel de aptitud física y salud general, mayor energía, más conocimiento espiritual y la capacidad de contribuir al bien de la sociedad? El denominador común de todo esto es el deseo de mejorar y se trata de cualidades que muchas personas utilizan para medir el éxito.

Sin importar lo que quieras hacer o ser —perder 5 kilos, escribir un libro o hacerte multimillonario—, tu deseo de alcanzar cada una de estas acciones es un elemento increíblemente importante para hacerlo. Cada una de estas metas individuales es vital para tu supervivencia futura porque indican lo que está dentro de tu potencial. Cualquiera que sea la meta que pretendas lograr, se necesitará que pienses distinto, que adoptes un compromiso enteramente nuevo y realices cantidades masivas de acción, unas 10 veces superiores a lo que consideras necesario, para seguir avanzando después. Casi todos los problemas que la gente enfrenta en sus carreras y otros aspectos de sus vidas — como dietas o matrimonios fallidos o problemas financieros— son el resultado de no actuar suficientemente.

Así que antes de que te digas por diezmilésima ocasión que serías feliz si tuvieras lo que sea, o que no quieres ser rico sino sólo acomodado, o que sólo quieres lo *suficiente* para ser feliz, debes entender un punto de vital importancia: limitar la cantidad de éxito deseado es una violación a la Regla 10X *per se*. *Cuando la gente limita la cantidad de éxito deseado, te aseguro que limitará lo que se requiere de ella para lograr el éxito y fracasará miserablemente al hacer lo necesario para mantenerlo.*

Éste es el foco de la Regla 10X: debes proponerte objetivos 10 veces superiores a lo que piensas que deseas y luego realizar 10 veces el trabajo que crees necesario para obtener dichos objetivos. Los pensamientos masivos deben ser seguidos por acciones masivas. No hay nada de ordinario en la Regla 10X. Es solamente lo que dice ser: 10 veces los pensamientos y 10 veces las acciones de otras personas. La Regla 10X trata de una mentalidad puramente dominante. Nunca haces lo que otros hacen. Debes estar dispuesto a

hacer lo que ellos no harán e incluso realizar acciones que podrías considerar “insensatas”. Esta mentalidad dominante no intenta controlar a otros; más bien, se trata de ser modelo para los pensamientos y acciones de los demás. Tu mentalidad y tus propósitos deben ser una referencia para que la gente logre medirse a sí misma. La gente 10X nunca aborda un objetivo tratando de lograr sólo esa meta. Más bien, buscan dominar el sector entero y realizarán acciones insensatas para lograrlo. Si comienzas lo que sea con una mentalidad que limita el resultado potencial, limitarás las acciones necesarias para conseguir la meta misma.

A continuación encontrarás los errores básicos de la gente al establecer o perseguir metas:

1. Mala elección de metas al establecer objetivos demasiado pobres y que no permiten la suficiente motivación.
2. Subestimar severamente lo que se requiere en términos de acciones, recursos, dinero y energía para completar el objetivo.
3. Invertir demasiado tiempo compitiendo y no el suficiente dominando el sector.
4. Subestimar la cantidad de adversidad que se necesitará superar para llegar a la meta trazada.

El problema hipotecario que Estados Unidos enfrenta ahora es un ejemplo perfecto de esta secuencia de errores. Quienes fueron víctimas de esta situación, establecieron objetivos equivocados, subestimaban la cantidad necesaria de acción y se concentraban demasiado en ser competitivos y no en crear una situación que los hiciera invencibles ante los contratiempos imprevistos. La gente operaba con mentalidad de rebaño, basada en la competencia y no en la dominación, durante el apogeo inmobiliario. Pensaban en términos parecidos al siguiente: “Debo hacer lo que mi colega/vecino/familiar hace” en lugar de pensar: “Debo hacer lo mejor para mí”.

A pesar de lo que mucha gente clama (o quiere creer), la

verdad es que cada persona con una experiencia negativa en cuanto al colapso inmobiliario y el consecuente embargo, falló al establecer sus metas de supervivencia. El número de embargos impactó después el valor de las casas de la gente en todo el país. Y cuando se derrumbó el mercado inmobiliario, afectó todo negativamente, incluso a quienes no entraron al juego de los bienes raíces. El desempleo se duplicó y luego se triplicó. Como resultado, las industrias fueron dañadas, las compañías cerradas y las cuentas de retiro liquidadas. Hasta los inversionistas más sofisticados juzgan mal la cantidad de riqueza necesaria para soportar esta clase de tormenta. Puedes culpar a los bancos, a la federación, a los intermediarios hipotecarios, a los tiempos, a la mala suerte o hasta a Dios si quieres, pero la realidad es que cada persona (incluyéndome), incontables bancos, empresas e industrias enteras fracasaron en la valoración apropiada de la situación.

Cuando la gente no establece metas 10X —y, por lo tanto, falla al operar en niveles 10X— se hace susceptible al fenómeno de querer enriquecerse rápidamente y ante los cambios imprevistos en el mercado. Si te hubieras ocupado de tus propias acciones dirigidas a dominar tu sector, probablemente no habrías caído en este tipo de tentaciones. Lo sé porque me sucedió a mí. Me vi atrapado en esta situación porque no establecí mis objetivos apropiados a niveles 10X y fui susceptible al jaleo de otros. Alguien se me acercó, obtuvo mi confianza y dijo ser capaz de hacer dinero por mí si unía fuerzas con él y su empresa. Puesto que no tenía la piel suficientemente gruesa en mis propios juegos, fui atraído y lastimado de mala manera. Si yo hubiera establecido mis metas apropiadamente, habría estado tan preocupado con hacer lo necesario que ni siquiera hubiera tenido tiempo de reunirme con ese ladrón.

Si te fijas, es probable que te percaes de que la humanidad tiende a establecer metas por debajo del ideal. De hecho, muchas personas han sido programadas para seguir propósitos que ni siquiera son propios. Se nos dice cuánto es “mucho dinero”, qué es riqueza, pobreza o clase media.

Tenemos nociones determinadas sobre lo justo, difícil, posible, ético, bueno, malo, horrible, lo que sabe bien, se ve bien y demás. Así que no pienses que tus objetivos no son influidos por estos parámetros preestablecidos.

Cualquier objetivo que te propongas conseguir será difícil de lograr, e inevitablemente te sentirás decepcionado en algún punto del camino. Entonces, ¿por qué no fijar desde el principio metas que te resulten mucho más valiosas? Si de cualquier modo van a requerir trabajo, esfuerzo, energía y persistencia, ¿por qué no invertir diez veces más de cada elemento? ¿Qué tal si subestimas tus capacidades?

Podrías protestar alegando que metas poco realistas llevan a la desilusión. Tómate un tiempo para estudiar historia o, mejor aún, simplemente piensa en tu vida pasada. Las probabilidades indican que sufriste mayores desilusiones al establecer objetivos muy bajos y lograrlos, sólo para darte cuenta de que no llegabas al lugar deseado. Otra escuela de pensamiento indica no establecer metas poco realistas porque contribuyen a darte por vencido cuando comprendes que no podrás alcanzarlas. Pero, ¿no será mejor quedarse corto al ir en pos de un objetivo 10X, logrando más que si te quedaras corto en la consecución de un objetivo diez veces menor? Digamos que mi meta original es ganar 100 000 dólares y decido cambiarla a ganar 1000 000. ¿Con cuál de estas metas prefieres quedarte corto?

Algunas personas dicen que las expectativas causan infelicidad. Sin embargo, puedo asegurarte gracias a mi experiencia personal que sufrirás al establecer metas demasiado bajas. Simplemente no invertirás la energía, el esfuerzo y los recursos necesarios para adaptar las variables inesperadas y todo lo que seguramente sucederá en el curso del proyecto o suceso.

¿Por qué gastar tu vida ganando sólo el dinero *suficiente* para terminar *sin* el dinero suficiente? ¿Para qué sudar en el gimnasio una sola vez a la semana, sentir dolor y nunca cambiar tu estilo de cuerpo? ¿Para qué ser meramente “bueno” en algo cuando el mercado recompensa sólo la excelencia? ¿Para qué trabajar ocho horas al día en un

empleo en que nadie reconoce que podrías ser una superestrella y quizá hasta dirigir o ser dueño de tu propio negocio? Todos estos ejemplos requieren de energía. ¡Sólo tus objetivos 10X pagan de verdad!

Mejor retornemos a nuestra definición de éxito, término que la mayoría de la gente no busca en un diccionario y mucho menos estudia. ¿Qué significa en realidad tener éxito o ser exitoso? En la Edad Media, la palabra se refería a la persona que asumía el trono; deriva del latín *succeder* (¡y eso sí que es poder real!). Tener éxito literalmente significa que las cosas salgan bien o se logre un objetivo o finalidad. El éxito, entonces, es la *acumulación* de sucesos que resultan bien o el conjunto de resultados deseados.

Piensa en el asunto de esta manera: no considerarías que una dieta es “exitosa” si perdieras cinco kilos para luego aumentar ocho. En otras palabras, debes mantener el éxito, no sólo obtenerlo. También querrías mejorarlo para asegurarte de conservarlo. Después de todo, puedes cortar el pasto una vez y ser exitoso al hacerlo, pero volverá a crecer. Deberás darle mantenimiento constante para definirlo como éxito. No se trata de lograr la meta una vez, sino de persistir en la creación.

Antes de preocuparte por trabajar en esto para siempre, déjame asegurarte que no será así, de establecer los objetivos 10X correctos desde el principio. Habla con alguien que sea salvaje, extraordinariamente exitoso en algún campo y te dirá que la actividad nunca se siente como trabajo. Así lo siente la mayoría porque la recompensa no es suficiente y no provee una victoria adecuada, de modo que la gente sienta que no se trata de un “trabajo”.

Tu enfoque debe concentrarse en el tipo de éxito que construye sobre sí mismo, el constante que no sucede una sola vez. Este libro trata de cómo crear logros extraordinarios, conseguirlos y mantenerlos, para después seguir creando en nuevos niveles sin que se sienta como trabajo. Recuerda: *una persona que limita su éxito potencial, limitará lo que él o ella hará para crearlo y mantenerlo.*

También es vital tener en cuenta que la cuestión adquirida —en otras palabras, la meta u objetivo— no importa tanto como la mentalidad y las acciones indispensables para lograr metas 10X. Ya sea que quieras ser un orador profesional, un autor *bestseller*, un ejecutivo de altos vuelos, un padre excepcional, un gran maestro o tener un matrimonio modelo, estar en gran forma o producir una película de la que hable el mundo por generaciones, se requerirá que te muevas de donde estás ahora para comprometerte con los pensamientos y acciones 10X.

Cualquier objetivo o meta deseable implicará siempre hacer algo para lograrla. No importa cuánto hayas hecho ya para obtenerla. Mientras estés vivo, debes dedicarte a vivir para completar tus metas y sueños o serás usado como recurso para los de otro. En lo que a este libro se refiere, el éxito también puede ser definido como lograr el siguiente nivel de lo que deseas —y de manera que cambiará para siempre tu percepción de ti mismo, de tu vida, del uso de tu energía; y, tal vez lo más significativo, cómo te perciben los demás.

La Regla 10X o Regla de oro trata de lo que debes pensar y hacer para obtener un éxito 10 veces más gratificante de lo que jamás has imaginado. Este nivel de éxito no puede lograrse con estructuras “normales” de pensamiento y acción. Es por eso que incluso cuando la mayoría de los objetivos se consiguen, no suelen proveer plenitud. Los matrimonios promedio, el peso, la salud, los negocios, los productos también promedio son sólo eso: cosas promedio.

¿Estás listo para la aventura 10X?

Ejercicio

¿Cuáles son las dos partes de la Regla 10X?

¿Cuáles son los cuatro errores más graves que la gente comete al establecer metas?

¿Por qué es problemático establecer metas muy bajas?

¿Estás listo para el 10X?

CAPÍTULO 2

¿Por qué es vital la Regla 10X?

Antes de abordar el tema de lo importante que es para ti pensar y operar de acuerdo con la Regla 10X o Regla de oro, permíteme compartir un poco de mi propia historia. En cada proyecto en que me he involucrado, subestimé la cantidad de tiempo, energía, dinero y esfuerzo necesario para alcanzar el éxito. Cualquier cliente que me proponía obtener o cualquier negocio en que decidía entrar, me han requerido en todos los casos 10 veces más correos electrónicos, llamadas, cartas y contactos de los que anticipé. Hasta lograr que mi esposa me diera una cita y casarme con ella después, me tomó 10 veces más esfuerzo y energía de lo calculado (¡pero absolutamente todo valió la pena!).

No importa qué tan superior sea tu producto, servicio o propuesta, te aseguro que habrá algo que no anticiparás o no planearás correctamente. Los cambios económicos, las cuestiones legales, la competencia, la resistencia al cambio, un producto demasiado nuevo para animar a los bancos, la incertidumbre en el mercado, los cambios tecnológicos, los problemas de la gente... más problemas con la gente, las elecciones, la guerra, huelgas: he aquí sólo algunos de los “sucesos inesperados”. No digo esto para asustarte sino para que llegues a las mayores oportunidades. El pensamiento y las acciones 10X son vitales; son lo único que te ayudará a capotear los sucesos imprevistos. El dinero, por sí mismo, no lo hace; ayuda, pero no hace el trabajo por ti. Si te adentras en cualquier guerra sin tropas, provisiones, municiones y poder apropiados, regresarás a casa derrotado. Es tan simple como eso. No basta con ocupar un territorio. Debes conservarlo.

Empecé mi primer negocio a los 29 años. La mayoría de la gente no emprende negocios por sí misma porque no asume el riesgo financiero necesario. Me había preparado para esto —o eso creía— y creí que me llevaría tres meses llegar al nivel de sueldo que tenía en mi empleo anterior. Bueno, le tomó a mi negocio casi tres años darme el ingreso que tenía antes. Eso equivale a 12 veces más de lo previsto. Y casi me doy por vencido después de tres meses, no a causa del dinero sino por la resistencia y desilusión que experimenté.

Tenía una lista de razones específicas por las que no funcionaría mi compañía. Las reuní en una lista para convencerme de abandonar el proyecto. Estaba más que desilusionado: perturbado, casi destruido. Literalmente fui con un amigo y le dije: “No puedo seguir con esto, ya es suficiente”. Esgrimí razón tras razón para justificar por qué no funcionaban las cosas: los clientes no tenían dinero suficiente, la economía se desplomaba, el momento era inadecuado, yo era demasiado joven, mis clientes no comprendían, la gente no deseaba cambiar, y demás razones parecidas.

Pero me percaté —después de pasar mucho tiempo averiguando por qué no me funcionaban las cosas— de que era posible que estuviera perdiendo la respuesta correcta por completo.

Nunca consideré la simple posibilidad de estimar incorrectamente lo necesario para mover un producto nuevo en el mercado al principio. Claro que propuse una idea nueva, pero no se trataba de algo que la gente estuviera buscando. Tenía fondos limitados y no podía contratar personal ni anunciarme, lo que fue desafortunado porque nadie conocía a la empresa ni a mí. No sabía qué hacía y trataba de copiar a otras organizaciones. Si esto funcionaba, dependería de mi capacidad para aumentar mis esfuerzos, no mis excusas.

Cuando dejé de calcular todas las razones erróneas, me comprometí a lograr este trabajo aumentando el esfuerzo

diez veces. Y en cuanto hice eso, todo comenzó a cambiar. Volví al mercado con una estimación real del esfuerzo necesario y empecé a ver resultados. En lugar de hacer dos o tres llamadas de ventas al día, hacía 20 o 30. Cuando eché a andar todo mi compromiso y pude alinear los niveles correctos de pensamiento y acción, el mercado empezó a responderme. Todavía fue difícil, y llegué a desilusionarme de vez en cuando, pero estaba obteniendo cuatro veces más resultados con un esfuerzo 10X.

Cuando se subestima tiempo, energía y esfuerzo necesario para hacer algo, reflejarás “abandono” en mente, voz, actitud, rostro y presentación. No desarrollarás la persistencia necesaria para lograr tu misión. Sin embargo, cuando estimas correctamente el esfuerzo necesario, asumes la postura apropiada. El mercado sentirá por tus acciones que eres una fuerza de la naturaleza con la que debe vérselas, no se irá y responderá en consecuencia.

He dado consultoría a miles de individuos y empresas durante los últimos 20 años y jamás vi a ninguno hacer las previsiones correctas. Se tratara de construir una casa, reunir fondos, emprender una batalla legal, obtener un empleo, vender un nuevo producto, aprender sobre un nuevo puesto, ser promovido, hacer una película o conseguir al o la compañera perfecta para la vida, siempre se requirió más de lo que la gente calculaba. Todavía no conozco a la persona que diga que lograr cualquiera de estas cosas es fácil. Lograr estos objetivos puede parecer fácil para quienes atestiguan las cosas desde fuera, pero los que tienen conocimiento de primera mano jamás dirían algo parecido.

Cuando se calculan mal los esfuerzos necesarios para lograr algo, te desilusionas y desalientas. Esto te impide identificar de modo correcto el problema y tarde o temprano dirás que la meta es inalcanzable y arrojarás la toalla. La primera respuesta de la mayoría de la gente —incluyendo directivos— es reducir la meta y no aumentar su actividad. He sido testigo durante años de cómo gerentes de ventas hacen esto con sus equipos. Asignan una cuota o están de acuerdo con un objetivo al principio del trimestre y a la mitad del

camino descubren que no son capaces de alcanzarlo, de modo que organizan una junta y reducen la meta hasta alcanzar una cuota más asequible para mantener al equipo motivado y con oportunidades de ganar.

Este error mayúsculo no debe siquiera cruzar por tu mente como una opción. Manda el mensaje erróneo de que los objetivos no son importantes y la única forma de ganar consiste en acercarse a la línea de llegada. Un gran gerente presionará para que una persona haga más, a pesar del riesgo de quedarse corto y prefiriendo eso a anular el objetivo inicial. Esta idea de cambiarlo para que todos se sientan bien llevará a un mayor debilitamiento de la moral, la esperanza, las expectativas y las capacidades, y todos comenzarán a encontrar razones —mejor conocidas como excusas— para justificar por qué el equipo es incapaz de llegar a sus objetivos. *Nunca reduzcas un objetivo. Más bien, incrementa las acciones.* Cuando empiezas a replantear objetivos, inventar excusas y salirte del huacal, ¡estás dejando ir tus sueños! Estas tendencias indican que te sales de la ruta correcta y debes corregir la estimación original del esfuerzo.

La Regla 10X asume que el objetivo *nunca* es el problema. *Cualquier objetivo que se emprende con las acciones apropiadas y las cantidades correctas de persistencia, es asequible.* Incluso si deseo visitar otro planeta, debo adoptar las acciones correctas, en las cantidades requeridas, en el tiempo necesario para la consecución del objetivo. Cuando la gente evalúa mal las acciones necesarias, inevitablemente comienza a racionalizar. La humanidad parece tener incorporada esta calculadora automática cuyo único propósito es explicar el fracaso. El problema es que las primeras y más usadas calculadoras siempre parecen proponerse algo que no es un nivel de actividad. Este tipo de cálculos suelen ser más emocionales que lógicos; tienden a juzgar el proyecto, la clientela, la economía y al individuo para justificar la razón de que no funcionen las cosas. Esto probablemente se debe al falso contenido integrado a los cálculos de los medios, del sistema educativo y de crianza: excusas como “el mercado

no está listo”, “la economía está mal”, “nadie quiere esto”, “no estoy hecho para ello”, “nuestras metas eran poco realistas” y más y más. Pero casi siempre se trata de que no se calculó correctamente la cantidad de acción necesaria. Sin importar el factor tiempo, la economía, el producto o qué tan grande es la aventura que emprendes, los actos correctos, realizados en el grado correcto a tiempo, te llevarán al éxito.

Puedo asegurarte por experiencia —tras 30 años de construir empresas y llevar nuevos productos e ideas al mercado— que siempre habrá algo que pases por alto, sin importar qué tan detallado sea tu plan de negocio. No me importa si tu producto tiene un costo casi nulo de fabricación ni si es 100 veces superior al de tu competidor más cercano; igual deberás ejercer 10 veces más esfuerzo sólo para dejar atrás el ruido y hacer que la gente empiece a conocerlo. Asume que todo proyecto tomará más tiempo, dinero, energía y esfuerzo del que la gente imagina. Multiplica cualquiera de tus expectativas por diez y probablemente estés seguro. Y si no se requiere diez veces más esfuerzo del que se anticipó, muy bien. Es mejor quedar agradablemente sorprendido que desilusionado.

Si quieres ahorrar tiempo al llevar tu idea o producto al mercado, entonces asegúrate de hacer 10 veces más de todo para estar en más lugares con más gente durante plazos más cortos. Por ejemplo, si planeabas contratar a una persona para echar a andar tu idea, entonces planea utilizar 10 para reducir efectivamente el tiempo necesario. Pero recuerda: 10 veces más personal requerirá 10 veces más dinero y alguien debe supervisar a dicho personal.

Los parámetros 10X integran variables imprevistas que se hacen realidad en cualquier momento del proyecto: problemas con empleados, demandas, cambios en la economía, acontecimientos nacionales o globales, competencia, enfermedad y demás. Suma a esta lista la natural reticencia de cualquier mercado a tus proyectos, la mentalidad de la gente, los cambios tecnológicos y, bueno, tenemos un montón de problemas adicionales.

Por alguna razón, la gente que desarrolla una idea sobre

algo que quiere sacar al mercado, tiende a abrazar un optimismo que frecuentemente los lleva a juzgar mal lo necesario para la consecución del proyecto, porque ni siquiera lo conocen aún. Es probable que el mercado potencial comience a desechar la noción. Además, también existe la posibilidad de que aparezca la falta de interés.

No te digo que seas pesimista; sólo debes prepararte. Emprende tu proyecto con la Regla 10X, como si tu vida dependiera de ello. Actúa como si una cámara te filmara en cada etapa del camino. Pretende que te graban como modelo a partir del cual tus hijos y nietos aprenderán a tener éxito en la vida. Aborda todo con la ferocidad de un atleta que tiene la última oportunidad para reclamar su sitio en las páginas de los libros de historia. Y siempre recuerda llegar hasta el final: es el verdadero denominador común de todos los ganadores. Hacen todo lo necesario hasta terminar. No pongas pretextos y adopta una actitud proactiva y decidida. Acércate a cada situación con la mentalidad de ganar al precio que sea. ¿Suena demasiado agresivo? Lo siento, pero es la perspectiva para ganar en nuestros días.

Sé que probablemente escuchaste esto antes, pero el éxito no sólo “sucede”. Es el resultado de acciones implacables y apropiadas realizadas a tiempo. Sólo tendrán éxito quienes operan con esta óptica y las acciones correspondientes. Por supuesto que la suerte tiene algo que ver en ello, pero siempre que alguien “tiene suerte”, te dirá que es directamente proporcional a lo realizado. Mientras más acciones emprendas, mejores serán tus posibilidades de tener “suerte”.

Ejercicio

¿Cuál es la primera reacción de la mayoría de la gente — incluyendo a los gerentes— cuando no alcanzan los objetivos?

Cuando pones pretextos de por qué no llegas a los objetivos, ¿qué estás indicando?

Completa la siguiente oración. La Regla 10X asume que el objetivo nunca es _____. Cualquier objetivo, abordado con la _____ correcta, en el _____ correcto, con persistencia es _____.

CAPÍTULO 3

¿Qué es el éxito?

Sé que ya utilicé el término “éxito” muchas veces, pero aclaremos lo que realmente es. Probablemente significa algo distinto para ti y para mí. La definición depende de qué sitio ocupe una persona en la vida o de sus intereses. El éxito, durante la infancia temprana, tal vez signifique recibir mesada por primera vez o acostarse a dormir después de la hora acostumbrada. Pero eso no sería interesante con el paso de los años, pues el éxito en la etapa adolescente acaso sea conseguir una habitación propia, un celular o un horario de llegada más flexible. Cuando se tienen veintitantos años, el éxito puede ser amueblar tu primer apartamento y obtener tu primer ascenso. Más tarde, matrimonio, hijos, más ascensos, viajes, más dinero. Conforme envejeces y las condiciones cambian, tu definición del éxito se transformará de nuevo. Cuando eres mayor, es probable que encuentres el éxito en una buena salud, la familia, los nietos, en tu legado y en la manera como se te recordará. Cuando se está vivo, las condiciones a enfrentar y las situaciones y gente que más acaparan tu atención influirán en tu definición del éxito. Puede hallarse en ámbitos financieros, espirituales, físicos, mentales, emocionales, filantrópicos, comunitarios o familiares. Sin embargo, donde lo encuentres, las cosas más importantes a saber respecto al éxito —para tenerlo y mantenerlo— son las siguientes:

1. El éxito es importante.
2. El éxito es tu obligación.
3. No hay escasez de éxito.

Abordaré el primer punto en este capítulo y los últimos dos en capítulos posteriores.

El éxito es importante

Sin distinción de cultura, raza, religión, antecedentes económicos o grupo social, la mayoría de la gente estaría de acuerdo en que el éxito es vital para el bienestar del individuo, para la unidad familiar, para el grupo y ciertamente para la supervivencia de estos tres factores. El éxito brinda confianza, seguridad, sensación de comodidad, capacidad de contribuir a un nivel más alto, esperanza y liderazgo para los demás en términos de lo que es posible. Sin esto, tú, tu grupo, empresa, metas y sueños, y hasta la civilización entera dejaría de existir y progresar.

Piensa en el éxito en términos de expansión. Sin crecimiento continuo, cualquier entidad —sea una corporación, un sueño o incluso una raza entera— dejaría de existir. La historia está llena de ejemplos que apoyan la noción de que el desastre se presenta cuando la expansión se detiene. En este rubro incluyamos a los vikingos, a las antiguas Grecia y Roma, a la Rusia comunista y a una lista infinita de compañías y productos. El éxito es necesario para perpetuar gente, lugares y cosas.

Nunca reduzcas el éxito, en tu mente o en una conversación, hasta convertirlo en algo que no importa; al contrario, ¡es vital! Cualquiera que minimice la importancia del éxito en tu futuro ha dejado a un lado sus posibilidades de logro y pasará el resto de su vida convenciendo a los demás de hacer lo mismo. Los individuos y los grupos deben completar activamente sus metas y objetivos para seguir adelante. De no ser así, dejarán de existir o serán consumidos para convertirse en parte de otra cosa. Las compañías e industrias que desean mantener su estatus deben crear productos, hacer que lleguen al mercado, mantener a clientes, empleados e inversionistas contentos para luego repetir el ciclo una y otra vez.

Hay varias frases que desdeñan la importancia del éxito:

“El éxito es un viaje, no un destino”. ¡Por favor! Cuando ocurren las contracciones económicas, todos descubren pronto que no pueden comer o pagar la hipoteca con frases bonitas. Los sucesos económicos de los pasados años debieron hacer obvio lo mucho que subestimamos la importancia del éxito y lo esencial que es para nuestra supervivencia. No basta con sólo jugar el juego; es vital aprender a ganarlo. Ganar —una y otra vez— en todo aquello en que te involucres te asegura expandirte cada vez más. Y también garantiza que tú y tus ideas sobrevivan.

El éxito es igualmente importante para la percepción que la gente tiene de sí misma. Promueve confianza y sensación de seguridad, enfatizando la importancia de hacer una contribución. La gente que no puede proveer para su familia y su futuro se pone en peligro junto con ella. La gente que no es exitosa no puede comprar bienes y servicios. Esto puede hacer que una economía se torne más lenta y los impuestos disminuyan, lo que en su momento impactará negativamente presupuestos de escuelas, hospitales y servicios públicos. En este momento, algunos dirán: “Pero el éxito no lo es todo” y, por supuesto que no lo es. Sin embargo, siempre me pregunto qué prueba la gente con esta afirmación. Cuando en mis seminarios alguien me dice algo así, respondo: “¿Tratas de reducir la importancia de algo que no has obtenido?”

¡En serio! Sin importar las metas que intentes alcanzar, el éxito es absolutamente indispensable. Si dejas de preocuparte por él dejarás de ganar y si dejas de ganar el tiempo suficiente, ¡terminarás dándote por vencido! ¿Los niños se benefician cuando ven a sus padres y madres perdiendo o dándose por vencidos? ¿Se beneficia alguien cuando no vendes tu arte, no publicas ese gran libro o no perfeccionas esa gran idea que mejorará todo? Nadie se beneficiará de tu fracaso. No obstante, si fueras capaz de revertir las cosas y obtener las metas y los sueños que te fijaste, entonces las cosas serían diferentes.

Ejercicio

Escribe algunas frases muy lindas que hayas oído y disminuyan la importancia del éxito.

¿De qué modo sería importante ser exitoso para ti, y cómo mejoraría tu vida?

CAPÍTULO 4

El éxito es tu obligación

Uno de los cambios más drásticos en mi vida tuvo lugar cuando, casualmente, dejé de esperar el éxito para concebirlo como un deber, una obligación y una responsabilidad. Literalmente empecé a ver el éxito como un asunto ético —un deber hacia mi familia, mi empresa y mi futuro— y no como algo que podría sucederme o no. Pasé 17 años recibiendo una educación formal que debía prepararme para el mundo, y ninguno de los cursos trató sobre el éxito. Nunca nadie me habló de la importancia del éxito, mucho menos de lo que yo debía hacer para obtenerlo. ¡Increíble! Años de educación, información, cientos de libros, tiempo en clases y dinero para que siguiera falto de propósito.

Pero fui lo suficientemente afortunado para tener dos experiencias de vida que hicieron las veces de llamadas de alerta. Mi existencia y supervivencia eran seriamente afectadas en ambos casos. La primera tuvo lugar cuando tenía 25 años. Mi vida era un lío lastimoso causado por años de abordarla sin objetivos, a la deriva, sin propósito cierto. No tenía dinero, me sobraba incertidumbre, carecía de dirección, tenía demasiado tiempo libre y seguía sin comprometerme con el éxito como una obligación. Si no me hubiera dado cuenta de esto poniéndome serio con la vida, no creo que estuviera vivo. Ya sabes: no se tiene que envejecer para morir. Yo estaba muriendo a los 20 años por no tener dirección o propósito. En esa época, no podía conservar un empleo, rodeado de perdedores, me sentía desesperanzado y, por si eso fuera poco, usaba drogas y alcohol a diario. Si hubiera seguido adelante sin una llamada de atención, hubiera vivido una existencia mediocre en el mejor de los

casos y probablemente algo mucho peor. Si no me hubiera comprometido con una vida de éxito, no habría identificado mi propósito y hubiera pasado mi existencia completando los propósitos de otros. Afrontémoslo, hay muchas personas viviendo existencias simples y yo debería saberlo. En esa época me dedicaba a las ventas y las miraba con desdén. Cuando me comprometí con ellas como carrera y decidí hacer lo necesario para ser exitoso al vender, mi vida cambió.

Mi segundo despertar tuvo lugar a la edad de 50 años, cuando la economía atravesaba su mayor contracción desde la Gran Depresión. Literalmente cada aspecto de mi vida estaba en riesgo, como para miles de millones de individuos, compañías, industrias e incluso economías enteras. En cerca de dos semanas se hizo evidente que mi empresa no era suficientemente poderosa y su futuro estaba en riesgo. Además, mi bienestar económico estaba en peligro. Lo que otros tenían por riqueza financiera, también peligraba. Recuerdo haber encendido la televisión un día para oír reportes de cómo aumentaban las cifras de desempleo, se destruía la riqueza por el mercado accionario y los problemas inmobiliarios; las casas eran embargadas, los bancos cerraban y las empresas eran rescatadas por el gobierno. Me percaté de que había puesto a mi familia, a mis empresas y a mí mismo en una situación precaria porque me dormí en mis laureles y dejé de plantearme el éxito como obligación, deber y responsabilidad. Había perdido el foco y el propósito.

En estos dos momentos capitales de mi vida, desperté al hecho de que el éxito es importante para una vida plena. En el segundo caso, de que son necesarias cantidades mayores de éxito de las que calcula la mayoría de la gente y que conseguir el éxito de manera continua no es una elección, sino absoluta obligación.

La mayoría de la gente concibe el éxito como yo lo hice cuando no estaba comprometido con él. Lo ven como si no importara, una opción o tal vez algo que solamente sucede a otras personas. Otros se conforman con un poco de éxito creyendo que así todo estará bien.

Tratar el éxito como si fuera una opción es una de las

principales razones por las que la gente no crea éxito para sí y por eso mucha gente no se acerca a vivir con todo su potencial. Puede que no te guste mucho esta noción. Si no consideras tu deber emplearte a fondo, entonces simplemente no lo harás. Si no se convierte en asunto ético para ti, no te sentirás obligado y con ímpetu para desarrollar tu máxima capacidad. La gente no concibe la creación de éxito como obligación, misión de vida o muerte, algo que debe obtenerse como sea, con la mentalidad de un perro que está en la parte trasera de un camión repartidor lleno de carne. Luego pasan el resto de su vida dando excusas para no lograrlo. Eso sucede cuando lo consideras una alternativa y no una obligación.

En mi hogar consideramos el éxito vital para la supervivencia de la familia. Mi esposa y yo estamos en el mismo canal respecto a esto; hablamos de por qué es tan importante y determinamos exactamente qué hacer para mantener las cuestiones secundarias fuera del camino. No me refiero únicamente al éxito en términos monetarios, sino en cada área: nuestro matrimonio, salud, religión, aportaciones a la comunidad y el futuro, sí, incluso mucho después de marcharnos. Debes ver el éxito como los buenos padres conciben su obligación para con los hijos; es una cuestión de honor, una obligación y una prioridad. Los buenos padres harán todo lo necesario para cuidar de sus hijos. Se paran a media noche para alimentarlos, trabajarán tan duro como sea necesario para vestirlos, lucharán por ellos e incluso pondrán sus vidas en riesgo para protegerlos. De la misma manera debes ver el éxito.

Deja de mentirte

Es muy común que la gente que no consigue lo que desea se justifique, llegando a mentirse a sí misma, minimizando lo valioso que el éxito es para ellos. Es fácil detectar esta tendencia en nuestra sociedad, en segmentos demográficos y poblacionales enteros. Puedes leerlo en libros, escucharlo en la iglesia y hasta verlo promovido en las escuelas. Por

ejemplo, los niños que no consiguen lo que quieren luchan por ello un rato, lloran un poco y luego se convencen de que en realidad no lo querían. Es enteramente correcto admitir que quieres algo que no llegó a dar frutos. De hecho, es lo único que te ayudará a conseguir la meta a pesar de los obstáculos en el camino.

Hasta las personas más afortunadas y con conexiones deben hacer algo para estar en el lugar correcto, en el momento correcto y ante la gente correcta. Como mencioné al final del capítulo anterior, la suerte es uno de los subproductos para quienes realizan la mayor parte de la acción. La razón por la que la gente exitosa parece suertuda es que el éxito naturalmente permite mayor éxito. La gente crea un momento mágico al alcanzar sus metas, lo que los lleva a establecer y alcanzar metas aún más ambiciosas. A menos de que seas un fanático de las estadísticas, no se sabe cuántas veces alguien exitoso trató de hacer las cosas y falló; después de todo, el mundo sólo les presta atención cuando ganan. El coronel Sanders, quien hizo famoso el pollo de Kentucky Fried Chicken, puso a prueba la idea más de 80 veces antes de que alguien comprara el concepto. A Stallone le tomó tres días escribir el guión de *Rocky* y la película obtuvo más de 200 millones de dólares en taquilla, pero cuando la escribió no tenía dinero, no podía costear la calefacción de su departamento e incluso vendió a su perro en 50 dólares para comprar comida. La gente se rio de la idea de Walt Disney de fundar un parque de diversiones y, sin embargo, hoy personas de todo el mundo gastan 100 dólares por boleto y ahorran toda la vida para disfrutar de unas vacaciones en Disney World. No te confundas con lo que puede parecer suerte. La gente suertuda no necesariamente es exitosa; la que se compromete completamente con el éxito parece tener suerte. Alguien dijo una vez: “Mientras más duro trabajo, mejor es mi suerte”.

Incluso podemos llevar las cosas un paso más allá: si eres capaz de conseguir el éxito repetidamente, se convierte en menos “éxito” y más en un “hábito” de vida diaria para algunas personas. Incluso se ha descrito a la gente exitosa

como poseedora de cierto magnetismo, como si fuera dueña de un secreto o encanto casi mágico que parece rodearla y seguirla. ¿Por qué? Porque los individuos exitosos entienden el éxito como obligación, deber, responsabilidad... ¡y hasta como un derecho! Digamos que existe una oportunidad de éxito para dos personas. ¿Crees que terminará por reflejarse en la vida de quien lo concibe como un deber —estirando la mano y asiéndolo— o en la de quien se acerca a la posibilidad con una actitud de desapego? Me parece que conoces la respuesta.

Y, a pesar de la frase trillada, el éxito no surge de la noche a la mañana; casi siempre llega como resultado de acciones anteriores, sin importar qué tan insignificantes parezcan o hace cuánto tiempo se realizaron. Quien se refiera a un negocio, producto, actor o grupo como si se tratara de un éxito repentino, no entiende los esfuerzos mentales que ciertos individuos realizan para forjar su camino. No toman en cuenta las incontables acciones realizadas antes de que crearan y adquirieran una victoria tan merecida.

El éxito es resultado de los reclamos mentales y espirituales por poseerlo, seguido de los actos necesarios en el tiempo hasta que se consigue. Si lo persigues con menos ánimo del que se tiene ante un deber moral o ético, una obligación con tu familia, empresa y tu futuro, lo más seguro es que no llegues a crearlo; incluso será más difícil conservarlo en caso de alcanzarlo.

Te garantizo que cuando tú, tu familia y tu compañía empiecen a considerar el éxito como una responsabilidad y un tema ético, todo lo demás cambiará. Aunque lo ético ciertamente es un asunto personal, la mayoría de la gente estará de acuerdo en que ser ético no necesariamente se limita a decir la verdad o a no robar. Nuestra definición de lo ético ciertamente puede partir de eso, incluso contener la noción de que se nos requiere vivir a la altura del potencial con que cada uno hemos sido creados. Yo sugiero que no insistir en tener cantidades enormes de éxito es poco ético. Si pensamos en que es ético hacer nuestro mejor esfuerzo cada

día, no hacerlo es una violación ética.

Constantemente debes demandar éxito, como si se tratara de un deber, una obligación y una responsabilidad. Voy a enseñarte a garantizar que esto suceda, ¡en cualquier negocio, industria o momento, a pesar de todos los obstáculos!

El éxito debe entenderse desde el punto de vista ético. ¡El éxito es tu deber, tu obligación y tu responsabilidad!

Ejercicio

El éxito debe ser entendido como tu _____,
_____ y _____.

Escribe con tus propias palabras cómo el éxito es tu deber,
obligación y responsabilidad.

Escribe dos ejemplos de cómo te has mentido a ti mismo
sobre el éxito.

Menciona dos cosas importantes sobre el éxito.

CAPÍTULO 5

No hay escasez de éxito

Cómo veas el éxito es tan importante como tu manera de aproximarte a él. A diferencia de un producto fabricado e inventariado, no hay límites para la cantidad de éxito que puede crearse. Puedes tener tanto como desees, y yo también, y tu logro no limita mi capacidad para conseguirlo. Pero la mayoría de la gente lo ve como si se tratara de un bien escaso. Tienden a pensar que si alguien es exitoso, de algún modo afectará su habilidad para crearlo. El éxito no es una lotería, un juego de bingo, una carrera de caballos o un juego de cartas que permite solamente un ganador. No es el caso. Gordon Gekko, en la película *Wall Street*, dijo: “Por cada ganador hay un perdedor”. El éxito no es un juego de suma cero; puede haber varios ganadores, no es un bien o recurso con reservas limitadas.

Nunca habrá escasez de éxito porque lo crean quienes no tienen límites en cuanto a ideas, creatividad, ingenuidad, talento, inteligencia, originalidad, persistencia y determinación. Fíjate en que me refiero al éxito como algo que es *creado*, no *adquirido*. A diferencia de cobre, plata, oro o diamantes —cosas que ya existen y se encuentran en el mercado—, el éxito lo construye la gente. Las grandes ideas, las nuevas tecnologías, los productos innovadores y las soluciones frescas a viejos problemas jamás escasearán. El éxito lo crean en el mundo entero —simultáneamente o en distintos momentos y niveles— millones de personas sin límites. El éxito no depende de los recursos, de las provisiones o del espacio.

La política y los medios perpetúan estos conceptos de

carencia al sugerir que no hay suficiente de algunas cosas para seguir adelante: la idea de que si logras algo yo no puedo obtenerlo. Muchos políticos difunden este mito para que sus seguidores defiendan su postura ante otros políticos y partidos. Hacen afirmaciones como: “Te cuidaré mejor que el otro tipo”, “Haré la vida más fácil para ti”, “Reduciré tus impuestos”, “Te prometo una mejor educación para tus hijos” o “Haré posible tu éxito”. Leyendo entre líneas estas afirmaciones, concluimos que sólo quien las pronuncia puede hacerlo, no el otro tipo. Estos políticos enfatizan primero los temas y las iniciativas que los seguidores consideran importantes, para luego crear la sensación de que los ciudadanos no son capaces de hacer las cosas por sí mismos. Destacan la “escasez” existente y hacen su mejor esfuerzo para que la gente sienta que la única manera de obtener lo que quieren y necesitan es apoyándolos. De otro modo, tus oportunidades de obtener tu parte del pastel se tornan remotas.

Una de las razones por las que es difícil discutir sobre política o religión, es que los intercambios relativos a estos dos temas sugieren escasez, lo que deriva en disputas inevitables. Por ejemplo, si ganan tus ideas políticas, entonces las mías pierden. Si un partido obtiene aquello por lo que lucha, entonces otro grupo debe sufrir. Lo mismo ocurre con ciertas actitudes generales y puntos de vista. Es difícil estar de acuerdo o en desacuerdo; la gente opera bajo la idea de que las creencias de una persona no pueden mantenerse si existen otras en conflicto de alguien más. Esta noción, basada una vez más en el concepto de los límites y la escasez, sólo aumenta la tensión entre nosotros. ¿Por qué una persona está equivocada y otra en lo cierto? ¿Por qué la necesidad de limitar?

La noción de competencia sugiere que si una persona gana, la otra pierde. Aunque esto puede ser cierto en los juegos de mesa, donde el objetivo es sacar un ganador, no es real cuando se trata del éxito en los negocios y en la vida. Los grandes jugadores no piensan en términos de semejantes limitaciones. Más bien, piensan sin límites, algo

que les permite ascender a niveles que mucho consideran imposibles. El éxito de la leyenda financiera, Warren Buffett, no se ve limitado por las estrategias de inversión de otros, y de ninguna manera sus capacidades financieras limitan mi habilidad para crear mi propio éxito financiero. Los fundadores de Google no detuvieron la creación de Facebook, ni dos décadas de dominio de Microsoft impidieron que Steve Jobs elevara el perfil de Apple con iPods, iPhones e iPads. Igualmente. La cantidad de nuevos productos, ideas y creaciones exitosas de estas empresas en los últimos años, no evitará que otros —tal vez tú— generen éxito de maneras todavía más sorprendentes.

No tienes que mirar muy lejos para ser testigo de cómo el mito de la escasez es perpetuado por la mayoría vía expresiones de envidia, desacuerdo, injusticia, y sugiriendo que quienes la provocan han sido injustamente compensados. Luego tenemos los reportes constantes de los medios sobre la falta de empleo, dinero, oportunidades e incluso de tiempo. ¿Qué tan común es escuchar que alguien dice “no hay tiempo suficiente en el día”? ¿Qué tan fácil es que alguien se queje de que “no hay muchos buenos empleos” o afirme que la gente no contrata? La realidad es que, incluso si 20 por ciento de la población no tiene trabajo, 80 por ciento sí lo tiene.

Otro ejemplo de este “pensamiento de la escasez” tuvo lugar justo en mi vecindario. El hombre que vive junto a mí es uno de los actores más famosos en Hollywood; es una estrella mayor y un actor increíble. El camino que separa nuestras casas está lleno de baches que la ciudad no repara. Otro vecino al final de la calle tuvo agallas para sugerir que “la estrella de cine” arreglara la calle porque gana 20 millones de dólares por película. Quedé estupefacto por su pensamiento respecto al éxito: sólo porque ese actor hubiera creado éxito más allá de lo que cualquiera de nosotros hubiéramos logrado, debía encargarse del arreglo de la calle. Yo pensaba que más bien nosotros debíamos mejorar el camino sin costo para él, pues viviendo ahí, ¡aumenta el valor de las casas de nuestro vecindario!

Cuando alguna personalidad de la televisión obtiene un contrato muy lucrativo, la gente pregunta: “¿Cómo una persona gana tanto dinero?” Pero el dinero es algo creado por el hombre e impreso en máquinas. Ni siquiera es un bien escaso; solamente sufre reducciones de valor. El que un grupo crea eso de un solo individuo que vale 400 millones de dólares debe ser un aliciente en el sentido de que *todo* es posible.

Me he dado cuenta de que la mayoría —si no todos— los fenómenos de escasez son simplemente nociones fabricadas. La empresa u organización que te convence de que existen cantidades limitadas de lo que sea que necesites o quieras —diamantes, petróleo, agua, aire puro, clima fresco, clima cálido, energía— produce en ti un sentimiento de urgencia, inspirando a que la gente apoye su causa.

Debes librarte del concepto de que el éxito puede restringirse. Al operar bajo esta noción lastimarás tu habilidad de crear éxito por ti mismo. Digamos que tú y yo luchamos por ganar un cliente y me quedo con el negocio. Esto no significa que no puedas ser exitoso; después de todo, no era el único cliente. El ser dependiente de una sola cosa o persona para tener éxito limitará tus probabilidades. Aunque tú y yo competimos por este contrato específico, ¡“el señor Piensa en Grande, el que no sabe de escasez” gana miles de clientes y nos enseña la verdadera definición de éxito!

Para superar el mito de la escasez, cambia tu pensamiento para darte cuenta de que los logros de otros en realidad crean oportunidades para que ganes también. *El éxito para cualquier persona o grupo es, en última instancia, una contribución positiva para todas las personas, de todos los grupos, ya que valida las posibilidades de todos.* Es por eso que la gente se siente tan inspirada cuando es testigo de alguna gran victoria o desempeño. Ver el éxito en acción nos vigoriza a todos y reduce nuestra idea de que es imposible lograr algo así. Ya sea que el éxito consista en una nueva tecnología, en un descubrimiento médico, en una calificación más alta, un tiempo más rápido o en un nuevo precio récord para una adquisición empresarial —y sin importar si

participaste o no en el asunto—, estos logros confirman que el éxito no escasea y es enteramente posible para cualquiera.

Borra cualquier concepto de que el éxito se limita a algunos y en cantidades determinadas. Tú y yo podemos lograr cuanto queramos, y al mismo tiempo. En el momento que piensas que la ganancia de otro es tu pérdida, te limitas en términos de competencia y escasez. Ésta es la oportunidad de disciplinar tu pensamiento para que esté a la par de cualquier éxito, con posibilidades incluso mayores. Luego vuelve a tu compromiso de considerar el éxito como tu deber ético. Esto motivará tus facultades más creativas para encontrar la solución y la manera de crear éxito original en abundancia.

Ejercicio

Escribe un ejemplo de éxito escaso del que fuiste testigo.

¿Cómo se crea en realidad la supuesta escasez?

No hay escasez de éxito; si hay algo realmente escaso, escríbelo a continuación.

CAPÍTULO 6

Asume el control de todo

Pensaba llamar este capítulo “No seas un bebé llorón”, pero decidí no ofender a nadie. He trabajado en este título desde la publicación de mi último libro: *Si no eres el primero, eres el último*. Todavía me gusta el título e intento aplicarlo en algo. Pensé que sería perfecto para este capítulo, puesto que su propósito es discutir la idea de que los llorones, los quejumbrosos y las víctimas no atraen ni crean éxito. Se trata de que la gente exitosa asume la necesidad de actuar en grande, y es imposible hacerlo si no asumes la responsabilidad. Asimismo es imposible hacer algo positivo cuando te la pasas inventando excusas.

Debes entender —como ya afirmé en varias ocasiones— que el éxito no te sucede; es algo que llega gracias a ti y a las acciones realizadas. La gente que rehúsa asumir responsabilidades generalmente no es buena para actuar y, consecuentemente, tampoco para el juego del éxito. La gente exitosa acepta grandes niveles de responsabilidad por tener y crear éxito personalmente, hasta cuando fracasa en el intento. La gente exitosa odia el juego de la culpa y sabe que es mejor hacer que algo suceda —bueno o malo— que esperar a que te sucedan las cosas.

Los que sufren por considerarse víctimas —estimo que cerca de 50 por ciento de la población— odiarán este capítulo y probablemente eligieron este libro por error. Cualquiera que emplea la culpa para justificar algo que pasó o no pasó, nunca acumulará éxito real en la vida y sólo perpetuará su estatus de esclavo en este planeta. Los que dan el control sobre su éxito —o falta de él— a otro nunca controlarán sus

propias vidas. Ningún juego en la vida es verdaderamente disfrutable sin aceptar primero el control sobre tu comprensión del juego, cómo jugarlo y sobre el resultado del mismo. La gente que asume la posición de víctima nunca estará segura, porque delega la responsabilidad a otro y jamás saben por sí mismos qué hacer. Por lo tanto, nunca asumen la responsabilidad por los resultados diciendo: “Soy una pequeña víctima; me pasan cosas malas con regularidad y no puedo hacer nada para arreglarlo”.

Para llegar a lo que quieres en la vida, adopta la idea de que pase lo que pase en tu mundo —bueno, malo o indistinto— es causado por ti. Yo asumo el control de todo lo que me pasa, incluso por las cosas que parece no puedo controlar. Independientemente de si tengo o no el control, elijo asumir la responsabilidad y el control para hacer algo que mejore mi situación y seguir adelante. Si, por ejemplo, se va la luz en mi vecindario, en lugar de culpar a la ciudad o al Estado por los apagones, veo si puedo hacer algo para no verme afectado negativamente la siguiente ocasión que eso suceda. No confundas esto con una necesidad compulsiva por controlar; más bien, se trata de una responsabilidad de alto nivel, una sensación saludable que genera soluciones. La realidad es que no tenía nada que ver con que las luces se apagaran; pudo deberse a que demasiada gente usaba la electricidad al mismo tiempo, a las ondas de calor, al clima, a un terremoto o a la descompostura de un transformador. Yo pagué mi cuenta a tiempo y ahora estoy sin electricidad y sin calefacción, y no puedo hervir agua, refrigerar alimentos o utilizar mis computadoras. Culpar no cambiará ninguna de esas situaciones y, dado que el éxito es mi obligación, deber y responsabilidad, es difícil para mí dejar toda la responsabilidad al Estado. Es complicado considerarte exitoso si no tienes luz, calor o alimentos en buen estado.

Cuando asumo e incremento mi responsabilidad por esta situación, quizá daré con una solución para seguir adelante. Probablemente ya pensaste en alguna. Esto no me sucede sólo porque la luz se fue, sino porque no tengo un generador de respaldo. No fue mala suerte ni mala planeación; es

resultado de dejar la responsabilidad a alguien más. No seas una perrita: consigue un generador. Ah, ¡pero los generadores cuestan dinero! No tanto como estar sin electricidad tres días sin cuidar de tu familia. ¡Una vez que tomas el control y aumentas tu responsabilidad, encontrarás soluciones exitosas que mejorarán tu vida!

Asume el control y aumenta la responsabilidad adoptando la postura de que tú haces que sucedan las cosas, incluso las que antes considerabas fuera de tu control. Nunca asumas la postura de que las cosas simplemente te pasan a ti; más bien, te suceden por algo que hiciste o dejaste de hacer. Si asumes el crédito cuando ganas, también hazlo cuando no es así. Aumentar tu nivel de responsabilidad incrementará tu habilidad para hallar soluciones y crear más éxito por ti mismo. Al culpar a alguien o a algo sólo te haces víctima y esclavo más tiempo. Asumir el control hará que veas lo que puedes hacer para asegurarte de que los sucesos negativos no tengan lugar, mejorar tu calidad de vida y reducir la incidencia de acontecimientos desafortunados aparentemente azarosos.

Digamos que alguien me choca por atrás. Es claro que la culpa es de esa persona. Aunque estaré molesto con él o ella, lo último que deseo es asumir la posición de víctima. ¡Qué horror! “Mira lo que me sucedió. Ay, pobre de mí. Soy una víctima”. ¿Pondrías algo así en tu tarjeta de presentación o harías una campaña de televisión afirmando esto ante el público para ganarte el respeto y la atención? ¡Claro que no! Nunca asumas la posición de víctima una vez que decidiste crear una vida llena de éxito. Mejor, piensa en cómo reducir las probabilidades de sufrir inconvenientes, como cuando alguien te choca por detrás.

La Regla 10X se refiere a las enormes cantidades de acción realizadas en el tiempo. Para que sucedan más cosas buenas y con mayor regularidad, no actúes como víctima. Las cosas buenas no suceden a las víctimas; les suceden las malas —con bastante frecuencia— y si quieres una prueba sólo pregúntales. Quienes adoptan la posición de víctimas hablarán gozosos sin parar sobre su completa falta de

responsabilidad en relación con la mala fortuna y sus rachas de mala suerte, esas que parecen caerles una y otra vez a lo largo de sus vidas. Existen cuatro constantes en la vida de una víctima: (1) les suceden cosas malas, (2) les suceden cosas malas con regularidad, (3) siempre están involucrados, y (4) alguien o algo tiene la culpa.

La gente exitosa adopta la actitud contraria, y tú debes hacerlo. Todo lo que sucede en tu vida es resultado de tu propia responsabilidad, no de alguna fuerza externa. Esto hará que comiences a superar la situación y asumir el control para que no te “sucedan” cosas malas en el futuro. Pregúntate lo siguiente después de todo encuentro o suceso desagradable: “¿Qué hacer para reducir las posibilidades de que esto suceda de nuevo o incluso asegurarme de que no vuelva a pasar?” Regresando al ejemplo de ser chocado por detrás, hay muchas maneras de prevenir que un conductor distraído lo haga. Pudiste contratar un chofer, salir antes o después, cerrar el trato la semana pasada, conducir por una ruta distinta o ser tan importante que tus clientes te habrían llevado en lugar de tú llevarlos.

Permíteme cambiar tu pensamiento un poco más antes de seguir adelante. Muchos están de acuerdo con que atraes las cosas y a la gente a las que pones más atención. Puede que muchos otros reconozcan que apenas han aprovechado una fracción de su entendimiento y de su capacidad mental. Entonces, ¿existe alguna posibilidad de tomar antes del suceso una decisión de la que no podrías ser consciente, con lo que, en cierto modo, creaste ese accidente para tener algo que culpar en tu vida? ¡Si existe la más remota posibilidad, vale la pena investigarlo! Entiende que debías estar en ese sitio en el momento exacto para intervenir en el accidente. Miles de otras personas no estuvieron involucradas, tú sí. Saliste de casa para encontrarte con alguien a cientos de calles de distancia, de modo que estuvieron en el mismo punto y momento preciso, ubicándote justo ante esa persona descuidada que se estampó contra tu auto. Cuando suceden cosas malas a gente buena, te aseguro que tiene más que ver en comparación con la responsabilidad que asume.

Si hubieras salido de casa unos momentos antes, hubieras evitado el supuesto accidente. De conducir a otra velocidad, nunca se habrían encontrado. De virar en otra calle, tampoco habría sucedido. ¿Suena muy descabellado? ¿Fue un accidente y sólo mala suerte? Tal vez seas una víctima destinada a tener mala fortuna en la vida. Cuando el universo se la pasa azotándote y las cosas no mejoran, considera la posibilidad de que las cosas no sólo te pasan por suerte y coincidencia, sino que tú tienes algo que ver con lo que sucede, de no ser así, no te verías involucrado. Recuerda: aunque te pase a ti, ocurre por tu culpa. Aunque no aceptes la responsabilidad por el accidente en el reporte de la policía, la realidad es que la aseguradora aplicará una penalidad sin importar quién sea culpable. Ten en mente una cosa: cada vez que juegas a la víctima para “tener la razón”, te asumes como víctima y eso no es bueno. Hasta que una persona termina de hacerse la víctima, él o ella es incapaz de crear soluciones y éxito. Esa persona sólo tiene problemas.

Una vez que abordas cada situación como alguien que *actúa*, no como alguien que es usado, tendrás más control sobre tu vida. Tener (o no tener) éxito, creo, es resultado directo de todo lo que haces y piensas. *Tú* eres la fuente, el generador, el origen y la razón de todo lo positivo y lo negativo. Esto no pretende simplificar el concepto del éxito, por supuesto, pero hasta que decidas ser responsable de todo, lo más probable es que no realices las acciones necesarias para situarte por encima del juego. Sin embargo, si quieres tenerlo todo, asume la responsabilidad por todo. De no ser así, desperdiciarás mucha energía potencial 10X con excusas y sin ganancias.

Es un mito y una falsedad pensar que el éxito sólo le sucede a algunas personas. Sé que la forma de actuar que aconsejo funciona, porque la utilizo para acumular mi propio éxito. No crecí en un hogar especialmente privilegiado ni tuve relaciones con la gente supuestamente indicada. No me dieron dinero para echar a andar mis empresas y no soy mucho más dotado que la persona de junto. Aun así acumulé éxito financiero, físico, espiritual y emocional más allá del que

la mayoría de la gente esperaba porque actué a nivel masivo, asumí el control y la responsabilidad por cada resultado. Se trate de una gripe, un dolor de estómago, la descompostura del auto, un robo criminal de mi dinero, la descompostura de mi computadora o incluso del apagón eléctrico, asumo el control y la responsabilidad.

Fue hasta que en verdad creí que *nada me sucede; sucede debido a mí* que operé a niveles 10X. Alguien dijo una vez: “No importa a dónde voy, ahí estoy”. Este pequeño dicho me sugirió que soy el problema y la solución. Este modo de ver las cosas me dio la posibilidad de ser causa de los resultados de mi vida más que una víctima. No me permití culpar a nadie ni recurrir a justificaciones por las cosas difíciles que me encontraba. Empecé a creer que aunque no siempre tenía yo la palabra respecto de lo que me sucedía, siempre podía elegir cómo responder a ello. El éxito no sólo es un “viaje”, como sugieren incontables personas y libros; más bien, es un estado, constante o no, sobre el cual tengo control y responsabilidad. O creas el éxito o no lo haces; no es para quejumbrosos, llorones ni víctimas.

Indudablemente tienes dones y potencial que no has utilizado. Fuiste dotado con deseos de grandeza y estás consciente de que no hay escasez de éxito. Aumenta tu nivel de responsabilidad, asume el control de todo lo que te sucede y vive de acuerdo con la frase: “¡nada te sucede, sino que sucede gracias a ti!” Y recuerda: “No seas un bebé llorón”.

Ejercicio

¿De qué te gustaría asumir el control en tu vida?

El éxito no es algo que te suceda; es algo que sucede
_____.

Escribe tres ejemplos en que haces que el éxito suceda, no
que sólo te suceda.

¿Cuáles son las cuatro constantes en la vida de la víctima?

CAPÍTULO 7

Cuatro grados de acción

A lo largo de los años me han formulado varias veces la siguiente pregunta: “¿Exactamente cuánta acción es necesaria para crear el éxito?” No sorprende que todos busquen el atajo secreto, pero no hay atajos. Mientras más acción emprendas, mejores probabilidades de acertar. Las acciones disciplinadas y persistentes son el factor más determinante para crear éxito, mucho más que cualquier otra combinación. Entender cómo calcular y luego ejecutar la cantidad correcta de acción es más importante que tu concepto, idea, invención o plan de negocios.

La mayoría de la gente fracasa porque opera en el nivel erróneo de acción. Para simplificarla, dividiremos tus opciones en cuatro categorías o grados de acción:

1. No hacer nada.
2. Retraerte.
3. Acción normal.
4. Acción masiva.

Antes de describirlas es importante entender que todos utilizamos los cuatro en algún momento de nuestras vidas y especialmente en respuesta a cuestiones vitales. Por ejemplo, puedes actuar masivamente en tu carrera pero retraerte completamente cuando se trata de deberes cívicos y responsabilidades. Otra persona podría no hacer nada cuando se trata de redes sociales; una más ejecutar niveles normales de acción al comer saludablemente y ejercitarse, para luego actuar masivamente cuando se trata de hábitos

destructivos. Desde luego, una persona va a destacar y tendrá mejor desempeño en áreas en las que invierte más atención y actúa más.

Pero la mayoría de la gente pasa su tiempo en los primeros tres grados de acción: haciendo nada, retrayéndose completamente u operando con niveles normales de actividad. Los primeros dos grados de acción (no hacer nada y retraerse) son la base del fracaso, y el tercero (los niveles normales de actividad) creará únicamente una existencia normal en el mejor de los casos. Sólo la gente más exitosa ejerce el grado más alto de acción que califico de masiva. Analicemos cada uno para ver qué significan y por qué podrías elegir cualquiera de ellos en varias situaciones y áreas de la vida.

El primer grado de acción

“No hacer nada” es exactamente lo que parece: no actuar para seguir adelante y aprender, lograr y controlar algún área. La gente que no hace nada en su carrera, en sus relaciones o en cualquier cosa, quizá dio por perdidos sus sueños y está dispuesta a aceptar lo que se le cruce en el camino. A pesar de lo que pudieras pensar... ¡no asumas que no hacer nada no requiere de energía, esfuerzo y trabajo! *Sin importar en qué nivel de acción operes, todos requieren trabajo a su modo.* Los signos de que no haces nada incluyen aburrimiento, letargo, complacencia y falta de propósito. La gente de este grupo invierte su tiempo y energía en justificar su situación, lo que requiere tanto trabajo como los otros grados.

Cuando la alarma se apaga en la mañana, el grupo de los “hace nada” no responderá. Aunque parezca que no actúan, en verdad se requiere mucha energía para *no* levantarse por la mañana. Cuesta trabajo perder un empleo por falta de productividad. Se requiere trabajo para ser pasado por alto en una promoción, teniendo que esperar otro año para ser considerado y luego ir a casa y explicárselo a tu esposa. Se requiere de un tremendo esfuerzo para existir en este planeta

como empleado poco apreciado y mal pagado e incluso más energía para darle sentido a ello. La persona que no actúa inventa excusas para justificar su condición; esto requiere de gran creatividad y esfuerzo. Los vendedores que no hacen nada y luego pierden más ventas de las que ganan, deben explicar a sí mismos, a sus esposas y a sus jefes por qué no cubren su cuota. También es interesante notar que quienes no hacen nada en un área de sus vidas encuentran algo que les gusta y pasan el tiempo haciéndolo y eso requiere una cantidad masiva de acción. Puede ser el póquer en línea, los juegos de azar, ciclismo, ver películas o leer libros. Sea lo que sea, algún área de su vida recibe toda su energía y atención. Los que nada hacen insistirán a su familia y amigos que están felices y contentos y todo está bien con ellos, lo que causaría confusión a todos porque es evidente que no viven a todo su potencial.

El segundo grado de acción

Los “retraídos” actúan en reversa, quizá para evitar las experiencias negativas del actuar. Quienes se retraen personifican el fenómeno del “temor al éxito”. Él o ella experimentaron resultados no fructíferos (o no los percibieron como tales) y, por tanto, eluden actuar para que no suceda de nuevo. Al igual que los “hace nada”, los que se retraen justifican sus respuestas y creen que su mejor opción es operar al nivel actual. Quienes se retraen dicen hacerlo para evitar más rechazo y/o fracaso; casi nunca es el *verdadero* rechazo o fracaso el que los impactó. Por lo regular, su impresión y evaluación de lo que el fracaso significa los lleva a retraerse.

Igual que no hacer nada, retraerse es una acción que requiere esfuerzo y trabajo duro. Observa a cualquier chiquillo y verás que no es una conducta humana normal retraerse, sino más bien avanzar y conquistar. Por lo común, esta reacción resulta de recibir de modo constante la indicación de hacerlo. Durante la infancia, muchos recibimos instrucciones de no tocar, tener cuidado, no hablarle a

determinada persona, alejarse de tal o cual y demás: terminamos por adoptar el retraimiento como acción. Tendemos a alejarnos de las cosas que más curiosidad nos inspiran. Aunque suele ser por nuestro propio bien y supuestamente para mantenernos seguros, será difícil salir de esos años de contención; es la razón de por qué nos cuesta tanto trabajo probar cosas nuevas en la vida. Incluso puede alentarnos al retraimiento algún socio, amigo o familiar que nos considera “demasiado ambiciosos” o concentrados en una área de nuestra vida.

No importan las razones por las que quienes se retraen se mueven en la dirección opuesta a sus metas, el resultado es siempre el mismo. Imagino que quienes lean esto conocen a alguien que se retrae y tal vez puedas darte cuenta de tu propio retraimiento en algún área de tu vida. Cualquier área en la que asumiste que ya no puedes avanzar y mejorar, podría considerarse como zona de retraimiento. “La bolsa de valores se cae; nunca volveré a invertir”: retraimiento. “La mayoría de los matrimonios fracasan; mejor me quedo soltero”: retraimiento. “El negocio de la actuación es muy difícil; mejor seré mesero por el resto de mi vida”: retraimiento. “El mercado laboral es terrible; nadie contrata. Pediré mi seguro de desempleo”: retraimiento. “No puedo controlar el resultado de la elección, así que no me molestaré en votar”: ¡retraimiento! Y fíjate en lo que estos escenarios tienen en común: todos requieren que se emprenda algún tipo de acción, incluso si sólo se trata de tomar una decisión.

Los que se retraen pasan mucho tiempo explicando por qué lo hacen. Por lo regular, hay muy pocas discusiones con estos individuos, puesto que ya se convencieron de que hacen lo necesario para sobrevivir. Luego invertirán mucha energía justificando su decisión de retraerse, tanta como otros para crear éxito. Lo mejor con esas personas es darles este libro para que se identifiquen con su grupo. Una vez que ven los cuatro grados de acción y se dan cuenta de que todos requieren de energía, puede que él o ella prueben suerte en otro grupo más saludable. Después de todo, si harás el esfuerzo, ¿por qué no hacerlo en la dirección del éxito?

El tercer grado de la acción

La gente que realiza niveles normales de actividad es quizá la que predomina en nuestra sociedad. Éste es el grupo que parece llevar a cabo las cantidades necesarias de acción siendo “normal”. Es el nivel de acción que crea a la clase media y el más peligroso, porque se considera aceptable. La gente que pertenece a este grupo pasa sus vidas actuando lo suficiente para crear vidas, matrimonios y carreras normales; sin embargo, nunca hacen lo suficiente para crear verdadero éxito. Y la mayoría de la fuerza de trabajo realiza cantidades normales de acción; me refiero a gerentes, ejecutivos y empresas que se pierden más que destacar. Aunque algunos de sus miembros intentan generar una calidad excepcional, casi nunca crean nada en cantidades excepcionales. La meta en este caso es matrimonios, salud, carreras y finanzas promedio. Siempre que el promedio funcione, están bien. No causan problemas a los demás o a sí mismos siempre y cuando las condiciones permanezcan estables y predecibles.

No obstante, en cuanto las condiciones del mercado son impactadas negativamente resultando inferiores al promedio, esta gente de pronto entra en riesgo. Agrega cualquier cambio serio a las condiciones en que la gente emprende sólo acciones “normales” —lo que ciertamente sucederá en algún momento— y todas las apuestas se van de la mesa. No es raro encontrar situaciones que ponen en riesgo la vida, carrera, matrimonio, negocio o finanzas de una persona. Cuando sólo realizas la cantidad suficiente de acción, eres aún más susceptible a los cambios que se interpondrán en tu camino. Cualquier serie de sucesos ordinarios, de condiciones financieras o experiencias estresantes, echarán por tierra una vida de niveles típicamente “aceptables” de acción, resultando en un nivel serio de tensión, incertidumbre y dolor.

Promedio, por definición, es “menos que extraordinario”. En realidad, en una u otra medida, se trata solamente de otra descripción del retraimiento y la no acción. E incluso toma en consideración los efectos espirituales negativos que se presentan cuando una persona conoce su verdadero

potencial para la acción, operando después muy por debajo de lo que él o ella es capaz. Alguien que emprende acciones promedio siendo capaz de mucho más, en realidad elige una variante de hacer nada o del retraimiento.

Sé honesto contigo mismo: ¿dispones de más energía y creatividad de la que utilizas? El estudiante promedio, el matrimonio promedio, los hijos promedio, las finanzas promedio, los negocios promedio, los productos promedio, el tipo de cuerpo promedio... ¿Quién quiere eso que es “promedio”? Imagina que los productos y servicios que compramos usaran la palabra “promedio” en su publicidad: “Este producto promedio puede encontrarse a un precio promedio y brinda resultados mediocres”. ¿Quién compraría un producto así? La gente ciertamente no se esfuerza para encontrar y pagar mercancía mediana. “Ofrecemos clases de cocina que te garantizarán convertirte en un cocinero promedio”. Puedo hacer eso ahora sin necesidad de tomar clases. “Estreno cinematográfico este fin de semana, con un director promedio, actuación promedio. La crítica dice: ‘dos horas de acción promedio’”. ¡No puedo esperar para formarme y comprar boletos para esa película!

Actuar normalmente constituye el más peligroso de los niveles porque es el más aceptado por la sociedad. Este nivel de acción está autorizado por las masas; la gente que realiza acciones normales no llama la atención en el grado necesario para ser catapultado al éxito. Las empresas me llaman constantemente para ayudar a los individuos de bajo rendimiento de sus organizaciones, pero pasan por alto los desempeños promedio e incluso a quienes se desempeñan por encima del promedio pero sólo mediante acciones promedio. Lo más probable es que este libro “despierte” a quienes actúan en grado normal y no a quienes no hacen nada o se retraen, dado que quienes no actúan ni siquiera se molestarían en comprar el libro y los retraídos no se acercarán a una librería. La gente que actúa normalmente comprará el libro y saldrá del hechizo. Pasar del tercer al cuarto grado de acción es la única manera de que una persona pase de una existencia promedio a una vida

excepcional.

El cuarto grado: acción masiva

Aunque parezca exagerado, la acción masiva es el estado de acción más natural para todos. Mira a los niños: están en acción constante, excepto cuando algo anda mal. Esto ciertamente sucedió en mi caso durante los primeros 10 años de vida. Todo era acción masiva continua, excepto cuando dormía. Como la mayoría de los niños, estaba a tope todo el tiempo; la gente me miraba frunciendo el ceño, pensando que debía bajar mi actividad. ¿Te sucedió eso? ¿Lo has hecho con tus propios hijos?

Hasta que los adultos me aconsejaron lo contrario, no conocí otra cosa que no fuera la acción masiva. Incluso los elementos más básicos del universo experimentan cantidades masivas de acción. Bucea bajo la superficie del océano y verás enormes cantidades de actividad constante. Bajo la corteza del planeta en que caminas, hay un tremendo movimiento que jamás se detiene. Mira dentro de un hormiguero o en una colmena y verás a las colonias de seres vivos generando cantidades masivas de acción para asegurar su supervivencia. En ninguna parte de estos ambientes hay signos de retraimiento, falta de acción, ni nada parecido a niveles normales de actividad.

Mi padre era muy trabajador y tendía a ser intensamente disciplinado cuando emprendía acción masiva. Pero, murió cuando yo tenía 10 años, lo que me afectó muchísimo. Ahora pienso en ese tiempo y me doy cuenta de que eso me retrajo en áreas de mi vida en que necesitaba actuar. Entretanto, gastaba mucha energía en áreas que no debían recibir mi atención: drogas, alcohol y toda una lista de actividades inútiles. Esto se prolongó durante la preparatoria y hasta la universidad, con algunas pérdidas más experimentadas a lo largo del camino. Seguí retrayéndome de cosas buenas para mí y me concentré en las zonas más destructivas. No necesariamente era flojo ni me faltaba motivación; simplemente no tenía la dirección apropiada y estaba mal

informado respecto de cómo abordar la vida.

Pasé la mayor parte de ese tiempo aburrido, sin un propósito y gravitando en áreas de mi vida en que gastaba mucha de mi energía pero sin resultados constructivos. Creo que es algo que la mayoría padece en algún momento de sus vidas; en mi caso, llegó pronto.

Como mencioné en un capítulo previo, experimenté una llamada de atención mayúscula a la edad de 25 años. Sabía que debía cambiar mi rumbo o pagaría un alto precio. Tomé la decisión de comprometerme con la creación del éxito. Dado que ya trabajaba duro sin tener éxito, sólo cambié el enfoque. A pesar de que mi padre llevaba 10 años de fallecido, seguía siendo un gran modelo para mí. Creía en una fuerte ética de trabajo, estaba dispuesto a hacer lo que fuera para proveer a su familia y fue tras el éxito como si fuera su deber y su llamado. Estoy seguro de que disfrutó de las recompensas económicas y del sentimiento de logro personal; sin embargo, también era claro que pensaba que era su responsabilidad con su familia, su iglesia, su nombre y hasta con dios. ¡Se le acabó el tiempo!

Cuando finalmente desperté de mi periodo de confusión y mala información, comprometí toda mi energía en mi carrera. Desde los 25 años, lo único que siempre hice bien —fuera mi primer trabajo de ventas o la primera empresa que fundé— fue aproximarme a cualquier tarea que se presentara ante mí con cantidades masivas de acción. Nunca pertenezco a los grupos de la no acción, del retraimiento o de la acción normal; el ataque en pos del objetivo era constante, persistente e inmenso.

La acción masiva es en realidad el nivel de acción que crea nuevos problemas y hasta que creas problemas, entonces operas en la cuarta etapa de la acción. Cuando empecé con mi negocio de seminarios a los 29 años, usé la Regla 10X para hacerme un nombre. Mi día empezaba a las 7 de la mañana y no regresaba a mi hotel hasta las 9 de la noche. Pasaba el día llamando a empresas y ofreciendo presentaciones a sus equipos de ventas y administración. Llegué a visitar hasta 40 organizaciones en un solo día. Me

recuerdo en El Paso, Texas, una ciudad en la que nunca había estado, no conocía a nadie y nadie me conocía a mí. En dos semanas, visité todos los negocios de ese mercado. Aunque no logré convertir a todos en clientes, conseguí más negocios al emprender una acción masiva de los que hubiera conseguido de otra manera.

Un agente de bienes raíces viajó conmigo para observar de primera mano cómo hacía crecer mi negocio. Después de tres días admitió lo siguiente: “No hay manera de que pueda hacer esto un día más. Sólo de acompañarte me siento exhausto”. Vivía cada día como si dependiera de mis acciones. Me rehusaba a dejar la ciudad sin estar seguro de hacer todo lo posible para reunirme con todos los dueños de negocios. “Visitar” las empresas sin cita previa me enseñó más de la acción masiva que cualquier otra actividad y también probó ser una tarea valiosa en mis otras aventuras de negocios.

Cuando emprendes una acción masiva, no piensas en términos de cuántas horas trabajas. Si operas en el cuarto nivel de acción, tu mentalidad cambiará y lo mismo tus resultados. Terminarás instigando oportunidades que atenderás tarde o temprano y de manera distinta a un día “normal”, así que los días rutinarios se convertirán en pasado. Continué con este compromiso de la acción masiva hasta que un día ya no era una actividad inusual sino un hábito. Era interesante ver cuánta gente me preguntaba: “¿Por qué sigues afuera tan tarde por la noche?” “¿Por qué nos llamas en sábado?” “¿Nunca te das por vencido, o sí?” “Me gustaría que mi gente trabajara así.” E incluso alguien me preguntó si “tomaba algo”. Más bien traía algo entre manos: trataba el éxito como si fuera mi deber, obligación y responsabilidad, y la acción masiva era mi as bajo la manga. Entre las señales de que emprendes acción masiva está que la gente comente sobre ti y admire tu nivel de actividad.

Sin embargo, no pienses en términos de cumplidos, de cuántas horas trabajas o incluso teniendo como referencia el dinero que ganas cuando operas en este nivel. Más bien, considera cada día como si tu vida y tu futuro dependieran de

tu habilidad de actuar masivamente. Cuando comencé con mi primer negocio, *tenía* que hacerlo funcionar; ¡simplemente no había de otra! Si quería que la gente supiera de mí y sobre lo que representaba, entonces tendría mucho qué hacer. Punto. El problema no era la competencia, era la oscuridad. Nadie sabía quién era yo. Éste ha sido el problema específico más importante en todos mis negocios e imagino que es uno de los que más enfrentan los emprendedores. La gente no te conoce ni sabe de tu nuevo producto; la única manera de romper la oscuridad es actuando masivamente. No tenía dinero para invertir en publicidad, de modo que gasté toda mi energía en llamadas telefónicas, correo tradicional, electrónico, llamadas aleatorias, retorno de llamadas, visitas y más llamadas. Este nivel de acción masiva parece —y lo es— muy cansado en ocasiones. Sin embargo, creará más certidumbre y seguridad para ti que cualquier otra educación o entrenamiento que recibas.

Me han dicho de todo debido a mi compromiso con la acción: que soy *workaholic*, obsesivo, avaro, insatisfecho, necio y hasta maniático. No obstante, siempre que me etiquetan es alguien que opera en niveles inferiores al cuarto grado de acción. Nunca encontré alguien más exitoso que yo y que considere mi acción excesiva mala, porque la gente exitosa sabe de primera mano lo que se requiere para lograr este tipo de éxito. Ellos mismos saben cómo llegar a donde quieren ir y de ninguna manera definirían la acción masiva como indeseable.

Emprender acción masiva significa tomar decisiones algo irracionales y luego seguirlas con más acción todavía. Este nivel será considerado por algunos como cercano a la locura, muy por encima de la norma socialmente aceptada y siempre crea nuevos problemas. Pero recuerda: sin crear nuevos problemas, no actúas lo suficiente.

También serás criticado por los demás cuando actúes masivamente. En cuanto la hagas en grande, serás juzgado por los mediocres. La gente que opera en los otros tres niveles se verá amenazada por tu actividad y tratará de hacerlo parecer algo “erróneo”, de modo que su forma de

actuar quede como correcta. Estas personas no pueden ver a los demás teniendo éxito y harán todo lo posible para detenerlos. En tanto que una persona sana tratará de igualarte, una mediocre te dirá que desperdicias el tiempo, que eso no funcionará en tu industria, molestará a tus clientes, nadie querrá trabajar contigo y demás. Incluso hay directivos que desalientan en los empleados adoptar este esfuerzo sustancial. Sabrás que estás adentrándote en el reino de la actividad masiva cuando: (1) creas nuevos problemas para ti y (2) recibes críticas y advertencias de los demás. Pero mantente fuerte. Esta actividad te sacará del estado hipnótico de mediocridad que te enseñaron a aceptar.

Y para desempeñarte a ese nivel de actividad masiva, aprovecha cada oportunidad. Por ejemplo, mi esposa es actriz. Le aconsejo siempre decir sí a toda audición, sin importar si está preparada o no para el papel. ¡Es mejor hacerlo mal y ser visto que no ser visto! “¿Pero qué tal si lo hago muy mal y me quemo?”, pregunta mi esposa. Yo le digo: “Hollywood está lleno de malos actores que de algún modo siguen trabajando”. Puede que no te elijan para la parte que te hizo ir, pero quizá resultes perfecta para otro papel. La meta es ser visto, que piensen en ti y te consideren, de una forma u otra. Tu único problema es la oscuridad, no el talento. Para que la actividad que elegiste funcione para ti, realiza un esfuerzo constante, implacable. La acción masiva nunca te dañará y sí te ayudará. Este es otro caso en que la cantidad es más importante que la calidad. El dinero y el poder siguen a la atención, así que la persona que más llame la atención se queda con la mayor parte de la acción y tarde o temprano obtendrá más resultados.

Nadie irá a tu casa para convertir tus sueños en realidad. Nadie entrará marchando a tu empresa para ofrecerte dar a conocer tus productos en el mundo. Para sobresalir entre la multitud y para que los clientes consideren tus productos, servicios y organización, actúa masivamente. Hablé de la importancia de la dominación en mi último libro, *Si no eres el primero, eres el último*. No aludía a la dominación física sino a ocupar mentalmente el espacio del público, de modo que

cuando la gente piense en tu producto, servicio o industria, piense en *ti*. Hacer de la acción masiva una disciplina romperá con la oscuridad, incrementará tu valor en el mercado y te generará éxito en cualquier área.

Ejercicio

¿En qué momento de tu vida actuaste masivamente y ganabas?

¿Qué crearás inmediatamente después de actuar masivamente?

¿Qué esperas escuchar de quienes no actúan masivamente?

¿Qué otras cosas suceden cuando realizas acción masiva?

CAPÍTULO 8

El promedio es una fórmula fallida

Mira a tu alrededor y verás un mundo lleno de cosas promedio. Aunque éste es, como ya he dicho, el nivel “aceptable” de actividad sobre el que se construye la clase media, crece la evidencia en el sentido de que es inoperante. Los empleos se van a otras latitudes y el desempleo predomina. Los miembros de la clase media son incapaces de sacar la cabeza del agua, la gente duran más que sus ahorros, y compañías e industrias enteras son barridas como resultado de productos promedio, administración promedio, trabajadores promedio, acciones promedio y pensamiento promedio.

Esta “adicción al promedio” mata la posibilidad de que tus sueños se hagan realidad. Considera las siguientes estadísticas: el trabajador promedio lee menos de un libro al año y trabaja en promedio 37.5 horas a la semana. Esta misma persona gana 319 veces menos dinero que los mejores directores generales de Estados Unidos, quienes dicen leer más de 60 libros al año. Muchos de estos ejecutivos financieramente exitosos son criticados por las altas sumas de dinero que reciben; sin embargo, ignoramos lo que estas personas han hecho para llegar a donde están. Aunque no siempre parece que trabajan muy duro, pasamos por alto que de algún modo se las arreglaron para asistir a las escuelas correctas, realizaron las conexiones indicadas e hicieron lo necesario para ascender en la cadena alimenticia. Todo requirió de acción sustancial de su parte. Puedes sentirte resentido con ellos si eliges, pero eso no cambia que son recompensados por el éxito logrado.

Después de que la economía colapsó en 2008, el fundador de Starbucks, Howard Schultz, hizo lo que casi todos los otros directores generales de Estados Unidos: recortar gastos y librarse de las sucursales que no se desempeñaban bien. Entonces hizo algo que la mayoría de los directores generales no previeron: viajó por todo el país para encontrarse con los clientes de la empresa. Mucho después de que el trabajador promedio se marchaba a casa, el multimillonario Schultz visitaba sus tiendas y se encontraba con los bebedores de café para descubrir cómo satisfacer mejor a los clientes. Aunque los medios no dieron cuenta de esto, se trataba de una actitud destacada. Ahí estaba un tipo cruzando el país a las 9 de la noche para obtener retroalimentación de la gente que compraba sus productos. Es un excelente ejemplo de cómo abrazar un pensamiento y proceso de actuación "superiores al promedio". Esto claramente supera lo esperado por el mercado y por cualquier cliente. Excedió por mucho cualquier acción considerada como lugar común para un director general, y el sólido y fuerte crecimiento de Starbucks se vio reflejado en las gráficas del precio de las acciones.

Esta compañía hace un producto que la gente no necesita en absoluto, sobre todo durante épocas de problemas económicos. Y aun así, Starbucks sigue vendiendo y crece tanto en cuestiones de marca como en el retorno que ofrece a los inversionistas. Esto demuestra que, aunque la calidad del producto es muy importante, los individuos que trabajan para una organización son la fuerza que hará la diferencia. Schultz sabía exactamente cómo enfrentar la situación. A pesar de la recesión, de la contracción temporal, se las arregló para "expandir" su organización, no necesariamente con más locales, sino usando su energía personal, sus recursos y creatividad para emprender acción masiva, tocando cada una de sus tiendas y a muchos de sus patrones, incrementando la presencia de su marca y las ganancias.

Cualquier actividad que incluya la aceptación del promedio fracasará tarde o temprano. Todo lo que se realiza

en cantidades estándar, simplemente no hará el trabajo. Los niveles normales de acción de la mayoría de la gente, fallan al tomar en cuenta los efectos de varias fuerzas, como la gravedad, la edad, la resistencia, el tiempo y lo inesperado. Cuando las acciones promedio se encuentran con cualquier resistencia, competencia, pérdida o falta de interés, con condiciones de mercado negativas o difíciles o con todos estos problemas juntos, tu proyecto cae.

Finalmente, quiero que tomes en consideración los esfuerzos concertados de individuos y grupos que obstaculizan los tuyos. Aunque no pretendo ser paranoico o vivir en el temor, aprendí la dura lección de que esta gente existe cuando se me acercó un grupo que decía quererme como socio, pero que desde el principio quería robarme el éxito creado en mi vida. Nunca planeé esto en ninguna de mis ecuaciones y literalmente me robaron años de esfuerzo. Así que, tómallo de mí: no puedes planear todo y la gente tratará de quitarte lo que no consiga por sí misma.

Cuando miro atrás y analizo lo sucedido con estos criminales, me doy cuenta de que fui susceptible a su seducción porque no operaba a niveles 10X. Esto realmente me abrió los ojos al hecho de que, en cuanto me dormí en mis laureles pensando que podía “costear un poco”, me convertí en objetivo. Es casi imposible planear toda situación. En tu vida, experimentarás condiciones extraordinarias, algunas serán hostiles y desagradables. La mejor manera de planificar es condicionar tu pensamiento y tus acciones a los niveles 10X. ¡Ten tanto éxito que ninguna persona, suceso o problemas te derribe! ¡Los niveles promedio de lo que sea te fallarán o, al menos, te pondrán en riesgo! Por otra parte, si creas más éxito del que quieres o necesitas, siempre estarás preparado; incluso cuando quienes no crean éxito por sí mismos intenten robártelo.

Aunque experimenté años de éxito en niveles que otros consideraban impresionantes, mi corazón sabía que me alejaba de la acción masiva. Esos tipos decidieron quitarme algo de mi éxito y se salieron con la suya. Fue un contratiempo costoso y humillante, pero me despertó al

hecho de que nunca se está tan seguro para volver a los niveles normales de involucramiento y actividad. Una vez que lo haces, te lo aseguro, lo que tienes y soñaste desaparecerá. Esto es cierto en tu salud, matrimonio, riqueza y condición espiritual. Lo normal te lleva a eso, a lo normal.

Mira lo que conseguirás con pensamientos y acciones promedio: problemas promedio que rápido se convierten en abrumadores. ¿Qué tal si vives 20 años más que tus ahorros? Muchos cuidaremos de familiares que no tuvieron una mentalidad 10X o no operaron a niveles 10X. ¿Qué hay de problemas de salud a largo plazo o alguna emergencia económica no prevista? ¿Qué sucede a individuos que hacen planes financieros promedio cuando enfrentan largos periodos de dificultades económicas o décadas de desempleo? ¡El promedio es un plan fracasado!

El promedio no funciona en ninguna área de la vida. Aquello a lo que dedicas cantidades promedio de atención, menguará y desaparecerá. Las empresas, industrias, artistas, productos e individuos que son exitosos en el futuro, se acercaron a cada actividad con la idea de que lo promedio simplemente no es suficiente. Necesitas cambiar tu compromiso y pensamiento para estar muy por encima de los conceptos promedio. Te aseguro que cuando lo hagas, influirás de inmediato en otras áreas de tu vida. Tus amigos y tu familia cambiarán, los resultados mejorarán y te descubrirás más afortunado cada vez, viviendo el tiempo de modo que pase volando y, además, las acciones que emprendas mejorarán tu relación con la gente.

Lo promedio también determina que la mayoría de las empresas fracasen. Un par de personas se juntan, tienen una gran idea, elaboran un plan de trabajo, fundan una empresa y basan sus predicciones en que todo marcha a su favor. Puede que incluso creen lo que bien podríamos considerar proyecciones conservadoras. “Digamos que mostramos el producto a diez personas. Tenemos posibilidades de vender al menos tres de ellos. Eso es conservador y realista”. Alguien dice: “Dividamos ese número por la mitad para estar especialmente seguros. ¿Aún podemos lograrlo?” Deciden

que incluso con base en el plan más conservador, serán exitosos. Pero no calcularon correctamente a cuántas personas deberían llamar sólo para realizar las primeras diez presentaciones. Hasta el producto más sorprendente requiere de 100 llamadas para conseguir 10 reuniones. Definir el siguiente paso del proyecto no significa que el resto del mundo esté ahí contigo. Ellos se han comprometido con sus agendas, productos y proyectos. La sola oportunidad de encontrarte con la gente indicada requerirá de un esfuerzo enorme y de persistencia. La mayoría construye planes de negocios basados en consideraciones y modos de pensar promedio, no en cantidades masivas de acción para seguir adelante.

Cuando las nuevas ideas se integran, son influidas por la emoción y el entusiasmo. Muchas consideraciones negativas, como la competencia, la economía, las condiciones de mercado, la manufactura, los préstamos, la recaudación de fondos, la preocupación de tus clientes por otros proyectos y demás, se clasifican dentro de lo que otros consideran dificultades normales o promedio. Entonces, cuando las proyecciones optimistas prueban ser poco realistas, hasta los objetivos más conservadores se pierden. Un socio puede enfermar, quizá ocurra un cambio significativo en las condiciones económicas o se registre un suceso global que acapare la atención de todo mundo durante los siguientes seis meses. La gente involucrada en la nueva aventura pierde entusiasmo, se presentan los dimes y diretes y las cosas se ponen más difíciles de lo que se consideró originalmente. Entonces, el fracaso surge como una posibilidad real. Los socios gastan más dinero sin tener ingresos todavía. Uno de los soñadores tiene dudas y se cuestiona salirse del asunto, pues los participantes no parecen mental, emocional o físicamente preparados para asumir la acción masiva y vencer la resistencia del mercado.

Siguiendo con este escenario, para resolver los problemas derivados de la falta de ingresos, los miembros del grupo consiguen préstamos o reúnen dinero entre sus amigos y entonces se topan con mayor resistencia aún. Se dan cuenta

de que será cada vez más difícil para la mayoría de la gente apostar a cantidades “irracionales” de acciones implacables 10X, son necesarias para ver las cosas claramente y no existían en el plan de negocios original. Los socios creen que su empresa depende más de conseguir dinero que de aumentar las acciones porque no estimaron correctamente el nivel 10X de pensamientos y acciones necesarias para funcionar.

El promedio asume —incorrectamente, por supuesto— que todo opera de modo estable. La gente optimista sobrestima lo bien que funcionarán las cosas y luego subestima cuánta energía y esfuerzo se requerirá para empujar las cosas. Cualquiera que tuvo éxito en los negocios apoyará este concepto. Pero no puedes entrenarte o prepararte para las cantidades normales de gravedad, resistencia, competencia y para las condiciones del mercado. No pienses promedio; piensa masivamente. Compara tus acciones con cargar una mochila de 500 kilos todos los días venciendo un viento de 65 kilómetros por hora, en una cuesta arriba con 20 grados de inclinación. ¡Prepárate para la acción masiva, sé persistente y ganarás!

La mayoría de los negocios fracasan porque no venden ideas, productos y servicios a precios lo bastante altos para sostener la compañía y financiar sus actividades. La empresa no obtiene suficiente retorno en cantidades grandes porque la gente con que la empresa se construyó —empleados, clientes, vendedores— también ejecutan sólo cantidades normales de actividad.

Lo promedio nunca deriva en otra cosa que lo promedio y, por lo regular, termina reduciendo mucho menos. El pensamiento y las acciones promedio sólo garantizarán miseria, incertidumbre y fracaso. Líbrate de todo lo promedio, incluyendo el consejo que recibes y los amigos que conserves. ¿Suena muy rudo? Recuerda que el éxito es tu deber, obligación y responsabilidad. Y puesto que no hay escasez de éxito, las limitaciones aparentes podrían resultar de pensar y actuar en niveles promedio. Líbrate de todos los conceptos promedio. Estudia lo que hace la gente promedio y

prohíbete a ti y a tu equipo considerar lo promedio como opción. Rodéate de pensadores y ejecutores excepcionales. Deja que tus amigos, familia y asociados laborales sepan que para ti el promedio es una enfermedad terminal. Recuerda: nada promedio te llevará a una vida extraordinaria. Busca la palabra promedio y mira por ti mismo qué contiene para ti: lo típico, ordinario, común. Eso debe bastar para abandonar el concepto en todas tus consideraciones.

Ejercicio

Escribe los nombres de las personas que operan sólo a niveles promedio.

Describe tres ocasiones en tu vida en que acciones promedio causaron que te quedaras corto.

Escribe el nombre de personas que sabes son excepcionales y describe en qué se distinguen del promedio.

Busca la definición de promedio (como adjetivo) y escríbela aquí.

CAPÍTULO 9

Metas 10X

Creo que una de las principales razones por las que la gente no persigue sus metas y falla en obtenerlas es que no las establecen a la altura suficiente. He leído muchos libros con definiciones de metas y asistido a seminarios afines y constantemente veo que la gente establece metas que no persigue nunca o abortan. Con frecuencia y regularidad nos advierten en contra de establecer “metas demasiado altas”. La realidad es que si empiezas por lo pequeño, seguirás siendo pequeño. El fracaso de la gente al pensar en grande usualmente significa que nunca actuarán con suficiente vigor o persistencia. Después de todo, ¿quién se emociona por las llamadas metas realistas? ¿Y quién se emociona por algo que, en el mejor de los casos, dará un pago promedio? Por esto la gente reduce sus proyectos cuando experimenta cualquier tipo de resistencia: sus metas no son suficientemente grandes. Para mantener tu entusiasmo, tus metas deben ser suficientemente sustanciales y mantener tu atención. Las metas promedio y realistas son siempre una desilusión para quien las establece y es incapaz de impulsar sus pretensiones con las acciones necesarias.

Por supuesto, la mayoría es gente apática que sólo escribe sobre sus metas una vez al año. En lo que a mí concierne, nada que valga la pena hacer se hace solamente una o dos veces al año. Las cosas de las que más depende tu vida se basan en acciones diarias. Por eso siempre me aseguro de hacer dos cosas: (1) escribo mis metas cada día y (2) elijo objetivos fuera de mi alcance. Esto me permite acceder a todo mi potencial, que uso para impulsar mis actos cada día. Algunas personas sugieren que el establecimiento

de metas improbables hace que una persona se desilusione y pierda el interés. Pero si tus metas son tan pequeñas que ni siquiera necesitas reconsiderarlas a diario, ¡entonces perderás interés!

Es buena idea poner tus metas en palabras como ya cumplidas. Yo tengo un cuaderno de notas cerca de mi cama para registrar mis metas a primera hora cada mañana y justo antes de dormir. También una en mi oficina donde apunto mis objetivos nuevos y mejorados. Los siguientes son ejemplos de algunas metas en las que trabajo y de mi manera de escribirlas. Fijate que las redacto como ya cumplidas.

Soy dueño de más de 5 000 departamentos que me dan más de 12 por ciento de flujo de caja positivo.

Tengo una salud y una condición física perfectas.

Mi valor total supera los 100 millones de dólares.

Mi ingreso es superior al millón de dólares mensuales.

He escrito y publicado 12 o más libros de gran venta.

Mi matrimonio está vivo y saludable, siendo un modelo positivo para otros.

Estoy más enamorado de mi esposa cada día.

Tengo dos niños hermosos y saludables.

No tengo deudas, excepto las pagadas por otros.

Soy dueño de una hermosa casa frente al mar sin adeudo.

Soy dueño de un rancho en Colorado con vistas formidables a las montañas y caballos, lo que es mi escenario ideal.

Tengo empresas que controlo a distancia y personas grandiosas trabajan para mí.

Mis hijos son amigos de la gente más poderosa del planeta.

Estoy provocando una diferencia positiva en mi comunidad y en la política.

Sigo creando programas únicos que la gente quiere y mejoran su calidad de vida.

Tengo energía e interés infinitos para y por mi carrera.

Tengo un programa de televisión exitoso que lleva cinco temporadas al aire.

Soy uno de los mayores donadores de mi iglesia.

Ten en mente que son algunas de mis metas y sólo las utilizo para darte un ejemplo de cómo redactarlas. También que se trata de cosas que debo lograr, no ya logradas.

El establecimiento de metas promedio no impulsa acciones 10X. Si te acercas a una labor con pensamiento promedio, te darás por vencido al toparte con cualquier reto, resistencia o condiciones menos que óptimas, a menos que tengas un gran propósito como motor de actividad. Para superar la resistencia, debes tener una buena razón para hacerlo. Mientras más grandes y menos realistas sean tus metas, más se alinearán con tu propósito y obligación, y más impulso y energía darán a tus acciones.

Por ejemplo, digamos que deseas cien millones de dólares en tu cuenta. ¿Alguien necesita cien millones? ¡No! Es una meta y mientras más grande y jugosa sea, más fácil te motivará para moverte en esa dirección. Si quieres añadir aún más energía a tus metas, asegúrate de que están unidas a algo mayor. Por ejemplo, alguien que quiere ganar dinero pero no tiene una meta constructiva en el sentido de qué hacer con él, producirá el dinero para desperdiciarlo. Cuando establezcas una meta, asegúrate de tener claro para qué y ácala a un propósito mayor. Piensa a lo grande cuando fijes tus metas. Mucha gente convierte al dinero en objetivo y se propone ahorrarlo, pero luego destruye la riqueza creada. Mira cuánta gente sólo quiso volverse rica, lográndolo para morir quebrada. Así que tener metas alineadas con otras te ayudará. Digamos que una de mis metas es ahorrar 100 millones de dólares y otra usarlos para ayudar a mi iglesia y fundar programas que mejoren las condiciones de la humanidad. Éste es un ejemplo de combinación de metas para impulsar mis acciones y todas las demás.

Uno de los primeros trabajos que tuve fue en McDonald's. Lo odié y no porque se tratara de McDonald's, sino porque no estaba alineado con mis metas y propósitos. El tipo que trabajaba junto a mí amaba su trabajo porque se alineaba con sus metas y propósitos. Yo era el tipo que ganaba 7 dólares por hora y deseaba tener algo de dinero para gastar, y él era el tipo que ganaba lo mismo pero deseaba aprender sobre el negocio para abrir después 100 franquicias. Él no entendía por qué no me emocionaba como él. Fui despedido y él continuó hasta ser dueño de sus franquicias. Tus metas están

ahí para impulsar las acciones que debes poner en marcha, así que procura que las metas sean grandes, revísalas con regularidad y vincúlalas con propósitos mayores.

Pregúntate si las metas igualan tu potencial. La mayoría admitirá que sus metas están muy por debajo de su potencial porque la mayor parte del mundo ha sido convencida, persuadida e incluso educada para establecer metas pequeñas, asequibles y realistas. Si eres padre, estoy seguro de que sugieres esto a tus hijos, o tal vez lo escuchaste de tus propios padres o en tu ambiente de trabajo. Nunca establezcas metas realistas; puedes tener una vida realista sin establecer metas para ello.

En verdad desprecio la palabra “realista” porque se basa en lo que otros —que muy probablemente operaban sólo en los primeros tres niveles de acción— logran y creen posible. El pensamiento realista se basa en lo que otros creen posible, pero ellos no son tú y no tienen manera de conocer tu potencial y tus propósitos. Si estableces metas basado en lo que otros piensan, entonces asegúrate de que ese pensamiento sea el de los gigantes del planeta. Ellos serán los primeros en decirte: “No bases tus metas en lo ya hecho porque puedes hacer mucho más”. Pero, ¿qué pasa si fijas las metas con base en las personas más exitosas del mundo? La meta de Steve Jobs, por ejemplo, era incidir en el universo, crear productos que cambien para siempre a nuestro planeta. Mira lo que hizo con Apple y Pixar. Si estableces metas comparables a las de otros, entonces elige a los gigantes que crearon éxito masivo.

Mucha gente se halla en el camino en que está simplemente porque hace lo que otras personas —promedio— realizaron. La mayoría va a la universidad no porque quiera, sino porque le dicen que debe ir. La mayoría profesa una religión porque los criaron de ese modo. La mayoría habla sólo la lengua de su familia y nunca aprende otra. La mayoría estamos influidos por decisiones de padres, maestros y amigos; por tanto, esas decisiones nos limitan. Apuesto a que si preguntara a tus cinco asociados más cercanos sobre sus metas, identificarías algunas tuyas. Tú —

y tus metas— son manipulados por tu entorno.

Nunca diré a otra persona cuáles deben ser sus metas. Sin embargo, aconsejaría que cuando las establezcas, tomes en cuenta que fuiste educado con restricciones. No olvides esto para no subestimar las posibilidades. Luego toma en cuenta lo siguiente: (1) estableces metas sólo para ti. (2) Cualquier cosa es posible. (3) Tienes mucho más potencial del que crees. (4) El éxito es tu deber, obligación y responsabilidad. (5) No hay escasez de éxito. (6) Sin importar la talla de la meta, requerirá trabajo. Una vez revisados esos conceptos, siéntate y escribe tus metas. Y luego estarás dispuesto a reescribirlas cada día hasta lograrlas.

Si subestimas tu potencial, será imposible establecer metas apropiadas. Imponte metas pequeñas y no crearás acción masiva. Sé que el concepto de la Regla 10X NO es para todos. Es claro que no se dirige a quienes aceptan el promedio o la mediocridad o se conforman con las sobras. No es para los que dependen de la esperanza y la oración para obtener el éxito. La Regla 10X o Regla de oro está diseñada para los pocos obsesionados con la creación de una vida excepcional y están a cargo del proceso. La Regla 10X remueve los conceptos de suerte y oportunidad de la ecuación de tu negocio y demuestra qué mentalidad debes forjar para dar con el éxito rotundo.

Considera el siguiente escenario: digamos que estableces tus metas financieras. En 2009, el presidente de Estados Unidos dijo que la gente que ganaba 250 000 dólares podía considerarse rica. De acuerdo con la tendencia actual, tus impuestos serían de por lo menos 100 000 dólares, dejándote 150 000 dólares. Después de pagar dos autos, la hipoteca, los impuestos sobre la propiedad, la comida, el vestido y la escuela de tus hijos, quizá te queden unos 20 000. Si ahorras ese dinero durante los siguientes 20 años, terminarás con unos 400 000 dólares, asumiendo que nada sale mal. Ahora toma en cuenta que tus padres —posiblemente los dos y ambos suegros— quizá no planearon su retiro de modo apropiado. Sobrevivirán a sus ahorros unos 15 años y dependerán de ti. Si esto sucede, muy pronto te darás

cuenta, y demasiado tarde, de que subestimaste tus metas financieras y gastarás más esfuerzo administrando lo creado que el empleado para acumularlo. Y recuerda: además de cuidar de tus padres, debes financiar tus propios años de retiro. Además, este escenario no toma en cuenta ningún incremento al costo de la vida, ninguna noticia negativa, emergencias, ni sucesos mayores. Añade a la mezcla un poco de lo sucedido en los últimos dos años y verás que 90 por ciento de la población ha subestimado las metas y objetivos necesarios para financiar sus estilos de vida y también sus propósitos vitales. El pensamiento “pequeño” ha sido y siempre será castigado de una u otra manera.

Vivimos en un planeta cuya creencia primaria es subestimar todo. Las mejores escuelas de negocios citan a la subcapitalización como una de las principales razones para el fracaso de las empresas. Esto es causado por malos cálculos respecto de cuánto dinero quema una empresa antes de establecer su producto y aquí tenemos otro ejemplo de que lo promedio no es suficiente.

El mayor arrepentimiento de mi vida no es haber trabajado como un burro y lo hice, sino apartarme de objetivos 10 veces mayores a los que originalmente pensé. ¿Por qué? Porque mis metas estaban influidas y limitadas en gran medida por mi educación. No culpo a nadie; es un hecho y nada más. Pasé los primeros 30 años de mi negocio entendiendo bien la parte del esfuerzo 10X y pasaré los siguientes 25 entendiendo la parte del establecimiento de metas 10X. Así que te recomiendo lo siguiente:

1. Establece metas 10X.
2. Coordínalas con otros propósitos.
3. Escríbelas cada día, al despertar y antes de dormir.

Ejercicio

Escribe cómo tu crianza influyó en el establecimiento de tus metas.

¿Qué otras metas o propósitos alineados con tus metas primarias impulsarían aún más tus acciones?

Mira la lista de metas que escribí y encuentra dos cosas que todas tienen en común.

CAPÍTULO 10

La competencia es para miedosos

Una de las grandes mentiras perpetuadas por la humanidad es que la competencia es buena. ¿Buena para quién, exactamente? Puede ayudar a que los clientes tengan opciones y hacer que otros hagan las cosas mejor. Sin embargo, en el mundo de los negocios, siempre debes estar en posición dominante, no sólo competente. Si el viejo dicho reza: “La competencia es sana”, el nuevo afirma: “Si la competencia es sana, ¡entonces el dominio es inmunidad!”

A partir de lo visto, competir con otros limita la creatividad de una persona porque él o ella observa constantemente lo que los demás hacen. La razón por la que mi primer negocio fue tan exitoso es que pude crear programas de ventas que introducían una manera original de vender para la que no existía competencia. Era una nueva manera de pensar y de acercarse a las ventas. Nadie había hecho nada que no fuera copiar durante los últimos 200 años. Así que ignoré a la competencia e inventé un nuevo proceso de ventas llamado “Ventas asistidas por la información”. Esto fue antes de la aparición de internet y de que los consumidores dispusieran de información. Predije que los vendedores desecharían las viejas fórmulas de ventas y aprenderían a usar la información para asistirlos. Aunque estaba adelantado a mi tiempo y los pensadores tradicionales resistieron una vez que internet alcanzó la masa crítica, este tipo de ventas se convirtieron en una nueva opción y mi competencia quedó aferrada a procesos y sistemas antiguos. Y yo quedé hasta arriba porque la gente se emocionaba al ver algo nuevo. Los pensadores adelantados a su tiempo no copian. No compiten. Crean. Tampoco ven lo que otros hicieron. Nunca conviertas

competir en meta. Mejor, haz todo lo posible por dominar tu sector para no desperdiciar tiempo yendo en pos de otro. No permitas que otra empresa establezca el ritmo; que sea el deber de tu organización: convertirte en líder de la manada. Hazlo de manera que quieran perseguirte y traten de ser como tú, no al revés. Esto no significa alejarte de estudiar las mejores prácticas de los demás en la industria. Sin embargo, lleva esos conceptos a otro nivel. Por ejemplo, Apple construye computadoras y teléfonos inteligentes; no copió simplemente lo que Dell, IBM, Rimm y otros hacían. Apple no compete; domina, establece el ritmo y permite que otros dupliquen su éxito. No fijes tus metas a nivel competitivo. Fíjalas a un nivel que dominará completamente.

¿Y cómo dominar, podrías preguntarte? El primer paso consiste en decidirse a dominar. La mejor manera es hacer lo que otros no desean. Así es: haz lo que no quieren hacer. Esto te labrará un espacio y desarrollarás una ventaja injusta. Déjame ser claro: yo quiero una ventaja injusta si puedo crearla. Aunque siempre soy ético, nunca juego limpio. Busco maneras de obtener una ventaja injusta y una manera segura de lograrlo es haciendo lo que otros no quieren hacer. Encuentra algo que no pueden hacer, tal vez debido a su tamaño o al compromiso con otros proyectos, y explota esa veta. Tal vez recortan gastos en un momento de incertidumbre económica. Éste sería tu momento para expandirte a esos espacios que ellos dejan libres al contraerse. Una empresa con la que trabajé, dedicada a los implantes dentales, me dijo que el líder en ese campo cortó los gastos de viaje, disponiendo que todo el contacto con los clientes fuera vía telefónica e internet. Para obtener una ventaja competitiva, decidimos dominar los contactos personales mientras el líder se retraía. ¡Dominio, no competencia!

Nunca juegues con base en las reglas aceptadas con que otros operan. Las reglas, normas y tradiciones de cualquier grupo o industria son trampas contra nuevas ideas, mayores niveles de grandeza y dominio. No te limites a participar en una carrera; ubícate al principio de la lista. Mejor todavía:

serás el único considerado como solución viable. Adopta la actitud de tener tanto poder en tu espacio que tus clientes, tu mercado y hasta tu competencia automáticamente piensan primero en ti cuando se preguntan qué hacer. IBM hizo esto con tal efectividad que todas las PC's eran llamadas IBM's. Hubo una época en que Xerox logró esto con tanto éxito en las copadoras que no se hablaba de sacar copias, sino de Xeroxear. Eso es dominación pura de un sector y proteger de modo eficiente tu marca registrada. La meta en mi empresa de entrenamiento para las ventas no es competir con los otros por la utilidad o los clientes, es asegurarnos de que cada ser humano del planeta Tierra piense en Grant Cardone cuando se trate de entrenamiento para las ventas. ¿Asequible? Probablemente no, pero es el objetivo para la toma de decisiones. No competimos con nadie más para ser los mejores del sector. Nuestra meta es dominar el pensamiento de toda la gente de modo que mi nombre se convierta en sinónimo de entrenamiento para ventas. Haz una búsqueda en Google que diga "sales motivation" y mira el video que aparecerá. Es la manera de acercarte a un sector, meta o cualquier otra empresa: ser dueño por entero.

Siempre puedes aprender de los competidores; no te limites a perseguirlos. Se dice que Sam Walton, fundador de Wal-Mart, compraba cada semana en otras tiendas para ver qué hacían bien y mejorarlo. Al mismo tiempo, tenía la meta de dominar no de competir. Si duplicas lo mejor de otros, entonces acaba con ellos, sé el campeón de esa práctica y hazla tuya. Refina sus "especialidades" hasta transformarlas en *tu* ventaja. Hazlo hasta convertirte en líder experto en esa área y domínala hasta que ya ni siquiera intenten superarte. No tienes que ser el primero en llegar al espacio. El mensaje que envías al mercado por medio de tus acciones es: "Nadie puede conmigo. No pienso irme. No soy un competidor. Soy *el espacio*".

La mayoría de ustedes tendrá menos dinero que algunos líderes de tu espacio. Incluso si tienes menos que los otros participantes del mercado, eso no significa desventaja. Aunque te superen en gasto general y de publicidad, trabaja

más que ellos usando los medios sociales, las visitas personales, el correo, el correo electrónico y demás. Crea campañas con tus recursos. No hay escasez de energía, creatividad o de lo mucho por hacer para contactar a tus clientes. Usa variantes de las campañas de ofertas, información, video, vínculos, validación por terceros, correo normal, correos electrónicos y también combina las visitas personales para contrarrestar las caras campañas que usan los grandes del juego. *Advertencia:* cuando uses la actividad para contrarrestar la publicidad de “bolsillos profundos” de los competidores, nunca subestimes la cantidad de energía requerida para ser notado y mantener la atención de tu espacio. Por ejemplo, la gente piensa en postear un par de veces al día en Facebook o Twitter y que con eso crean un efecto. No entiendes la acción masiva si piensas así, y definitivamente subestimas el tamaño de internet si piensas que un par de anuncios hará que te conozcan. Igual que en los otros aspectos de tu negocio, debes mostrarte una y otra vez para dejar en claro que no piensas retirarte.

Lo bueno de las redes sociales es que cualquiera puede jugar en ese espacio sin importar su situación financiera. Permite la creatividad ilimitada y recompensa sólo a quienes las usan de modo consistente. Cuando empecé a jugar con las redes sociales, posteaba un par de veces al día. No sé en qué pensaba, fue un lapsus de pensamiento a lo pequeño. De manera simultánea implementamos estrategias de envío de correos electrónicos mensuales y nos encontramos con peticiones de gente que deseaba ser retirada de nuestra campaña de correos electrónicos. Mis colegas sugirieron que me replegara. En ese momento desperté y recobré mis sentidos. En lugar de retraerme, di la orden de aumentar la cantidad de correos diez veces. Luego instruí a mis empleados en el sentido de enviar correos electrónicos estratégicos dos veces a la semana en lugar de hacerlo una vez al mes (8X) y empecé a postear comentarios personales en Twitter 48 veces al día (una vez cada 30 minutos). Cada mensaje era escrito por mí y estaban diseñados para ser distribuidos a una hora determinada. Aunque podrías asumir

que las quejas y las peticiones para dejar de recibirlos se incrementaron con esta campaña de flujo masivo, no fue así. Más bien, recibimos correos electrónicos y posts de admiración por mi nivel de actividad, y felicitaciones por mi deseo de brindar información de ventas y motivacional gratuita. Las preguntas llegaron en tropel: ¿Cómo puedes hacer todo esto? ¿Qué tan grande es tu equipo? ¿De dónde sacas el tiempo? ¿Descansas alguna vez? Y por cada persona que comentaba algo, debía haber otras mil pensando cosas semejantes... ¿y en quién crees que pensaban? Esto no fue costoso; sólo tuve que invertir energía, esfuerzo y creatividad. Al mismo tiempo preguntaron al tipo con quien más me comparaban qué pensaba de las redes sociales. Respondió lo siguiente: “Sigo evaluándolas”. Mientras él evalúa, yo lo acabo. Un día puse en Twitter lo siguiente: “Convertiré a Twitter en mi perrita”.

Éste es un gran ejemplo de dominación, pensamiento y acción desbordados que no me costó dinero. Piensa en la dominación desde este ángulo: no dominas si no penetras y no penetrarás mediante niveles razonables de actividad. Tu mayor problema es la oscuridad: los demás no te conocen y no piensan en ti.

Otro problema es superar el nivel de ruido existente en el mercado. Para ello, haz dos cosas: (1) sé advertido y (2) supera el ruido. En mi caso, si nos hubiéramos retraído para satisfacer a unos pocos quejumbrosos, no habríamos expandido nuestra base de contactos. Mientras más posteaba, más le gustábamos a la gente. Mientras más ofrecíamos, a más gente ayudábamos. Conforme explotábamos este nuevo recurso, veíamos que los competidores se burlaban de mí. Pero hasta estos comentarios trajeron la atención sobre mí y nuestro negocio. Dos cosas sucederán cuando emprendas las acciones apropiadas: (1) tendrás un nuevo grupo de problemas y (2) tu competencia te promoverá. Me encanta saber que impacté tanto a los demás que hablan de mí sin conocerme, elevando la atención sobre mi negocio, mis productos y lo que me traigo entre manos.

Determina capacidad, acciones y mentalidad de tu competencia. Haz lo que ellos no hacen, ve a donde ellos no van y piensa y actúa en cantidades 10X que ellos no comprenden. No te involucres demasiado en sus mejores prácticas; lleva tus acciones a un punto considerado irracional por el mundo, en que tú y tu compañía hagan esas cosas que sólo tú y tu compañía quieren hacer, algo que llamo “sólo prácticas”.

En el caso de una empresa que contrató mis servicios de consultoría, identificamos situaciones para emplear sólo las prácticas. Descubrimos que la industria luchaba con la práctica de dar seguimiento a los clientes. Entonces estudiamos lo que la competencia no hacía y encontramos que ninguno llamaba a los clientes una vez salían de la tienda. Esto llevó a ejecutar programas en los que se llamaba a los clientes cuando salían del estacionamiento. Los gerentes llamaban a los celulares de los clientes en cuanto salían de las instalaciones de la empresa y les pedían regresar. Si la llamada se iba al mensaje de voz, el gerente dejaba un mensaje pidiendo al cliente que por favor regresara inmediatamente, debía ver algo. O enviaba un mensaje de texto sugiriendo que la compañía tenía algo urgente que enseñarle. Si no era exitoso el contacto realizado, otro gerente repetía la llamada ese mismo día y luego de nuevo, a la mañana siguiente. Los resultados fueron una locura. Casi 50 por ciento regresaban de inmediato y casi 80 por ciento se hicieron clientes en ese momento. Otro 20 por ciento regresó como resultado de las llamadas y aumentaron las ventas de la organización a nuevos niveles. Éste es un ejemplo de “sólo prácticas”.

No importa lo que hagas, hazlo; sí importa que tu meta sea dominar tu sector con acciones inmediatas, consistentes, persistentes y a niveles en que nadie más desea operar o duplicar. Haz lo que sea y llévalo a un nivel que te separará a ti y a tu empresa de todos los que estén en tu espacio. Invierte hasta lo último de tu energía, esfuerzo y creatividad para distinguirse como el único protagonista. Aprende a dominar siendo el primero en la mente de tu mercado, de tus

clientes e incluso de tus competidores. Las condiciones del mercado no mejorarán hasta transformar tu manera de pensar y de acercarte al mercado. Incluso en uno débil, sufres menos cuando lo dominas. Los mercados débiles crean oportunidades: los participantes se hacen dependientes y débiles porque no saben cómo operar en un ambiente con mayores retos. No te sientas mal por ellos; domínalos. No tienen mala suerte; les fallan las ideas y acciones promedio. El mercado es inclemente y castigará a quien no realice las cantidades necesarias de acción. Ahora es el momento de cambiar para que cada pensamiento y acción se oriente a dominar tu sector, mercado, competencia y hasta el pensamiento mismo de los clientes potenciales. Deja la idea de competir. A pesar de lo que todo el mundo dice, no es sano. Es para miedosos.

Ejercicio

¿Cuál es la diferencia entre dominar y competir?

Si la competencia es sana, la dominación es _____.

¿Cuál es la diferencia entre las mejores prácticas y las prácticas en exclusiva?

¿Cuáles son algunas de las prácticas para distinguirse de tu competencia?

CAPÍTULO 11

Escapar de la clase media

Por favor no te ofendas por lo que escribiré en este capítulo. Sé que muchos de ustedes han pasado su vida tratando de acceder a la clase media y voy a decirte que es el objetivo equivocado. Mantén una mentalidad abierta. Escribiré un libro entero sobre este tema un día. Por ahora, sólo pensemos en escapar de lo que yo llamo “la mentalidad de la clase media”. Creo que tengo razón al afirmar que es el grupo más lastimado por las ideas y acciones de sus miembros, haciéndolos más susceptibles a la inseguridad y el dolor. Aunque mucha gente aspira a ser parte de este grupo, también es el que parece más atrapado, manipulado y en riesgo. ¿Es la clase media un estatus tan bueno como te han hecho creer? ¿Sabes siquiera lo que significa ser clase media o qué ubica a una persona en este grupo? Antes de tomar una decisión sobre cuál será tu camino o sobre el grupo al que deseas pertenecer, sería sabio analizar algunas estadísticas.

Los ingresos de la clase media

Reportes de Wikipedia y del censo de 2008 en Estados Unidos sugieren que el rango de ingreso de la clase media está entre 35 000 y 50 000 dólares al año. Lee otros estudios y estos números van de 22 000 a 65 000 dólares al año. No es ningún secreto que sería extremadamente difícil vivir con cualquiera de estos ingresos en zonas urbanas de Nueva York o Los Ángeles, sin hablar de seguridad financiera. Esta experiencia está muy lejos de ser considerada como una situación deseable.

La clase media se subdivide en media alta y media baja. La media alta es integrada por personas que tienen bienes sustanciales y ganancias domésticas por más de un millón de dólares al año, aunque no hay nada que justifique este límite. Supongo que suena bien. La mayoría considera que un millón de dólares es un montón de dinero, hasta que lo tienen. Entonces se dan cuenta de que no rinde demasiado pues las decisiones y consideraciones de una persona tienden a cambiar una vez que él o ella acceden a un nuevo nivel de ingreso.

La gente de esta supuesta clase media alta ocupa posiciones notablemente más elevadas en sus oficinas y es considerada mucho más estable financieramente. Muy bien puede ser el caso, al menos hasta que cualquier tipo de desastre económico tiene lugar. Entonces constatamos que este grupo está desprotegido. Admito que sus miembros experimentan un considerable aumento en su salario debido al crecimiento económico de la nación en tiempos prósperos. Tienen ingresos disponibles más altos que muchas de sus contrapartes en la clase media baja, integrada por personas con educación básica y un ingreso anual que va de 30 000 a 60 000 dólares. La clase media baja constituye una buena parte del total de la población de Estados Unidos. Esto desata frecuentes luchas por alcanzar el nivel de la clase media alta; sin embargo, cuando los sinsabores económicos se presentan, todos son jalados hacia abajo.

Un cliente me preguntó vía mensaje de texto: “Grant, tengo que ingresar 10 000 dólares para mantener mis puertas abiertas este mes. ¿Cómo puedo hacerlo?” Sucedió que recibí su mensaje durante un juego de fútbol americano de domingo por la tarde, así que le pregunté: “¿Estás viendo el juego de hoy?” Él me respondió con un texto que decía: “Sí”. Entonces yo le respondí: “¿¡Qué haces tomándote un domingo de descanso para ver un juego!?! Deberías estar distribuyendo volantes, pasando cada segundo de cada hora creando el ingreso que necesitas. Y, por cierto, necesitas 100 000 de utilidad neta, no 10 000”. “El domingo”, respondió, “es un día de descanso”. Oh, Dios. Me fui de espaldas: “¡Lo es

para quienes trabajaron los otros seis días! El Señor no se dirigía a la gente que estaba corta de fondos o no se había ganado el día de descanso. ¡Así que apágale al juego, levántate del sofá y consigue el dinero que necesitas! Deja de ser un esclavo de la clase media, ve y crea el ingreso que necesitas para asegurar la riqueza y la libertad financiera para ti, tu casa y tu empresa!” Creo que captó el mensaje.

Mi cliente está en riesgo porque opera con base en lo que necesita y, por lo tanto, sólo está “pasándola”. Desafortunadamente, la mentalidad de la clase media no creará seguridad financiera. Los bancos se cebaron de ella; ya no puede depender del crédito como colchón y ahora sólo depende de sus acciones. Es el problema con muchos miembros de la clase media. Persiguen lo necesario sin aspirar nunca a lo grande. Mucha gente piensa que una vida cómoda de clase media incluye ropa, casa, autos, tiempo de vacaciones, quizás un puesto ejecutivo y algo de dinero en el banco.

Sin embargo, dependiendo del periodo de la historia al que me refiera, el término “clase media” ha tenido varios significados, muchos de los cuales fueron y son bastante contradictorios. Se han referido a la gente que está entre los campesinos y la nobleza, en tanto otras definiciones sugieren que tuvo suficiente capital para rivalizar con los nobles. Queda claro que transitamos un largo camino desde ese significado hasta el de hoy. Por ejemplo, en India se considera que la clase media reside en las tierras de un propietario, en tanto un trabajo de cuello azul te convierte en miembro de la clase media estadounidense; lo que en Europa te convierte en miembro de la clase trabajadora.

Una distinción importante es que mi propia referencia a la “clase media” es una mentalidad más que una cuestión de nivel de ingreso. Alguien que gana un millón al año aún puede adoptar pensamientos y acciones de la clase media. Se trata más de una mentalidad que tiende la trampa. La clase media es, en buena medida, una meta que no te proveerá lo que en verdad quieres. No olvides que “media” — normal o promedio— es sinónimo de los términos calificados

como muy poco atractivos.

¿Pero qué significa la clase media para la mayoría de la gente en nuestros días? En febrero de 2009, la reputada publicación semanal *The Economist* anunció que más de la mitad del mundo pertenece ahora a este grupo como resultado del rápido crecimiento de los países emergentes. El artículo lo caracterizaba como ganador de una cantidad razonable de ingreso sin vivir con el Jesús en la boca como los pobres. Se le definía como la clase que empezaba en el punto en que a la gente le quedaba una tercera parte de su ingreso para gastar libremente, después de pagar alimentación básica y habitación.

Sin embargo, casi ningún miembro de la clase media actual dispone de una tercera parte de su ingreso. Este grupo se encuentra bajo el ataque de algo llamado “el apretón de la clase media”: una situación en que los aumentos al salario no igualan los de la inflación. Al mismo tiempo, el fenómeno no tiene un impacto semejante sobre quienes ganan mejor. Añade a la ecuación que mucha de su riqueza proviene de deudas y cálculos hipotecarios que son más tinta que dinero real.

Las personas que pertenecen a la clase media frecuentemente descubren que su dependencia de los créditos —empeorada por el colapso del mercado de la vivienda— les impide mantener su estilo de vida, amenazándoles con una movilidad negativa que contrarresta las aspiraciones de la movilidad positiva. Éstas son la gravedad, la resistencia y las condiciones inesperadas que mencioné. Este grupo experimenta después un declive en el ingreso conforme los puestos de trabajo se pierden. Y por primera vez en nuestra historia, vemos que más hombres que mujeres pierden su trabajo porque se deja ir a los de más sueldo para conservar a sus contrapartes femeninas más baratas. Asimismo, los precios de los productos básicos —como energía, educación, vivienda y seguros— van aumentando en tanto los salarios decrecen. Este tipo de “apretón” siempre afecta a los grupos más grandes de una población. Los ricos no dependen del ingreso y del

endeudamiento, y los pobres recibirán ayuda para la que no califica la clase media.

Para la mayoría, pertenecer a la clase media significa tener un empleo confiable con salario de justo a bueno, con servicios de salud consistentes, una casa cómoda en un bonito vecindario, una buena educación para los niños, tiempo libre para vacaciones (esto es muy apreciado) y dinero en un fondo 401 (k) que crece para permitir un retiro decente. Sin embargo, todo esto, que dimos por hecho durante tanto tiempo, está ahora en riesgo debido al aumento del costo de la vivienda y al colapso del crédito. La clase media es aplastada y, cuando mucho, espera recuperar sus viejos logros. Este grupo de ingreso medio se reduce constantemente. Los trabajos de sus miembros están amenazados y sus ahorros e inversiones en riesgo. Las apreciadas vacaciones del pasado terminarán por ser más bien una visita al parque de la colonia.

¿Por qué digo todo esto? Pregunta a la gente de la clase media si se siente segura o en una posición envidiable; aunque pueden decirse agradecidos por no ser “pobres”, también que se sienten más como miembros de la clase trabajadora que de la media. Considera que el dólar vale menos hoy que ayer y aún menos mañana. Alguien que gana 60 000 dólares al año paga 15 000 en impuestos. Si tiene suerte, él o ella se queda con unos 45 000 al año —lo que equivale a 32 000— para alojamiento, escuela, seguros, alimentos, pagos del auto, gasolina, emergencias médicas, vacaciones y ahorros. ¿Te resulta esto deseable? La clase media fue un sueño vendido a incontables norteamericanos como si se tratara de una meta positiva. Sin embargo, las cosas sólo se acercan a lo bueno, y más cerca de parecerse a una ratonera con un gran pedazo de queso sobre ella.

Yo opino que la clase media es la categoría más atacada, restringida y confinada de la demografía socioeconómica mundial. Los que quieren ser parte de ella piensan y actúan de cierta manera; en su mundo, “apenas lo suficiente” es la recompensa. La idea de que uno tendrá lo suficiente para estar “cómodo” o “adecuadamente satisfecho”, es un

concepto que nos han vendido el sistema educativo, los medios y los políticos, para convencer a una población entera de que se conforme en lugar de luchar por la abundancia. Sin embargo, un poco de perspicacia nos descubre que se trata de una promesa hueca. Hoy, el 5 por ciento más rico de la población controla 80 billones de dólares, más dinero del que se ha creado en toda la historia de la humanidad. Si supieras que tienes el mismo nivel de creatividad y energía para pasar al siguiente nivel, ¿no lo harías?

Ejercicio

Antes de leer este capítulo, ¿cuál era tu idea de la clase media?

¿Cuáles son los niveles de ingreso de la clase media?

¿Qué significa la clase media para ti?

CAPÍTULO 12

La obsesión no es una enfermedad, es un don

El diccionario define el término “obsesión” como “dominio del pensamiento o de los sentimientos propios por una idea, imagen o deseo persistente”. Aunque el resto del mundo trata esta mentalidad como enfermedad, creo que es el adjetivo perfecto para denotar cómo acercarte al éxito. Para dominar tu sector, meta, sueño o ambición, primero domina cada interés, pensamiento y consideración. La obsesión no es algo malo en este caso; es un requisito para llegar adonde quieres ir. De hecho, querrás ser tan fanático del éxito que el mundo sabrá que no te retirarás ni te irás. Y hasta que estés completamente obsesionado por tu misión, nadie te tomará en serio. Hasta que el mundo entienda que no te vas a rendir, que estás 100 por ciento comprometido y tienes la absoluta convicción de persistir y lograr tu proyecto, no obtendrás la atención que necesitas y el apoyo que quieres. En este contexto, la obsesión es como el fuego; quieres que sea lo suficientemente grande para sostener el calor y la luminosidad. Tú te obsesionas por mantener el fuego ardiendo o éste arderá hasta dejar solamente cenizas.

Para crear una realidad 10X, debes seguir cada acción con obsesión por verla convertida en éxito, estar seriamente motivado para asumir acciones 10X cada día. Aunque la gente actúa constantemente, sabemos que esta acción no los llevará a ninguna parte. La mayoría no hace nada o se ha dado por vencida, y otros se retiran en un intento por evitar el fracaso y las experiencias negativas. Enormes segmentos de la población operan en niveles normales para seguir adelante

y conformarse al entorno. A estos grupos les falta la obsesión para llevar sus acciones hasta el éxito. *La mayor parte de la gente sólo hace el esfuerzo necesario para que las cosas se sientan como trabajo, en tanto que los más exitosos dan seguimiento a cada acción con una obsesión que se convierte en recompensa.*

Si te obsesionas con tu idea, propósito o meta, te volverás igualmente adicto a la idea de hacerla funcionar. Quien se propone crear sobrevivencia 10X positiva, de largo plazo, deberá aproximarse a cada momento, decisión, acción y a cada día con esta determinación. Después de todo, si tus ideas no preocupan en exceso a tu propio pensamiento, ¿cómo esperar que ocupen los pensamientos de los demás? *Algo* tiene que absorber tu mente cada segundo del día, ¿entonces, qué quieres que sea? Obsesiónate por algo. ¡Convierte tus sueños, metas y misión en la preocupación dominante de tu mente y de tus acciones!

El término “obsesionado” tiene una connotación negativa porque muchas personas creen que la obsesión es usualmente destructiva o dañina. Pero enseñame a una persona que haya logrado la grandeza sin estar obsesionada en algún nivel. No encontrarás ejemplos. Cualquier individuo o grupo que logre algo significativo estuvo por completo obsesionado por una idea. Ya se trate de un artista, músico, inventor, hombre de negocios, agente del cambio o filántropo, su grandeza es resultado de su fijación.

Alguien me preguntó alguna vez si siempre estuve obsesionado por el éxito y el trabajo. Respondí: “¡Por supuesto que no!” Al principio sí, pero sólo hasta los diez años. Luego lo dejé ir y no me obsesioné hasta que cumplí los 25. He seguido así en mayor o menor grado desde entonces, y lamento esos años en que no me obsesionaron mis sueños y metas. Puedo decirte que mi vida ha sido mucho mejor desde que me apasioné por mis sueños y metas, incluso cuando las cosas marcaban mal.

Recientemente, vi una entrevista televisiva con el presidente israelí Shimon Peres. Tenía 87 años en ese

momento y había otorgado 900 entrevistas en los 18 meses anteriores. Su obsesión con su misión lo hacía parecer joven y energético a pesar de la edad. Incluso quienes no creen en su misión admiran su compromiso con ella, lo que se evidencia en su frase de que “el trabajo es mejor que las vacaciones, y es importante tener un propósito para levantarse cada día”. Incontable gente exitosa está de acuerdo con el sentimiento de que sus carreras no se sienten como trabajo sino como algo que aman hacer. Se trata de una obsesión en su versión más refinada.

Los niños son un ejemplo perfecto de seres obsesivos. Se adhieren a cualquier labor: aprender, imitar, descubrir, jugar y usar toda su energía para lo que capte su interés. A menos de existir algún retraso en el desarrollo, ningún niño se aproxima a sus actividades sin obsesión franca y completa preocupación, sea chupón, juguete, comida, atención paterna o urgente necesidad de ser cambiado. De esta manera, la obsesión es un estado humano natural. No se convierte en un “problema” hasta que un padre, cuidador, maestro o la sociedad como un todo, comienza a reprimir esta fijación. Hacen sentir al niño como si su compromiso con la meta estuviera equivocado, más que ser algo correcto y natural. En este punto, muchos niños comienzan a asumir que su inmenso interés por la vida y el descubrimiento —su compromiso innato de estar a cargo— es erróneo o poco natural. Fueron engañados por quienes hace tiempo se dieron por vencidos ante sus propias obsesiones para cambiar su conducta. Éste es el caso en que una persona pasa de los niveles superiores de compromiso y acción a los niveles “promedio”.

Para que no pienses que hablo de algo en lo que no tengo experiencia, te diré que acabo de tener mi primer hijo. Admito que, aunque su naturaleza obsesiva asoma la cabeza en momentos inconvenientes para mí, *jamás* se me ocurre suprimirla. ¡Es mi deseo ferviente que mi hija se obsesione con sus sueños, que nunca se dé por vencida al perseguirlos y pase el resto de su vida mejorándolos! Me encanta la sensación de obsesionarse con una idea y admiro a los

fanáticos. ¿Quién no se conmueve ante personas o grupos que persiguen las cosas en las que creen con todo su corazón, consumidos por sus ideas hasta despertarse en sus sueños cada día, trabajando por ellos el día entero para luego dormir y soñar con el centro de su pasión de nuevo, toda la noche? En cuanto otras personas notan la intención, la convicción y el compromiso en los apasionados pensamientos, y movimientos del individuo, se quitan del camino.. *Sugiero que te obsesiones con las cosas que quieres; de otro modo, pasarás la vida obsesionado con elaborar excusas para justificar por qué no obtuviste la vida deseada.*

Es desafortunado que las personas con este tipo de obsesión y fiera determinación sean catalogadas como desequilibradas, adictas al trabajo, obsesivas y toda una serie de etiquetas. ¿Qué tal si el mundo viera la pasión de una persona, su obsesión inmortal y el deseo extremo de lograr sus metas como dones y no como defectos y males? ¿No lograríamos más todos? ¿Por qué la gente debe convertir una pasión por la excelencia y una obsesión por el éxito en algo negativo?

Es interesante notar, sin embargo, que una vez que el obsesionado logra el éxito, dejan de etiquetarlo como loco y comienzan a tacharlo de genio, de excepción a la regla y de extraordinario. ¿Qué tal si el mundo admirara, respetara e incluso exigiera que todos operáramos cada día por un enfoque obsesivo en nuestras metas? ¿Qué tal si castigáramos a las personas que no actuaran con pasión y compromiso, recompensando a las que llevaran sus proyectos hasta las últimas consecuencias? Nuestra sociedad estaría abrumada por la cantidad de inventos, soluciones, nuevos productos y eficiencia incrementada. ¿Qué pasaría si el mundo alentara la obsesión en vez de juzgarla? ¿Qué pasaría si lo único que se interpusiera en el camino a la grandeza fuera tu decisión de ir tras todo obsesivamente, con persistencia y como si tu vida dependiera de ello? Pues bien, ¡así es!

¿Habría llegado el ser humano al espacio si un equipo de

personas no se hubiera obsesionado con lograr ese objetivo? ¿Puede volverse grande un país sin que sus líderes se obsesionen con su grandeza? ¿Algún líder valioso denigraría sus sueños y alentaría que el equipo adoptara una actitud de “tómalo o déjalo”? ¡Por supuesto que no! ¿Quieres a tu equipo drogado, letárgico y robótico u obsesionado con un resultado positivo y la victoria? Nunca recortes nada, nunca diluyas la grandeza, nunca dejes de emplearte a fondo y jamás pongas un límite a tu ambición, entereza y pasión. Demanda obsesión de ti mismo y de quienes te rodean. Nunca conviertas la obsesión en algo equivocado; más bien, conviértelo en tu meta. La obsesión es lo que necesitarás para establecer objetivos 10X y llevarlos hasta el final con las acciones 10X.

Recuerda también que hacer la meta demasiado pequeña no te permitirá reunir combustible para romper la resistencia, la competencia y las condiciones cambiantes. Nada grandioso sucederá jamás sin que alguien se obsesione con el concepto y luego quede lo obsesionado al acercarse a cada labor, reto y momento como si se tratara de algo vital, necesario y obligatorio ¡La habilidad de obsesionarse no es un mal... es un don!

Ejercicio

Escribe los nombres de tres personas obsesionadas que lograron algo grande.

¿Qué cosa positiva merece que te obsesiones con ella?

¿Por qué es mejor estar obsesionado que no estarlo?

¿Qué meta te haría estar obsesionado?

CAPÍTULO 13

Apuesta tu resto y comprométete de sobra

Ahora que espero haber rehabilitado tu opinión respecto de la naturaleza de la obsesión, discutamos lo que debemos hacer para echar a andar todas las acciones y te comprometas completamente con cada nueva oportunidad.

La mayoría de las personas están familiarizadas con el concepto de poner “el resto” como se usa en el póquer. Es lo que sucede cuando un jugador pone todas sus fichas en riesgo aceptando que puede perderlas o duplicar su número. Aunque aquí no me refiero a dinero o fichas, sino a una apuesta más importante: tus esfuerzos, tu creatividad, energía, ideas y persistencia. La acción masiva no es como una mesa de póquer; nunca te quedas sin fichas para actuar en la vida ni usas toda tu energía y esfuerzo al comprometerte. Tus fichas más valiosas son tu mentalidad, acciones, persistencia y creatividad. Puedes optar por apostar “tu resto” tantas veces como quieras, porque incluso si fallas... ¡seguirás poniendo tu resto!

La mayoría de la sociedad desalienta esta mentalidad de arriesgarlo todo porque nos enseñan a jugar a la segura y a no poner todo en riesgo. Se alienta el conservarnos, el protegernos de las pérdidas en lugar de ir por el pago grande. Los gigantes de este planeta hacen grandes apuestas. Esta mentalidad de nuevo se basa en el mito de que tu energía, creatividad y esfuerzo son cosas materiales en cantidades limitadas que no se remplazan. Hay ciertas cosas en la vida que tienen límites, pero tú no, a menos que te los impongas tú mismo.

Es vital reorganizar tu cabeza por completo en lo que se refiere a actuar y entender que no hay límite para seguir actuando. Puedes fallar o tener éxito tantas veces como quieras y luego hacerlo una y otra vez. También piensa que no lograrás un cuadrangular si no haces contacto con la intención de ir por las bardas, y nunca batearás en grande si no te disciplinas para ir con todo cuando estés en acción.

Todos sabemos de la fábula de la liebre y la tortuga. La lección, por supuesto, es que la tortuga gana porque se toma su tiempo, en tanto que la liebre se apresura, se cansa y pierde la oportunidad de ganar. Se supone que debemos ser tortugas: individuos que van por sus metas firme y lentamente. Si hubiera un tercer competidor en la fábula que tuviera la velocidad de la liebre y la persistencia de la tortuga, vencería a ambas. La fábula, entonces, se llamaría *Superadas*. La sugerencia es acercarte a tus metas como la tortuga y la liebre, atacándolas de modo implacable desde el principio y también persistiendo durante la “carrera”.

Recuerda: ¡no hay límite en cuanto a las veces que puedes recuperarte y seguir adelante! ¡No hay fracaso a menos que te rindas! Es imposible usar toda tu energía o creatividad y que se te acaben las ideas. Nunca perderás la capacidad de tener nuevos sueños, más energía, de pensar creativamente, de mirar una situación o suceso de manera distinta, de llamar una vez más a alguien, usar otra táctica o actuar con persistencia. Siempre habrá otra mano, otro día, otra oportunidad. Si el banco para el que trabajas te sigue abasteciendo con nuevas provisiones de energía, creatividad y persistencia, entonces, ¿por qué no apostararlo todo en cada mano?

Los emprendedores y en especial los vendedores sufren más cuando no apuestan el resto, asunto que discutí en mi primero libro: *Sell to Survive*. Muchos profesionales de las ventas se dan mucho más crédito del que merecen por cerrar el trato y piensan que hacen mucho más de lo que en realidad hacen. La mayoría ni siquiera levanta el pedido una sola vez, *mucho menos las cinco veces necesarias*.

Mi empresa fue contratada para conducir una campaña tipo “comprador desconocido” por una compañía internacional, con el objetivo de identificar dónde tenían lugar los reveses en el proceso de ventas. Tratábamos de recolectar información sobre en qué parte del proceso las franquicias requerían más ayuda. Visitamos más de 500 sucursales para ver qué porcentaje del tiempo la fuerza de ventas era capaz de colocar al cliente en posición de realizar un pedido. Para sorpresa de la compañía, 63 por ciento de las sucursales ni siquiera presentaban al cliente una propuesta de compra, ¡y mucho menos lograban negociar con mi comprador misterioso! Esta empresa estaba a punto de gastar millones en un programa de entrenamiento en producto cuando, en realidad, no era el problema. Los franquiciados y sus equipos de ventas temían el fracaso o el rechazo y nunca jugaban siquiera una mano en el póquer. Ya ni hablemos de apostar el resto.

Si un cliente llega a ti o tienes una oportunidad de estar frente a uno y hablas de tu producto sin hacer una propuesta, te aseguro que no obtendrás el negocio en 100 por ciento de las situaciones. La sociedad nos enseña a jugar a la segura y no apostar el todo por cada cliente y en cada oportunidad. Esto es perseguido en el mundo de los negocios con cosas como los radios de cierre, que supuestamente reflejan la tasa de éxito de un vendedor. Te diré qué hago: estoy deseoso de ir al fondo con cada cliente, en cada ocasión... ¡y tengo el radio de cierre más bajo de todos pero la más alta productividad! Va mi resto. ¡No me importa cuántas veces pierda, recuperaré mis fichas y jugaré de nuevo!

Piénsalo: ¿qué es lo peor que puede pasarte si vas con todo, todo el tiempo? Puedes perder el cliente. ¿Y qué? Aún tienes recursos ilimitados para dedicar todo al siguiente. Tienes todo por ganar y nada que perder; simplemente repiensa tu modo de aproximarte a las cosas.

Esto me lleva al tema de comprometerse en exceso, otra actividad que despierta sospechas y es malentendida en el mundo de los negocios. ¿Cuántas veces te han dicho que te comprometas menos y cumplas más? Nunca he escuchado

algo tan retrógrado y ridículo. Digamos que estás en la puesta de un espectáculo de Broadway que anuncias al público. ¿Dirás que tu elenco es mediocre, con una capacidad de canto “promedio”, y esperar que la noche del estreno todos cumplan de más? Claro que no. Esta frase sugiere que el compromiso total o, cuando menos pleno, te pone en peligro de alguna manera. Si entonces eres incapaz de cumplir con el desempeño prometido, dejarás a la contraparte insatisfecha. ¿Por qué no comprometerte al máximo y luego excederte también en el cumplimiento? Di a todos sobre el extraordinario elenco de Broadway, de modo que deseen ver el show. ¡Comprométete sobradamente y cumple también de sobra!

He encontrado que, mientras mayor sea mi compromiso con un cliente, mayor será mi nivel de cumplimiento. Es como si le prometiera a ellos y a mí alcanzar nuevos niveles de lo que haré por ellos. Mientras más energía dedico a los mercados, mis clientes o mi familia, más atento estoy para entregar exactamente lo que dije. Esto, por supuesto, exige actuar con esfuerzo 10X más que 1X. Es fácil para alguien pretender que da “110 por ciento” pero luego fallar al comprometerse por entero, porque esa persona está jugando a la segura o teme no desempeñarse al nivel necesario.

Un problema común que casi todo negocio enfrenta es la tendencia a incrementar las citas para presentar un producto o idea. La gente que solicita una cita no desea comprometerse de más con la persona que debe darle su valioso tiempo para verlos. Las grandes pretensiones, el compromiso total y las promesas extremas te separarán inmediatamente de las masas y, por lo tanto, te verás forzado a desempeñarte a niveles 10X. La única manera de aumentar las citas es aumentar el número de gente con que hablas y luego amplificar las razones por las que reservarán un tiempo para ti.

Lo mismo aplica para cada etapa del proceso de venta, se trate de seguimiento, volantes, correo regular, e-mails, redes sociales, llamadas telefónicas, visitas personales, reuniones o cualquier otra acción. Compromete toda tu energía, recursos,

creatividad y persistencia. Apuesta todo en cada actividad, cada vez que actúas y cada día. Ahora podrías preocuparte —como hace mucha gente— por no ser capaz de cumplir. Y es un problema; sin embargo, como discutimos antes, *necesitas* nuevos problemas. Son señal de que avanzas en la dirección correcta. Primero comprométete y arréglatelas para cumplir después. La mayoría de la gente no se molesta en tener un buen desempeño y en lugar de ello pasan el tiempo distrayéndose con cosas que no les sucederán jamás. Cualquiera que no enfrenta nuevos problemas, sino que se aferra a los de siempre, no avanza en la vida. Para decirlo con simplicidad: si no creas nuevos problemas, entonces no actúas lo suficiente.

Necesitas enfrentar nuevas situaciones y dilemas que te retarán para encontrar soluciones creativas. No sería bueno tener demasiada gente que ver a las dos de la tarde, o una fila esperando para conseguir una mesa en tu restaurante. Una de las más grandes diferencias entre la gente exitosa y la que no lo es, reside en que los primeros *buscan* problemas que resolver, mientras los segundos hacen todo lo posible por *evitarlos*. Así que recuerda: comprométete de más, apuesta el resto y emprende niveles masivos de acción seguidos de niveles masivos de más acciones. Crearás nuevos problemas y te desempeñarás en niveles que te sorprenderán incluso a ti.

Ejercicio

¿Qué significa apostar el resto?

¿Por qué los miembros de la sociedad desalientan esto?

¿Por qué fracasan los vendedores?

Si tú _____ te comprometes y
_____ cumples, promoverás tu
crecimiento porque _____.

¿Por qué queremos nuevos problemas?

CAPÍTULO 14

Expándete; nunca te contraigas

Mientras escribo este libro, Estados Unidos experimenta una tensión económica seria. Los números del desempleo y la incertidumbre financiera alcanzan dimensiones no vistas desde la Gran Depresión. Durante contracciones económicas mayores, como ésta, el mundo se convence de reducir, ahorrar, ser cuidadoso. Aunque esta mentalidad se concentra únicamente en la autopreservación y la protección de los bienes, ese pensamiento garantiza que nunca obtendrás lo que deseas. Y aunque la mayoría entró en un estado de contracción, pequeños grupos de personas y empresas capitalizan por medio de la expansión. Entienden que estos tiempos de apretarse el cinturón son oportunidades únicas para quitarle a los que adoptan posturas defensivas al reducir el gasto.

Dado que la contracción es una forma de retraimiento, viola el concepto de la Regla 10X, que demanda actuar, producir y crear en cantidades masivas sin importar situación o circunstancias. Admitiré que será difícil e ilógico expandirse mientras otros adoptan medidas protectoras. Sin embargo, es una manera de hacer las cosas para tomar ventaja de una oportunidad. Recuerda: no importa lo que suceda en el mundo en un momento dado, la gran mayoría no actúa masivamente. Aunque, por supuesto, hay tiempos en que debes defenderte, retirarte y conservar, hazlo por periodos cortos, sólo para prepararte, reforzarte y atacar de nuevo. Jamás te contraigas de modo continuo. Aunque escuchamos reportes de empresas que fallaron porque se expandieron demasiado rápido, en muchos casos la razón no fue tan simple. Muchas empresas fallan no por permanecer a la

ofensiva, sino porque no se preparan para la expansión y no dominan el sector.

La idea de una expansión constante, inquebrantable, es contraria a la intuición, algo impopular; sin embargo, te separará del resto de la manada más que cualquier otra actividad *per se*. La labor de expandirse cuando otros se contraen no se reduce a un concepto simplista. Se trata de una disciplina muy difícil de aplicar en el mundo real. Pero una vez que la conviertes en tu propio método de respuesta, la capacidad continua de atacar, implacablemente cualquier actividad, te moverá hacia delante. Cualquier desacuerdo con esto proviene de que la mayoría sólo ataca hasta el punto en que encuentra resistencia, y entonces se repliega. Es parecido a retar al bravucón de la escuela y echarse a correr; siempre resulta mal. Si te aproximas a las pruebas de este modo, el mercado, tus clientes y tu competencia no te creerán comprometido con un ataque persistente. Por lo tanto, te amenazarán o criticarán y tú te retraerás. Te darás cuenta de que no funcionó, pero la única razón fue que no te esforzaste lo suficiente para que el mercado, tus clientes y tu competencia finalmente se sometieran a tus esfuerzos. Los ataques repetidos en periodos extensos de tiempo *siempre* serán exitosos.

Debes implementar la táctica de la expansión sin importar si la economía y quienes te rodean te alientan o no a hacerlo. Digo esto porque vivimos en una sociedad que promueve la contracción y cuando apoya la expansión, es demasiado tarde, de ahí la debacle reciente. Las noticias relativas a la contracción deben servirte como indicador de hacer lo contrario. Nunca sigas ciegamente a las masas; casi siempre están mal. En lugar de seguir a la manada, ¡líderala! La salida está en expandirte, presionar y actuar, sin importar lo que otros digan o hagan.

Observé a otros recortar personal y dólares reservados a promocionar productos durante la pasada recesión, lo que sirvió como luz verde para aumentar mis propias fuerzas. No recorté empleados ni gasto promocional. Más bien, aumenté ambos. Aunque vi que nuestras ganancias se reducían junto

con las del resto del mundo, opté por reducir mi salario. Reasigné ese dinero a la promoción de mi negocio, lo que aumentó mi presencia y mi cuota de mercado, tomándola de organizaciones que se retraían. ¡De hecho, gasté más en publicidad, mercadotecnia y promoción en el curso de esos 18 meses que en 18 años! Me doy cuenta de cuán contrario a la razón parece esto. Admito que fue atemorizante y a veces repensaba mis acciones. Sin embargo, sabía que si seguía presionando ganaría mucho terreno.

Incluso más importantes que el dinero gastado, fueron las demandas que hice a mi personal y a mí mismo en cuanto a expandir el uso de nuestros recursos más valiosos: energía, creatividad, persistencia y contacto con nuestros clientes. Al hacerlo, aumentamos la producción en cada área: llamadas telefónicas, e-mails, boletines de novedades electrónicas, posts en redes sociales, visitas personales, conferencias, teleconferencias, seminarios impartidos por la red, conferencias por Skype y cosas así. En ese año y medio publiqué tres libros, introduje cuatro nuevos programas de ventas y produje más de 700 fragmentos de material de capacitación para un sitio de entrenamiento virtual; realicé 600 entrevistas de radio, escribí más de 150 artículos o entradas de blog e hice miles de llamadas personales. En tanto el resto del mundo se retrajo, nosotros nos expandimos en todos los frentes posibles.

Casi todos estaban convencidos de que su único recurso salvador sería el ahorro, y lo hicieron. Siempre me intrigó que cuando la gente ahorra dinero ahorra asimismo todo lo demás. Es como si la mente fuera incapaz de distinguir entre guardar papeles o números en un banco y conservar energía, creatividad y esfuerzo. El mundo entero contuvo el gasto de dólares y de esfuerzo, mientras unas pocas personas se expandieron. ¿Quiénes crees que terminaron por ganar?

La gente me pregunta cómo y por qué decidí expandirme cuando las cosas estaban tan inciertas. Mi respuesta fue: "Prefiero morir en expansión que en contracción. Prefiero fallar presionando por avanzar que retirándome". Considera esto: ¿en cuál de los cuatro niveles de acción presentados en

el capítulo 7 elegiste operar? Si permites que la economía determine tu elección, nunca controlarás tu propia economía.

¿La solución? ¡Levántate del sofá, sal de tu casa y gana tu entrada al mercado! Ponte enfrente de los clientes, busca oportunidades y demuestra que avanzas en el mercado. Procura retraerte por periodos breves, de ser necesario, para reunir los recursos que te prepararán para expandirte por medio de más acción. Tu energía, esfuerzo, creatividad y personalidad valen más que los dólares que los hombres crean y las máquinas imprimen. Y aunque gastar dinero es el método más común que los negocios usan para expandirse, no se trata del único y ni remotamente es tan valioso como asumir acciones 10X de manera consistente y persistente.

Recuerda la 10X. Quieres expandirte con el objetivo de dominar tu sector y llamar la atención actuando masivamente. Sólo entonces incrementarás tus contactos, influencias, conexiones y visibilidad con el objetivo de crear nuevos problemas. Entonces continuarás expandiéndote hasta que todos, incluyendo a tus supuestos competidores, sepan que eres un factor determinante 10X y siempre asocias tu nombre con lo que haces.

Ejercicio

¿Cuáles son algunas maneras de expandirte que sólo requieren energía y creatividad, no dinero?

¿Cuándo te has beneficiado de una contracción?

¿Cuándo has expandido tus esfuerzos? ¿Qué resultados obtuviste?

CAPÍTULO 15

Quema el lugar

Una vez que actúas en niveles 10X y sientes tracción, añade madera a tu fuego hasta empezar una fogata o un incendio que acabe con el lugar. No descanses y no te detengas nunca. Aprendí esto a la mala después de obtener mucho éxito y dormirme en mis laureles. Éste es un error muy común. ¡No lo cometas! Sigue arrojando leña hasta que el fuego sea tan caliente y brillante que ni los competidores o los cambios del mercado lo extingan. Tu fuego debe seguir brillando, y eso implica más madera, combustible y, en tu caso, más acciones. Una vez que operas de este modo, continuar será como tu segunda naturaleza, porque estarás ganando. Es más fácil y natural actuar masivamente cuando estás ganando, y la victoria sólo es posible con acciones masivas.

Cuando “calientas” las cosas, inmediatamente te pones al tanto —y hasta te obsesionas— con las posibilidades y ves nuevos niveles de resultados positivos. Tus acciones empezarán a perpetuarse como una rueda que, una vez en marcha, sigue adelante. Newton habló de la ley de la inercia: un objeto en movimiento sigue adelante. Puede que incluso te descubras operando con poco alimento y descanso porque literalmente subsistes con la adrenalina de tus victorias. Más o menos en este momento la gente empezará a manifestarte admiración, y luego te dará consejos. No hagas caso a quienes te sugieren que ya “hiciste suficiente” o te recomiendan descansar o vacacionar. Éste no es momento para descanso y celebración; es tiempo de más acción. Andy Grove, uno de los primeros empleados de la corporación Intel, acuñó el dicho: “Sólo los paranoicos sobreviven”.

Aunque no recomiendo un permanente estado de paranoia, creo que debes comprometerte con la acción. Incluso después de lograr éxitos en el camino, excede tus metas. El tiempo para celebrar o tomar vacaciones, llegará. Ahora, sigue echando leña hasta que el fuego sea tan ardiente que nadie —y nada— apague tus éxitos.

Uno de los problemas con el éxito es que demanda atención continua. El éxito bendice a los más comprometidos. Es algo parecido a un jardín; no importa qué tan verde se ponga o qué tan bellas sean las flores, debes atenderlo: cortar, arreglar, bordear, regar y plantar; de otro modo, tu pasto se pondrá café y las flores se marchitarán. Pasa lo mismo con el éxito. No hay retirada para quienes quieren crearlo y mantenerlo. Es un mito creer que el exitoso deja de realizar los esfuerzos que lo llevaron a la plenitud.

Siempre ten en mente las cuatro acciones: no hacer nada, el retraimiento, la acción promedio y la acción masiva. La Regla 10X significa crear éxito en cantidad suficiente para tener todo bajo control. Los aficionados y la gente cercana son los primeros que no arrojan madera y se retraen. La acción masiva está diseñada para que rebases a tus colegas y salgas del ciclo. La mejor manera de no preocuparte por la competencia y la incertidumbre es hacer un fuego tan grande y caliente que todos, incluyendo a la competencia, se acerquen a tu fuego para darse calor. Ten en mente que la mayoría de la competencia es creada por quienes no están dispuestos a operar en niveles superiores de acción y copian los esfuerzos de los demás. Nunca puede haber suficiente madera en tu fuego. Nunca podrías actuar demasiado o acumular demasiado éxito. Nunca hablarán excesivamente de ti o cubrirán noticias tuyas con demasiada frecuencia. Son sólo pretextos que la gente mediocre inventa para justificar sus propias decisiones de ser feliz con lo promedio.

¿Cómo puedes actuar demasiado cuando tienes la infinita habilidad de crear nuevas acciones? Fíjate en los protagonistas de este planeta. A ninguno de ellos se le agota la energía, el esfuerzo, la gente, las ideas o los recursos. Disfrutan los regalos de la abundancia porque crean

abundancia en sus empresas. Así que en lugar de resentirte con ellos, admíralos e imítalos. Si lo haces, encontrarás que mientras más te comprometas con acciones nuevas, más creativo serás. Es como si tu imaginación se abriera y nuevas posibilidades surgieran de ahí. No es la creatividad la que más brilla, sino la capacidad de emprender acciones masivas.

Recientemente me encontré con una firma de relaciones públicas muy importante en Los Ángeles cuyos miembros sugirieron que yo estaba en peligro de “sobrexposición”, un concepto que considero extraño. La noción de sobrexposición —la idea de que puedes ver o escuchar demasiado sobre alguien— se basa en el concepto de que una persona no genera nuevas ideas y productos. Se piensa que una persona o producto sobrexpuesto perderá de algún modo su valor. Pero considera lo siguiente: Coca-Cola es conocida casi por cualquier habitante de la Tierra. Puedes encontrar los productos de la empresa en casi todas las tiendas, bares, aviones y hoteles del mundo. ¿Está sobrexpuesta? ¿Debería esconder sus productos? ¿Debe retraerse la empresa por temor de perder su valor porque demasiada gente habla de ella? Ésta parece una forma bastante ridícula de pensar. Y existen incontables ejemplos más de productos y empresas que prueban este punto —Microsoft, Starbucks, McDonald’s, Wells Fargo, Google, Fox TV, Marlboro, Walgreens, Exxon, Apple, Toyota— e incluso algunas personalidades del atletismo y del espectáculo. La sobrexposición no es el problema, sino la oscuridad. Recuerda: si no sabes de mí ni me conoces, no importa qué tan bueno sea mi producto o qué tan bajo sea mi precio. E incluso si éste fuera el caso, prefería estar sobrexpuesto a enfrentar la oscuridad.

El hecho triste pero real es que la mayoría de la gente ni siquiera enciende una hoguera. O están mal educados, programados socialmente para conformarse con menos, o temen que sus acciones se “saldrán de control” de algún modo. Te aseguro que esto no sucederá. Debes hacer que tu fuego sea tan grande y tan caliente que no sólo queme la casa hasta sus cimientos, sino que incinere todo a tu paso. Ve con todo y sigue así hasta que el fuego arda tanto que la

gente quede admirada por tu capacidad de acción. No te preocupes por la resistencia que encontrarás en el mercado o en tus competidores. Se quitarán de tu camino una vez que vean que eres una fuerza reconocida.

Ejercicio

¿Cuál es el fuego que siempre has querido iniciar y alimentar con leña?

Menciona tres cosas que podrías hacer para agregar madera al fuego.

¿De quién puedes obtener apoyo para alimentar tu fuego?

CAPÍTULO 16

El temor es el gran indicador

Tarde o temprano experimentarás temor al realizar nuevas acciones en otros niveles. De hecho, si no temes, no estarás haciendo lo indicado. El temor no es malo, al contrario, es algo que debes buscar y aceptar. El temor es una señal de que haces lo necesario para moverte en la dirección correcta.

En ausencia de señales de preocupación, sólo haces lo que te resulta cómodo, y eso te dará más de lo que ya tienes. Por extraño que parezca, debes estar asustado hasta que te hayas impulsado a nuevos niveles y experimentar el temor de nuevo. De hecho, lo único que me espanta es la falta de temor.

¿Qué es el temor? ¿Existe? ¿Es real? Sé que se siente real cuando lo experimentas, pero admítelo: la mayor parte del tiempo, lo que temes ni siquiera sucede. Se ha dicho que la palabra FEAR [“temor” en inglés] puede verse como acróstico de Falsos Eventos Apareciendo como Reales, lo que implica que la mayoría de lo que temes ni siquiera ocurre. El temor es provocado por las emociones, no por el pensamiento racional. Y en mi humilde opinión, las emociones están muy sobrevaloradas, son el pretexto que mucha gente usa para no actuar. Pero sin importar que estés o no de acuerdo con mi opinión sobre las emociones, reconsidera tu entendimiento del temor y úsalo como razón para seguir adelante y no como excusa para detenerte o retraerte. ¡Utiliza este sentimiento como luz verde para indicarte lo que debes hacer!

Lo más probable es que, cuando eras niño, te provocaban temor las cosas irracionales (el coco debajo de la cama, por

ejemplo). Era un indicador de que checaras tu armario y las esquinas oscuras para ver si algo amenazaba. Pero como todos los niños descubren, el coco sólo existe en su cabeza. Los adultos tienen sus propios cocos: lo desconocido, el rechazo, el fracaso, el éxito y demás. Y estos cocos deben ser una señal para entrar en acción también. Por ejemplo, si tienes miedo de llamar a un cliente, entonces es señal de que debes llamarlo. El temor a hablar con el jefe es un indicador de que debes entrar a su oficina y pedirle un momento de su tiempo. El temor a pedir el negocio al cliente significa que debes pedirlo y seguir pidiéndolo.

La Regla 10X o Regla de oro impulsa a que te separes de todos los demás en el mercado. Y eso se logra —como ya enfatice— haciendo lo que otros rehúsan. Sólo así te distinguirás y dominarás tu sector. Todos sentimos miedo en algún nivel y, dado que el mercado está compuesto de gente que interactúa con los productos y entre sí, enfrentará el temor del mismo modo en que lo hacen tú y tus colegas. Pero más que ver en el miedo una señal para echarte a correr —como la mayoría de las demás personas en el mercado—, debe convertirse en un indicador para seguir adelante.

Yo manejo este dilema sacando al tiempo de la ecuación, puesto que impulsa el miedo. Mientras más tiempo dedicas al asunto de tu aprensión, más fuerte se vuelve. Por ejemplo, digamos que John necesita llamar a un cliente, tarea que de inmediato lo llena de ansiedad. Así que en lugar de levantar el teléfono y hacer la llamada se sirve una taza de café y piensa en lo que hará. Su contemplación sólo causa que su temor crezca, puesto que imagina posibilidades en contra de la llamada. Si lo confrontas, probablemente te dirá que necesita “prepararse” antes de llamar. Pero la preparación es sólo la excusa de quienes no se entrenan y la usan para justificar su reticencia. John necesita respirar hondo, tomar el teléfono y llamar. La preparación de último minuto es alimento para el temor, y se fortalece conforme pasa el tiempo. Nada sucede sin acción.

El temor no sólo te indica qué hacer; también cuándo hacerlo. Pregúntate qué hora es en cualquier momento del

día y la respuesta será siempre la misma: ahora. El tiempo siempre es ahora, y cuando experimentas temor, es señal de que es el mejor momento para entrar en acción. La mayoría de la gente no persigue sus metas cuando pasa suficiente tiempo desde la concepción de la idea hasta el momento de actuar; sin embargo, si quitas el tiempo del proceso, estarás listo para empezar. No existe otra opción que entrar en acción. No hay necesidad de prepararse. Es demasiado tarde para eso cuando se ha llegado tan lejos.

Ahora, lo único que hará una diferencia es la acción. Todos tenemos la experiencia de fracasar al hacer algo. Tal vez cuando te sentiste "listo" para hacerlo, ya alguien más había actuado y ahora lo lamentas. El fracaso llega de muchas maneras: ocurre cuando no actúas y cuando lo haces. Sin importar el resultado, diría que es mucho mejor fallar haciendo algo que prepararse para algo mientras otro llega y se queda con tus sueños.

Este escenario tiene lugar todos los días en el mundo de los negocios. La gente da a sus temores mucho más tiempo del que merecen. Espera para hacer la visita personal o realizar la llamada, escribir el e-mail o presentar la propuesta porque temen el desenlace. Incontables individuos comparten las mismas excusas de por qué no es buen momento para entrar en acción. El cliente está saliendo de la ciudad. El cliente acaba de regresar a la ciudad. Es el final o principio de mes. Los clientes han estado en reuniones todo el día. Están a punto de entrar a una junta. Acaban de comprar algo. No tienen presupuesto. Están haciendo recortes. Los negocios no andan bien. Hubo cambio de administración o de equipo. No quiero incomodarlos. De cualquier manera, nunca me regresan las llamadas. Nadie más puede venderles. Son poco realistas. No sé qué decir. Aún no estoy listo. Los llamé apenas ayer... y la lista sigue y sigue.

Ni todas las excusas del mundo cambiarán un solo hecho: el temor es una señal de hacer lo que temes y rápido. Mi esposa me dice que al parecer jamás tengo miedo. La verdad es justo lo contrario; temo la mayor parte del tiempo. No obstante, me rehúso a alimentar mi miedo con tiempo y así le

impido fortalecerse. Opto mejor por hacer que las cosas sucedan rápidamente. He aprendido que es mejor para mí hacer las cosas así. Experimentarás lo mismo cuando te decidas finalmente a hacer lo que temes. De hecho, te sorprendería saber cuánto te fortaleces y aumenta tu confianza cuando haces cosas nuevas.

Actuar rápida y repetidamente te asegurará llegar al mercado sin dar la impresión de temer. La persona que actúa respecto de lo que más teme será la que más avance en su causa. Deja que el resto del mercado se someta a la ansiedad y se prepare para los Falsos Eventos Apareciendo como Reales. Tú debes trabajar.

El temor es una de las emociones humanas más incapacitantes que se experimentan. Inmoviliza a la gente y evita que persigan sus metas y sueños. Todos tememos algo en la vida; sin embargo, nos distingue qué hacemos cada cual con el temor. Cuando permites que el miedo te detenga, pierdes energía, momentos y confianza y tus temores crecen.

¿Alguna vez has visto a algún “come fuego”? Parece que el truco es acabar con el oxígeno que el fuego requiere para seguir encendido. Sácalo pronto y el oxígeno revive el fuego y te quemará. Lo mismo sucede con el temor, si te retiras le das oxígeno para vivir. Así que comprométete, retira al tiempo de la ecuación, quitarás poder a los temores y serás capaz de emprender más acciones.

Cómete tus temores; no los alimentes con tu retirada ni dándoles tiempo para crecer. Aprende a buscarlos y úsalos para saber cómo superarlo y avanzar en tu vida. Toda persona exitosa usa el temor como indicador para determinar sus acciones. Yo lo uso en mi propia vida para hacerme consciente de que crezco y me expando. Si no experimentas temor, no ejerces nuevas acciones ni creces. Es tan simple como eso. No se requiere dinero o suerte para crear una gran vida; se requiere de habilidad para superar temores con velocidad y poder. El temor, al igual que el fuego, no es algo de lo que debas alejarte. Más bien, debe utilizarse para impulsar las acciones de tu vida.

Ejercicio

¿Cuáles son tus tres más grandes temores?

¿A quién temes llamar y podría ayudarte a mejorar tu negocio?

¿Qué aprendiste sobre el miedo en este capítulo?

CAPÍTULO 17

El mito de la administración del tiempo

Debo comenzar este capítulo admitiendo que no me considero un gran administrador. Tampoco gran planificador. De hecho, ni siquiera he escrito un plan de negocios. Sin embargo, siempre soy capaz de administrarme para fundar varias empresas desde cero. La administración del tiempo nunca me pareció valiosa, aunque claro que invierto más tiempo en las cosas que me parecen valiosas.

A menudo me hacen preguntas sobre la administración del tiempo y el equilibrio en mis seminarios. A lo largo de mi carrera, descubrí que la gente que más se preocupa con la administración del tiempo y el equilibrio en sus vidas es la que cree en las nociones de escasez analizadas antes. La mayoría ni siquiera sabe cuánto tiempo tiene disponible o qué labores son más importantes en ese periodo. Si no sabes cuánto tiempo tienes —o necesitas—, entonces, ¿cómo administrarlo o equilibrarlo?

Lo primero es convertir al éxito en tu deber al establecer prioridades distintas y definitivas. No puedo hacer esto por ti, por supuesto; las prioridades de cada quien son distintas. No obstante, si el éxito es una cuestión importante para ti, entonces te sugeriría pasar la mayor parte del tiempo haciendo cosas que creen éxito. Por supuesto, no sé qué signifique el éxito en tu vida. Puede implicar una variedad de personas y cosas: finanzas, familia, felicidad, espiritualidad, bienestar físico y emocional o, si eres como yo... ¡todas juntas! Y recuerda: puede tratarse de todas ellas. En lo personal, no me interesa el equilibrio sino la abundancia en todas las áreas. No pienso que tenga que sacrificar en un

área para beneficio de otra. La gente exitosa piensa en términos absolutos, en tanto que la gente poco exitosa establece límites. Pueden creer lo siguiente: “Si soy rico, no puedo ser feliz”, o “Si tengo éxito en mi carrera, no tendré tiempo para ser un buen padre, esposo o individuo espiritual”. De hecho, es interesante notar que la gente que limita lo que está a su disposición también se inclina a hablar del “equilibrio”. Sin embargo, esta forma de pensar es fallida y ni la administración del tiempo ni el equilibrio podrán resolverla.

En lo que a mí concierne, no tiene sentido que la gente se preocupe por la administración del tiempo y el equilibrio. La pregunta que deben formularse es: “¿Cómo puedo tener todo en abundancia?” La gente exitosa ha logrado las cosas que desea en cantidades tan grandes que nadie puede quitárselas. ¿Y cómo considerarse exitoso si él o ella no es feliz? ¿Qué felicidad hay en no pagar las cuentas ni proveer a la familia o en preocuparte por el futuro? Al lograr una meta es tiempo de establecer otra. Deja de pensar en términos de “esto o aquello” y piensa en obtener todo.

Mientras escribía esto, un cliente me envió un mensaje preguntando: “¿Descansas alguna vez?” Le respondí: “¡NUNCA!” Por supuesto que descanso, al igual que cualquier otro ser humano. Sin embargo, también sé cuánto tiempo hay disponible para mí, cuáles son mis prioridades y mi deber, mi obligación y responsabilidad es perseguir mis objetivos en el tiempo de que dispongo. Te reto a llevar un registro de cómo inviertes tu tiempo disponible, tal vez en un diario. La mayoría de la gente no tiene idea de qué hace con el tiempo, pero se queja de no tener suficiente.

Cada persona dispone de 168 horas a la semana y, basado en una semana típica de 40 horas de trabajo, el empleado estadounidense promedio es productivo sólo 37.5 por ciento de esas 168 horas (con 30 minutos para comer al día). Y es poco probable que la gente trabaje estas 37.5 horas restantes. De hecho, el individuo promedio pasa 22.3 por ciento de su tiempo disponible en el trabajo, 33.3 por ciento dormido y 16.6 por ciento frente a la televisión o en línea ¡y esas comparaciones asumen que la persona pasa

100 por ciento de su tiempo trabajando en realidad! Y son las que se preocupan por la administración del tiempo y por el equilibrio. Pero no olvidemos que siempre tendrá lugar un desequilibrio cuando no haces lo suficiente con tu tiempo.

Mientras la mayoría dice valorar el tiempo, no parecen preocuparse mucho por él. ¿Quién crea el tiempo? ¿Creas tú tu propio tiempo o lo hace alguien más? ¿Qué puedes hacer para crear más tiempo? ¿Qué significa la expresión “el tiempo es dinero”? ¿Cómo abordas el tiempo para asegurarte de que sea dinero? ¿Qué es lo más importante por hacer con tu tiempo? Todas estas preguntas son valiosas y requieren de tu atención para maximizarlo.

Asumamos que vivirás 75 años; eso equivale aproximadamente a 657 000 horas o a 39 420 000 minutos. Toma cualquier día de la semana; tienes 3 900 lunes, martes, miércoles, etc. Ahora —y ésta es la parte que da miedo— si tienes 37 años, te quedan solamente 1 950 miércoles. ¿Qué pasaría si te quedarán 1 950 dólares a tu nombre? ¿Serías testigo de cómo se esfuman o harías todo lo posible para aumentar esa cantidad? Yo creo hacer más con 1 950 horas que la mayoría de la gente. La única manera de aumentar el tiempo es hacer más con tu tiempo. Si yo realizo 15 llamadas en 15 minutos y tú haces 15 llamadas en una hora, entonces he creado 45 minutos para mí mismo. De este modo, la Regla 10X hace posible la multiplicación del tiempo. Si contrato a alguien y le pago 15 dólares por hora para hacer 15 llamadas cada 15 minutos, entonces he duplicado mis esfuerzos y mi tiempo se convierte en dinero.

Para entender, administrar, maximizar y aprovechar cada oportunidad que te brinda el tiempo comprende y aprecia con el que dispones. Primero controla tu tiempo sin permitir que otros lo hagan. Si escuchas a la gente discutiendo sobre el tiempo, en especial del que disponen en el trabajo, probablemente escucharías muchas quejas. La gente actúa como si el trabajo fuera algo que debe *ser terminado*, pero en realidad pasan muy poco de su tiempo haciéndolo. *La mayoría de la gente trabaja lo suficiente para que la actividad se sienta como trabajo, en tanto que la gente exitosa*

trabajar a un ritmo que da resultados tan satisfactorios que el trabajo es una recompensa. La gente exitosa ni siquiera lo llama trabajo; para ellos, es una pasión. ¿Por qué? ¡Porque hacen lo suficiente para ganar!

Una buena manera de lograr el equilibrio es trabajar más duro mientras se está en la oficina. Esto no sólo te dejará con más tiempo, te permitirá experimentar las recompensas de tu trabajo y hará que lo sientas menos como una labor y más como el éxito. Trata de hacer las cosas así: siéntete agradecido de ir al trabajo y mira cuánto puedes hacer con tu tiempo. Conviértelo en una carrera, un reto, algo divertido.

Lo primero cuando administras tu tiempo y buscas equilibrio, es decidir lo importante para ti. ¿En qué áreas quieres lograr el éxito y en qué cantidades? Escribe esos datos en orden de importancia. Luego determina el tiempo disponible y decide cuánto asignarás a cada tarea. Otra cosa importante es llevar un registro de cómo gastas tu tiempo diario y me refiero a cada segundo. Esto te permitirá ver todas las maneras en que desperdicias el tiempo: pequeños hábitos y actividades que en nada contribuyen a tu éxito. Cualquier acción que no añada madera a tu fuego considérala un desperdicio —piensa en el Xbox, el póquer en línea, ver la televisión, sestar, beber, en los tiempos robados para fumar—; la lista potencial es infinita. Brutal, ¿no? Sí lo es, pero si no administras tu tiempo, lo desperdiciarás.

Por supuesto, las cosas cambiarán en el curso de tu vida y de tu carrera. Envejeces. Logras y luego generas nuevas metas. Distintas personas entran a tu mundo. Todos estos cambios requieren modificar tus prioridades. Por ejemplo, por años escuché que yo no sabía cómo equilibrar el trabajo con la familia porque no tenía hijos propios. Bueno, recientemente tuve a mi primer hijo —sin duda un suceso que demanda más de mi tiempo— y fui capaz de experimentar esto en carne propia. Lo que descubrí no fue un problema con el equilibrio o el trabajo, sino una solución basada en prioridades.

Mi hija me dio otra razón para crear éxito, no una excusa para no trabajar más. Ella es la gran motivadora para hacer las cosas porque ahora lo hago por ella y por mí. No puedes

culpar a tu familia por no crear el éxito que mereces. ¡Ellos deben ser la razón por la que deseas tener éxito!

Podría parecer difícil, pero hay maneras de hacer que las cosas funcionen. Lleven una agenda que les permita realizar las cosas prioritarias. Por ejemplo, mi solución fue añadir una hora diaria a mis días para pasar tiempo con mi hija. Mi esposa y yo creamos un horario que me daría tiempo para mi hija y mi esposa, sin que esto influyera de modo negativo en el horario laboral que me brinda éxito financiero. Lo primero que mi esposa y yo hicimos fue diseñar el horario de sueño de la niña alrededor de nuestras prioridades. Estuvimos de acuerdo en que nos levantaríamos una hora antes cada día para salir con la niña cada mañana. Esto aseguraría que yo tendría tiempo de calidad cuando estoy en casa con mi hija antes de ir a la oficina. También daría a mi esposa un poco de tiempo extra para dormir. He hecho esto desde que mi hija tenía unos seis meses y funciona a las mil maravillas. La llevo conmigo al supermercado cada mañana para presentarla con la gente que trabaja ahí. El resto del día me pertenece para producir en el mundo de los negocios. Debido a que levantamos a la niña bastante temprano, se duerme antes de las 7 de la noche. Entonces mi esposa y yo disponemos de tiempo de calidad para estar juntos en pareja.

Entendemos que este sistema cambiará conforme la niña crezca. Sin embargo, controlamos el tiempo sin tratar de administrarlo burdamente. Nuestra decisión de establecer prioridades y comprometernos con una solución nos permite ser nuestros propios jefes en cuanto al tiempo. Mientras más ocupado te vuelves, más tienes que administrar, controlar y priorizar. Aunque ciertamente no tengo una fórmula científica que facilite esto, sí te digo: si comienzas por comprometerte con el éxito y luego aceptas controlar el tiempo, crearás una agenda en la que cabrá todo lo que deseas.

Decide cómo usarás el tiempo: mandar, controlar y exprimir cada segundo para aumentar tu dominio del mercado. Haz que todos los involucrados, familia, colegas, socios, empleados, reconozcan y estén de acuerdo sobre las prioridades. Si no lo haces tendrás a personas con distintas

agendas jalándote en todas direcciones. Mi agenda funciona para mí porque todos en mi vida —desde mi esposa hasta la gente que trabaja para mí— saben qué es lo que más me importa y entienden cómo valoro el tiempo. Esto nos permite manejar todo lo que se nos presenta en el camino.

En nuestra cultura se nos alienta a “disminuir el ritmo, relajarnos, tomarlo con calma y encontrar el balance”, siendo felices con el sitio en que nos encontramos y con lo que tenemos. Aunque esto suena bien en teoría, será muy difícil para la gente que abandona toda decisión controlar su vida. La mayoría no logra “relajarse y tomarlo con calma”, puesto que no hacen lo suficiente para librarse de la pobre existencia que deriva de las acciones mediocres. El trabajo debe aportar un propósito, una misión y un sentido del logro. Estas cosas son vitales para el bienestar mental, emocional y físico de toda persona. La gente que promueve el New Age y que da el consejo esotérico de “tomarlo con calma”, fomenta una mentalidad que a nadie hace bien. Considera el tipo que este pensamiento ha creado en la gente: flojera, dilatación de las cosas, falta de sentido de urgencia, tendencia a culpar a los demás, irresponsabilidad y la expectativa de que alguien más debe solucionar nuestros problemas.

¡Despierta! Nadie te salvará, ni cuidará de tu familia o de tus años de retiro. Nadie hará que las cosas funcionen para ti. La única manera de lograrlo es utilizar cada momento del día a niveles 10X. Esto asegurará que cumplas tus metas y sueños. Felicidad, seguridad, confianza y plenitud derivan de tus dones y energía para lograr el éxito. Y se requiere de cada momento de tu tiempo, que te pertenece y que sólo tú controlas.

Ejercicio

¿Cuánto tiempo pasas en el trabajo cada día?

¿Cuánto tiempo desperdicias al día (mirando la televisión, fumando, bebiendo, durmiendo de más, tomando café, en comidas o reuniones que no ofrecen oportunidades de negocio)?

¿Cómo desperdicias el tiempo?

¿Qué te ha enseñado este capítulo sobre el tiempo?

CAPÍTULO 18

La crítica es una señal de éxito

Aunque ser criticado no es lo mejor del mundo, te tengo grandes noticias: recibir críticas es una señal segura de que vas por buen camino. La crítica no es algo que debas evitar; más bien, espérala una vez que empiezas a hacerla en grande.

La crítica es definida como el juicio de méritos y faltas en el trabajo o acciones de un individuo. Aunque criticar no necesariamente significa “falta”, la palabra suele tomarse como prejuicio o desaprobación. El diccionario falla al incluir el siguiente dato importante: cuando empiezas a adoptar acciones y, por lo tanto, a crear éxito, la crítica estará cerca.

Por supuesto, a la mayoría no le gusta ser criticado. Sin embargo, es el resultado natural de llamar la atención. Quizás por esto algunas personas evitan llamar la atención para impedir el juicio. Sin embargo, no hay modo de lograr niveles serios de éxito sin captar algo de atención. Sí, la gente te echará el ojo y te dejará en claro que desapruueba lo que haces. Afrontémoslo: no importa qué elecciones hagas en la vida alguien te criticará en algún punto del camino. ¿No preferirías recibir esa crítica de gente celosa de tu éxito y no de tu familia, jefe o de los cobradores por no actuar lo suficiente?

Cuando actúas no pasa mucho tiempo sin que seas juzgado por la gente que no actúa. Si generas éxito sustancial, la gente pondrá atención. Algunos te admirarán, otros querrán aprender de ti, pero la mayoría te envidiará. Se trata de la gente cuyas excusas por no hacer lo suficiente se convertirán en razones de por qué está mal lo que haces.

Esto será uno de los signos del éxito. Llegará cuando te desempeñes plenamente a niveles 10X, por lo regular antes de que tu logro sea incluso evidente. Cuidado: esta crítica se presentará en varias maneras. Quizá bajo la forma de un consejo: “¿Por qué gastas tanta energía en ese cliente? Nunca compra nada”, o “¡Deberías gozar más de la vida! No todo es trabajo”. Éstas son cosas que la gente dice para sentirse mejor, ya que tu abundancia destaca su deficiencia. Recuerda: el éxito no es un concurso de popularidad. Es tu deber, obligación y responsabilidad.

Un amigo mío que se dedica al negocio de las bardas en Luisiana, una vez admitió: “Grant, no quiero atención. En cuanto la obtengo los competidores vienen tras de mí. Quiero volar bajo el radar para que nadie sepa lo que hago”. Aunque es una manera de acercarse al éxito, no se puede “volar bajo el radar” durante demasiado tiempo y llegar a la cima. Agachar la cabeza para evitar la atención (y, consecuentemente, la crítica) significa que te limitas de alguna manera. Tu temor de ser atacado evita que vayas por todo. Una vez que los pesimistas se percatan de las cosas y reconocen que no te irás —y que tu éxito es algo que deben imitar, no juzgar— se darán por vencidos y buscarán criticar a otra persona.

Los individuos débiles y abrumados responden al éxito de otros atacándolo. Al elegir dominar o adquirir territorio, corres el riesgo de convertirte en blanco de esta gente. Ves esto en la política; cuando ningún bando dispone de una solución real se critican y echan la culpa, y eso no hace bien a nadie. La crítica de cualquier individuo o grupo debe ser señal de que quien arroja lodo se siente amenazado. La gente que habla mal de otros por lo regular no tiene respuesta a su propia situación, sólo degradar a los contrincantes.

La única manera de manejar la crítica es tomarla como un elemento de tu fórmula para el éxito. Al igual que el temor, es una señal de que haces los movimientos correctos en la cantidad indicada, de que captas suficiente atención. Uno de mis clientes llamó para quejarse de que mi equipo lo había seguido agresivamente. Después de criticar a mis empleados

por hacer su trabajo, dije: “Basta. Hacen lo que está bien porque podemos ayudarlo. El hecho de que no decidiera moverse hacia delante y jalar del gatillo es lo que debe criticarse aquí, pero lo evitaré porque a nadie beneficiaría con ello. Ahora detengamos la negatividad y hagamos algo para mover su compañía hacia delante”. Luego felicité a mi equipo por dar un seguimiento agresivo a este cliente. Recibir quejas por “demasiado seguimiento” es un indicador de que mi equipo se mueve en la dirección correcta. Me rehusé a que las protestas del cliente nos detuvieran y apoyé a mi equipo. Todos entendemos que la crítica es parte del ciclo del éxito, y no me disculparé porque un empleado mío busque el éxito. Y en caso de que preguntes, sí, cerramos el trato. Este mismo cliente ahora dice a la gente con admiración que nosotros “damos un seguimiento de maniáticos”.

Cuando terminé la universidad, conseguí un empleo de tiempo completo en ventas en lugar de conseguir un puesto en el área en que me gradué. En un par de años, mis resultados me llevaron a formar parte del uno por ciento que constituía el grupo de mejores vendedores de la industria, muy por encima del desempeño de la gente con la que trabajaba. Y si piensas que no me criticaban, pues bueno, piensa de nuevo. ¡Claro que lo hacían! Bromeaban sobre mí, se burlaban, trataban de distraerme e incluso de convencerme para que dejara de hacer lo que me había llevado adonde estaba. Es lo que hacen quienes tienen desempeños inferiores; ¡fingen que quienes hacen las cosas están mal para sentirse bien por no hacer nada! Las personas con desempeños altos —los ganadores— responden estudiando a la gente exitosa y duplicando su éxito. Se entrenan para llegar a los niveles más altos de desempeño. Debido a que los de desempeño insuficiente no están dispuestos a asumir la responsabilidad de aumentar su producción, sólo se dedican a criticar a quienes se desempeñan en niveles más altos.

Cuando mi libro *Si no eres el primero, eres el último* llegó a la lista de los más vendidos del *New York Times*, algunos de mis competidores me criticaron. Una persona dijo que el

título era arrogante. Otra preguntó: “¿Quién se cree Cardone?” Otra más sugirió que estaba “creciendo demasiado para mi propio bien”. Una persona llegó a decirme que me consiguiera un nuevo editor porque la gramática estaba mal. ¿Puse atención a cualquiera de estos comentarios? Ni un segundo. ¡Yo era el autor de uno de los libros mejor vendidos según el *New York Times*!

Hasta donde sé, la crítica precede a la admiración y, nos guste o no, va de la mano con el éxito. Sigue teniendo éxito y, tarde o temprano, la misma gente que te critica te admirará por lo que hiciste. Quienes inicialmente juzgaron tus actos te alabarán y eso pasará mientras asumas la crítica como signo de tu éxito creciente, manteniendo el acelerador a fondo para impulsar tus acciones 10X. Después de todo, ¿qué mejor manera de defenderte de la crítica que tener más éxito?

Ejercicio

¿Qué aprendiste sobre la crítica?

¿Qué críticas te gustaría más escuchar de la gente?

Da tres ejemplos de personas que primero criticaron a alguien para después admirarlo.

CAPÍTULO 19

La satisfacción del cliente es el objetivo equivocado

El tema de la crítica brinda un marco ideal para iniciar la discusión sobre el manoseado concepto de la *satisfacción del cliente*. Una de las primeras protestas que escucho con quien promuevo la idea de las acciones 10X, es su preocupación por dañar la satisfacción del cliente. Se mortifican de que ellos o su empresa insistan demasiado, tornándose agresivos, lo que afectará la reputación de la marca. Aunque supongo que es posible, resulta más probable —debido a la sobreabundancia de productos y organizaciones disponibles hoy— que la gente no sepa de ti ni de tu empresa y ni siquiera note tu marca en primer lugar. El consejo de fideicomisarios de un canal de cable de alcance nacional se preocupó de que un nuevo programa que emocionaba mucho a los ejecutivos no se ajustara a la imagen de la marca. Yo les dije: “Si no llevan a casa de la gente programas actuales y relevantes no habrá una marca que defender”. Cuando fallas al encontrar apoyo, al establecer una clientela, hallar inversionistas y cerrar el trato porque no hiciste lo necesario y luego te escondes bajo la excusa de proteger la marca y la satisfacción del cliente, estás muy cerca de tomar una pala y cavar tu propia tumba.

El servicio al cliente es el objetivo equivocado; aumentar el número de clientes es el correcto. Esto no significa que la satisfacción del cliente no sea importante. Todos saben que deben estar satisfechos y felices para regresar y provocar un boca a boca positivo. Si tu servicio, producto o inversión no satisface, entonces eres un criminal y este libro sólo servirá

para llevarte a la cárcel. Haz que tu foco primario sea obtener la atención y *generar* clientes antes de hacerlos felices.

Permite que lo explique con simplicidad. ¡La satisfacción del cliente no me interesa mucho! ¿Por qué? Sé que cumplimos de sobra con nuestros clientes y damos un servicio mucho más que “satisfactorio”. Cumplimos de más con cada cliente y jamás decimos que no hasta que es imposible hacerlo. Ni siquiera hablamos de la satisfacción del cliente en mi oficina. Hablamos mucho sobre cómo atraerlos a nuestro programa para aumentar su satisfacción. Supongo que queda claro. Es imposible aumentar la satisfacción del cliente sin incrementar su número. Ya sea que alguien firme para recibir el consejo semanal o compre un libro de 30 dólares o un programa de 500, o que me contrate por servicios de largo plazo por un millón de dólares, siempre cumplimos dando más de lo esperado. Sólo me preocupo por conseguir nuevos clientes y luego cumplo de más con ellos.

Me preocupa más la satisfacción de los no-consumidores; esto es, la gente que está insatisfecha porque no tiene mi producto y tal vez ni siquiera sabe que es infeliz por ello. Sé que los únicos clientes insatisfechos son quienes no tienen mis productos o los tienen y no los usan correctamente. Hablamos de cómo lograr que aumenten el uso de nuestro material, sistemas y procesos, pues es la única manera de aumentar la satisfacción del cliente. No tener un cliente o permitir que use incorrectamente los productos es más negativo de lo que cualquier especialista en satisfacción del cliente puede pensar. Uno que recibe el paquete con un día de retraso es un problema que debemos atender, pero el que nunca compra tu producto sugiere que en realidad tienes un problema de satisfacción del cliente porque, en primer lugar, nunca hiciste que esa persona lo fuera. El primer problema lo arreglas fácilmente. El segundo te matará.

Yo busco clientes calificados para hacer negocios. Luego atiendo a ese individuo o empresa hasta que está de acuerdo en contratarme, sabiendo que al obtener mi producto o servicio, estarán satisfechos. No es una frase nada más. Es lo que me parece verdad. ¡Conseguir el cliente es esencial

para la satisfacción del cliente, y la satisfacción del cliente no existe sin él! Conseguirlo es lo más importante para mí. Sucede lo mismo en las relaciones: lo primero es conseguir la esposa, luego hacerla feliz y crecer la familia para buscar la manera de hacer a todos felices. ¿Qué fue más importante en este esquema? Conseguir la esposa fue capital para lograr su satisfacción.

Es imposible que una empresa cree éxito concentrándose en la satisfacción del cliente. Me parece que esta tendencia ha obstaculizado conseguirlos. Las empresas se consumen a tal grado con la satisfacción de los clientes que muchas fracasan en adquirirlos agresivamente aumentando su cuota de mercado.

El servicio al cliente es un término para medir de qué manera productos y servicios satisfacen o exceden las expectativas del cliente después de la compra. Esta afirmación supuestamente diferencia entre clientes de las marcas que seguirán siéndolo y quienes las abandonan. Sin embargo, la mayoría de los sitios a los que voy nunca me dan suficiente servicio antes de la venta para hacer de mí un cliente. Los ejecutivos hablan de la importancia del servicio al cliente desde sus torres de marfil, pero se olvidan de conseguirlos para empezar. La mayoría de los productos no captan mi atención en grado tal que me sienta obligado a comprarlos sin la ayuda de la empresa. Pero la mayoría de los vendedores nunca se molestan en pedir al cliente que compre cuando tienen la oportunidad, y luego fallan en el seguimiento. Por tanto, nunca lo consiguen.

Hacemos campañas con compradores anónimos para las empresas y éstas han validado lo dicho una y otra vez. El mayor problema es que, en primer lugar, ¡no consiguen clientes! Si tienes una oferta inferior —un producto que no hace lo que afirmas y hace que la gente se sienta engañada — el mercado se deshará de ti más temprano que tarde. Pero la mayoría de la gente no fracasa porque su oferta sea inferior o por tener un producto pobre. ¡La mayoría de la gente fracasa porque nunca consiguen suficientes clientes!

¿Ofrece Starbucks el mejor servicio al cliente y el mejor

café disponibles? No lo sé. Pero la empresa ha realizado una inversión seria por lograr que sea fácil y conveniente comprar su café. ¿Le preocupa a Starbucks que la gente espere demasiado en la fila y obtenga el café correcto o sea saludada? Por supuesto. Pero te aseguro que la empresa se preocupa primero por la adquisición del cliente. ¿Ofrece Google el mejor motor de búsqueda y la mejor experiencia y servicio para el cliente? ¿Busca mejorar la experiencia? Ciertamente. Pero primero domina su espacio atrayendo tanta atención, que es el primer sitio de internet que la gente usa. ¿Cuál es mi opinión en este caso? Las marcas que en verdad dan satisfacción al cliente no hablan del servicio; se concentran en conseguirlos. Las organizaciones emergentes necesitan contar con personas que sepan sobre ellas, y luego realizar todo lo posible por hacerlas felices. Recuerda: la satisfacción no existe sin que la preceda un cliente.

Las corporaciones estadounidenses se han obsesionado tanto con la “satisfacción del cliente” que pierden de vista el primer y más vital de los factores: ¡la adquisición de los clientes! “Procura que lo principal siga siendo lo principal”, suelen decir en el sur. La satisfacción del cliente no debe ser una iniciativa sino algo inherente a una organización que antepone conseguirlos. Procurar la atención de un cliente o mercado potencial y fallar en la creación de un usuario de tus productos y servicios, no tiene sentido y constituye el más grave de los errores. No obstante, eso es justo lo que sucede en demasiadas organizaciones.

Digamos que una empresa capta mi atención el tiempo suficiente para considerar sus productos, pero no hace lo necesario para ganarse mi negocio y “cerrarme” (hacerme su cliente). Al no ser su cliente es imposible que me convierta en uno satisfecho. Sólo aconsejo que no pongas la carreta delante del caballo. Fíjate en cómo los ejecutivos se preocupan por la satisfacción del cliente y lanzan iniciativas para conducir encuestas de satisfacción, ignorando por completo a las personas que no se convirtieron en clientes. Éste es un error enorme y un gran ejemplo de una “práctica única” (discutidas en el capítulo 10) que te demostrará cómo

conseguir más clientes. Además de encuestar a quienes ya son clientes, obtén información de quienes no te compraron, ¡pues así averiguarás mucho más sobre la verdadera satisfacción del cliente! ¿No te gustaría saber por qué no te quedaste con el negocio? ¿Piensas que no lograste satisfacer a un cliente y, por lo tanto, nunca consigues uno? Muchas empresas fallan no por falta de calidad en el producto, servicio u oferta. Fallan porque no realizan suficientes acciones estratégicas que les granjeen el apoyo —el cliente— en primer lugar. Es por eso que sugiero que la satisfacción del cliente es el objetivo equivocado: nunca llegas a tener la oportunidad de “satisfacer” a alguien que no lo es.

No niego la satisfacción del cliente tras la compra, sino llevar tu atención de vuelta a la adquisición del cliente. También entiende que es imposible prevenir todas sus quejas. Por supuesto que podrás mejorar tu producto o servicio. Pero cuando tratas con seres humanos, enfrentarás quejas e insatisfacción. Así de simple. Lo mejor es resolver las quejas y la insatisfacción cuando surgen (surgirán, lo aseguro) y tratarlas como oportunidades para entrar en comunicación con tus clientes. Lo que necesitas es que más gente interactúe con tu producto o servicio y con la empresa. Sí, las quejas aumentan cuando trabajas con seres humanos, pero también los halagos. Incrementa el número de usuarios de tu producto o servicio por medio de la acción masiva, no de iniciativas que hacen a la gente retraerse de la adquisición.

Fundé mi primera compañía con la ingenua impresión de que trabajaría con un puñado de clientes y podría concentrar realmente mi atención en ellos (obteniendo así su gran satisfacción). Asumí que esto me daría una ventaja en el mercado y me permitiría entregar un servicio de calidad para hacer la diferencia. Y aunque la idea era buena, las cosas no funcionan así. Primero que nada, el plan no me dio la escala necesaria para construir un negocio de amplio alcance que me atrajera la atención, por lo que me quedé corto en la cuestión del dominio, por no hablar del flujo de efectivo

necesario para apoyar a los clientes. Asimismo, no me permitió compartir mi información con suficiente gente exitosa.

Cuando finalmente llevé mi pensamiento a los niveles indicados y me comprometí con expandir mi huella y conseguir 10 veces más clientes, multipliqué mi exposición — por diez— y aumenté el número de empresas y gente exitosa a las que evitaba. Cambié mi perspectiva procurando cantidades monumentales de acción en lugar de servir solamente a un puñado de clientes, lo que aumentó mi capacidad de darme a conocer a un número creciente de personas. Las quejas que recibí aumentaron junto con las felicitaciones. De hecho, tuve más éxitos que fracasos expuesto a un mayor número de personas que usaban mi material. Aumentar el número de asistentes a mis seminarios y talleres amplió el número de clientes de calidad, expandiendo así el número de individuos expuestos a mis ideas y técnicas. Cada vez más gente hablaba de mis metodologías entre sus asociados, y luego difundían la palabra entre sus conocidos. Mientras más gente hablaba de mí, más expandí mi dominio, más atención y más clientes atraía y entonces sí pude crear más satisfacción para ellos. Piénsalo así: ¿estarían mejor Facebook y Google si proveyeran sus servicios a pocas personas? De ser así, ni siquiera los utilizaría como ejemplos.

La práctica de la satisfacción del cliente no se limita a tu manera de tratarlo después de conseguirlo; también debe concentrarse en obtenerlos. La calidad de los clientes que consigas tendrá un efecto directo en su nivel de satisfacción. No llegarás a la calidad sin buscar la cantidad. Recuerda también lo discutido en el capítulo anterior: las críticas y las quejas son indicadores inevitables de que creces. Así que desdeña la crítica, da la bienvenida a las quejas, adminístralas y haz todo lo que puedas para aumentar tu presencia. Mientras sirvas a más personas, mejores serán las probabilidades de interactuar con clientes de calidad.

Para ser claro, quieres cumplir —y exceder el cumplimiento— las promesas realizadas. Sin embargo, no te

concentres en ofrecer un servicio excepcional 10X antes de adquirir clientes. Presumo que tienes un gran producto, servicio, idea o inversión. Ahora aumenta tu base de apoyo para él. Por desgracia, existen miles de organizaciones que venden productos inferiores todos los días. Aunque no sugiero que ofrezcas al mercado productos inferiores o sacrifiques la calidad de tus productos, señala una realidad desafortunada: el dominio de la cuota de mercado hace fallar todo lo demás. Las empresas que venden productos pobres hacen de las adquisiciones su meta principal y luego manejan los problemas surgidos de sus productos u ofertas tras lograr que los usuarios entren en el juego.

Ninguna organización en el mundo ha creado éxito masivo si limita sus adquisiciones. Apple aprendió esta lección del modo difícil por mucho tiempo. Fue dominada por Microsoft durante décadas, empresa que, según los usuarios de Apple, vendía productos inferiores; en tanto Microsoft hacía que su mercancía estuviera disponible para las masas, Apple se concentró en un número pequeño de personas. Fíjate en el cambio que Apple emprendió en los últimos años para que sus productos resultaran atractivos a las masas. Tres por ciento de todos los hogares tienen un iPad, y 63 por ciento usan un reproductor de MP3, con Apple quedándose con 45 por ciento de esa cuota. ¡Es claro que Apple adopta la “acción masiva” a lo grande en estos días con la meta de dominar el mercado!

Recuerda que incluso si tu producto o servicio se desempeñan perfectamente, recibirás quejas de los clientes. No puedes tener contentos a todos siempre. Es un error espantarse por las quejas. Más bien, procúralas, búscalas, encuéntralas y luego resuélvelas. Las quejas son la manera más que directa en que tus clientes te dicen cómo mejorar tu producto. Si te acercas a cada situación dominado por el ansia de ofender a un cliente, entonces nunca dominarás el mercado.

Volvamos al ejemplo de Apple. Esta empresa no se preocupa hoy por la satisfacción de los clientes tanto como por diseñar productos que la gente compre aunque haga

largas filas. Reconoce el orden correcto de los objetivos: (1) adquirir clientes (vía productos o servicios sorprendentes en cuya creación trabajas a niveles 10X); (2) impresionarlos con lo bueno que eres durante el proceso de adquisición; y (3) establecer la lealtad del cliente (por medio de la compra reiterada, el apoyo, el boca a boca, etcétera). Cuando forjas un negocio, tu objetivo primario no es la satisfacción del cliente (todavía); es la adquisición, la referencia y la lealtad y luego se vuelve a procurar más adquisición usando a los clientes conseguidos. Quiero que todos tengan mis productos, no sólo algunas personas. Quiero que las masas —no sólo unos pocos— sepan sobre mí y mis productos. No estaré satisfecho hasta que 7 mil millones de personas lo estén. Quiero que todos me compren una y otra vez y estar en sus mentes con tal regularidad —e influyéndolos de tal manera a ellos y a sus empresas— que nunca piensen en usar los productos de alguien más.

Este pensamiento difiere del que aconseja concentrarse en la satisfacción del cliente, a tal grado que preocupa a los del equipo de ventas molestar, presionar dañar la opinión que los clientes tienen de ellos. Conozco equipos de ventas penalizados cuando se reciben quejas de los clientes, lo que me parece extraño. Por ejemplo, se sugiere que estos aprietos pueden evitarse, lo que es falso. Incluso si pudieras evitarlos, ¿para qué hacerlo? Las quejas y los problemas son oportunidades para hacer más negocios y resolver más asuntos, ¡y para dar a tus clientes la oportunidad de promover lo grandioso que eres al hacer que sus problemas desaparezcan!

Si en verdad quieres averiguar cuáles son las debilidades en la adquisición de clientes y en las lealtades de tu empresa, entrevista a las personas que no *adquieres*. Mientras más pronto les formules preguntas, mejor puesto que se van o rehúsan hacer el negocio. Asegúrate de preguntarles sobre los procesos, no sobre las personas. Puedes intentar con algunas de las siguientes:

¿Cuánto tiempo estuviste aquí?

¿Conociste a un gerente?

¿Te mostraron productos opcionales?

¿Se te presentó una propuesta?

¿Ofreció alguien llevar el producto hasta tu hogar u oficina?

Siéntete libre de llamar a mi oficina para que te guíen sobre cómo desarrollar esta encuesta y adaptarla a tu situación (800-368-5771). Podemos identificar qué debes preguntar para detectar dónde está el problema.

¿Cuándo fue la última vez que te pidieron dar retroalimentación a una empresa a la que decidiste no comprar? ¿Te brindaron suficiente atención los vendedores? ¿Permanecieron contigo durante la toma de decisiones? ¿Te saludaron con entusiasmo? ¿Ofrecieron resolver tus problemas? ¿Te saludó un gerente? ¿Te mostraron varias opciones? ¿Te presentaron el producto? ¿Te hicieron una propuesta? ¿Te llamó alguien después? Apuesto a que la mayoría de respuestas es negativa. *Las empresas no fallan por ofender a los clientes, sino porque, en primer lugar, no actúan para convertir en clientes a estos individuos.* Y te aseguro que estas mismas empresas sostienen junta tras junta hablando de cómo mejorar la satisfacción del cliente. Entrevistarán a quienes sí les compraron en lugar de averiguar por qué no lo hicieron otros. Añade a esto que la mayoría de encuestas se concentran en lo que el profesional de ventas hizo mal, y no en lo que resultó inadecuado sobre el pensamiento y los procesos de la organización.

Recuerda el orden operativo de importancia: la adquisición de clientes es el objetivo primero, seguido por la lealtad del cliente, después por los clientes que difundieron su opinión sobre ti. Esto permite a la empresa continuar su inversión en desarrollo de producto y mejora, en optimización de los procesos y aumento de la promoción, todo lo cual realmente crea *verdadera* satisfacción del cliente.

Ejercicio

¿Alguna vez te ha encuestado una empresa a la que no le compraste?

¿Qué es más importante que la satisfacción del cliente?

1. _____
2. _____

¿Por qué fallan la mayoría de los negocios?

¿Qué preguntas formularías a quien no se hizo tu cliente?

CAPÍTULO 20

Omnipresencia

La palabra “omnipresencia” alude al concepto de estar en todas partes al mismo tiempo. Imagina que tú, tu marca y empresa están en todas partes todo el tiempo. ¿Cuánto poder te daría esto? Aunque parezca imposible, debe ser tu meta. Se cree que las cosas a las que se asigna mayor valor en este planeta están disponibles en cualquier lugar. Es imposible amasar verdadero éxito sin pensar en términos de hacer universales tus ideas, productos, servicios o marcas. Las cosas de las que más depende la gente son omnipresentes, desde el oxígeno que respiras al agua que bebes, pasando por la gasolina que quemas en tu auto, la electricidad que consumes o los productos mejor promocionados de la Tierra. Lo que estas cosas tienen en común, es que son accesibles en cualquier parte. Las ves de modo constante, dependes de ellas y te acostumbras a necesitarlas.

Piensa en algo tan obvio como las noticias. Los canales de televisión, los periódicos, la radio e internet dan noticias veinticuatro horas al día, siete días a la semana, de modo que es lo que está en la mente con mayor frecuencia. Las vemos al despertar, hablamos o escuchamos de ellas todo el día y las vemos en la televisión antes de dormir.

Es el tipo de mentalidad para operar: hacerte disponible para los demás donde sea. Quieres que la gente te vea tan seguido que piense en ti en todo momento, identificando tu rostro, nombre o logo no sólo con la oferta que representas sino incluso con otras similares a la tuya. Mucha gente asume que hará un montón de llamadas telefónicas, una o dos

visitas personales y enviará unos cuantos e-mails para captar de algún modo la atención de la gente. Sin embargo, la verdad es que ninguna de estas acciones hará que la gente piense en ti lo suficiente para tener un efecto considerable. ¿Operas al nivel correcto? ¿Piensas verdaderamente en grande? De no ser así, expande tu modo de hacer las cosas y agranda tu cuota de mercado para dominar y estar en todas partes.

Mi objetivo en estos días es lograr que más de 7 mil millones de personas escuchen mi nombre de manera constante, que lo reconozcan al escucharlo y cuando piensen en capacitación para ventas, me recuerden. Aunque esto puede parecer poco realista, quizá inalcanzable, estamos ante el objetivo, el pensamiento, la huella y concepto correctos. Comprometerse a realizar algo así de grande será ya una aventura. Incluso antes de conseguir mi meta, llegaré a un nivel grandioso de éxito en el intento. ¿Llegará el dinero como resultado? ¡Absolutamente! ¿Comprará la gente mis productos? ¡Tenlo por seguro! ¿Crearé éxito para mis ideas y obtendré apoyo para cualquier cosa que me proponga? ¡Garantizado!

¡Esta mentalidad nos permitirá tomar todas las decisiones con el objetivo de llevarme en la dirección de que todos en el planeta sepan sobre mí, sobre mis productos, empresa y esfuerzos! Cada decisión en mi empresa se basa en esta misión: presentar a Grant Cardone al planeta entero. Aunque nuestros objetivos deben ser financiados, el dinero no es nuestro primer interés. Sabemos que las utilidades vendrán como resultado de nuestros esfuerzos por estar en todo lugar al mismo tiempo. No preguntamos cuánto costará un proyecto, si entra en el presupuesto o si tenemos el tiempo para hacerlo. Debemos preguntarnos si nos ayuda a cumplir la misión de estar en todas partes. No pensamos si quiero viajar o hablar a un grupo pequeño o en el resultado. No permitimos excusas y distracciones que limiten la expansión. De la misma manera, cualquier intento por tornar omnipresente tu marca, tu producto, servicio o persona, guiará tus acciones y decisiones.

¿Es demasiado ambiciosa esta manera de pensar? Para la mayoría de la gente, sí. ¿Es absolutamente necesaria? Bueno, no si te conformas con lo promedio. Sin embargo, si estás considerando eso, vuelve a leer los capítulos sobre por qué te fallarán las metas promedio y no funciona lo normal. Muéstrame una gran empresa que no haya logrado la omnipresencia. Coca-Coola, McDonald's, Google, Starbucks, Phillip Morris, AT&T, La-Z-Boy, Bank of America, World Disney, Fox TV, Apple, Ernst & Young, Ford Motor Company, Visa, American Express, Macy's, Wal-Mart, Best Buy: estos nombres están en todas partes. Cada una de esas empresas tiene presencia en todas las ciudades —algunas la tienen en cada esquina— y la mayoría operan alrededor del mundo. Ves sus anuncios, sabes cómo lucen sus logotipos e incluso puedes tararear algunas cancioncillas de sus campañas publicitarias. También usas sus nombres para describir no sólo sus productos sino, en algunos casos, los productos de la competencia.

También hay individuos que lograron la omnipresencia y ahora todo el mundo reconoce sus nombres, como Oprah, Bill Gates, Warren Buffett, George Bush, Barack Obama, Abe Lincoln, Elvis, los Beatles, Led Zeppelin, Walt Disney, Will Smith, la Madre Teresa, Muhammad Ali, Michael Jackson, Michael Jordan, entre otros. Ya sea que te agraden o no, cada una de estas personas ha creado un nombre que la mayoría de la gente identifica o, cuando menos, lo asocian con alguien importante. La forma en que administren y controlen sus marcas determinará su éxito a largo plazo y su capacidad de supervivencia.

Mi padre siempre insistió en un consejo valioso: “Tu nombre es el bien más importante que tienes. [La gente] puede quitarte todo, pero no el nombre”. Aunque estoy de acuerdo con el énfasis que mi papá ponía en la importancia de los nombres, por supuesto que es menos importante si nadie lo conoce. A menos de que la gente sepa quién eres, nadie pondrá atención a lo que representas. Debes lograr que los demás te conozcan, lo que significa llamar la atención. Mientras más atención consigas, estarás en más lugares;

mientras estés con más gente, más cerca de estar en todas partes. Y todo esto mejorará tus posibilidades de usar tu buen nombre para hacer un buen trabajo.

¿Alguna vez escuchaste el dicho: “Basta con que ayudes a una sola persona”? Aunque es bueno ayudar a una persona —y ciertamente mejor que no ayudar—, en lo personal no creo que ayudar a una sola sea suficiente. Sé que suena bien y este dicho enfatiza la importancia de ayudar a los demás, pero hay más de 7 mil millones de habitantes en este planeta y la mayoría necesita algún tipo de ayuda. Tu meta debe ser mayor a una sola persona. Y para que esto suceda, ¡la gente debe saber quién eres y qué representas! De no ser así, tampoco serás capaz de ayudar ni a una sola persona, mucho menos de hacer la diferencia para 7 mil millones.

Piensa en estar en todas partes en todo momento. Es la mentalidad 10X necesaria para dominar tu sector. Si te comprometes a realizar acciones 10X de modo consistente seguidas de más acciones 10X, entonces serás impulsado a situaciones en que te halles en todas partes. Lo primero es romper la oscuridad y dejar que el mundo sepa lo que puedes hacer por él y luego hazlo. Aunque parezca demasiado insistente, la actividad será un fastidio sólo si las metas son pequeñas y autocomplacientes. Te juro que no parecerá trillado cuando llegues a la cima. Tal vez quieras ser rico, pero, ¿por qué? ¿Para qué quieres el dinero? ¿Tienes un propósito más alto al que busques servir? Después de todo, sólo puedes acumular una cantidad de riqueza determinada y, después de ese punto, ya no importa. Quizá quieras amasar riquezas para ayudar a más personas y mejorar las condiciones de vida de toda la humanidad. Eso requeriría que fueras omnipresente, que estuvieras en todas partes, todo el tiempo.

Mientras más alto sea tu propósito, más combustible aportará a tus acciones 10X. Es lo que se requiere para ser impulsado a la omnipresencia. La gente de fama e influencia logra ese estatus porque son impelidos a cumplir su propósito escribiendo libros, haciendo entrevistas, escribiendo blogs y artículos, aceptando compromisos para hablar en público y

diciendo sí constantemente para llamar la atención hacia sí misma, hacia sus empresas y sus proyectos. Son los resultados de pensar en grande. No es una molestia, sino una pasión. Es un fastidio cuando tu mentalidad y tus acciones son demasiado pequeñas y no crean suficiente recompensa. Eres capaz de mucho más de lo que haces ahora. Una vez que sintonices tu mentalidad con el propósito correcto, emprenderás acciones 10X y, de modo simultáneo, serás impulsado hacia más lugares de los que pensaste.

Para que tu vida no la sientas como trabajo o como si fueras un ratón que da vueltas en su rueda, piensa en los volúmenes correctos. La omnipresencia —la meta de estar en todas partes al mismo tiempo— es exactamente el pensamiento masivo que falta a la mayoría de las expectativas y los sueños de la gente.

Primero, debes jurar que tu marca, idea, concepto, empresa, producto o servicio dejará huella en el planeta. Para hacerlo, debes involucrarte con tu comunidad, sistema escolar, vecindario y política local. Asistir a reuniones y ser visto, escribir en el periódico local y estar en contacto con los protagonistas de tu comunidad. Una vez involucrado, haz todo lo posible para seguir activo, que la gente te vea, lea, escuche y te piense. Di sí a cada oportunidad de divulgar la palabra sobre ti. Escribe, habla, da conferencias sobre lo que haces e incluso ladra en las esquinas de las calles si debes hacerlo. ¡Comprométete con la omnipresencia!

Aprendí esta lección hasta que estuve bajo el ataque de gente que no quería verme con éxito. Tenía que imaginar cómo contrarrestarlo. Mi reacción visceral fue vengarme inmediatamente por medio del daño físico (idea que me llegó en un arrebatado de locura pasajera). Sin embargo, mi esposa me recordó mis propias palabras: “La mejor venganza es el éxito masivo”. Me aconsejó seguir adelante en un momento tan importante y tener una presencia tan fuerte, que cada vez que esa gente despertara, prendiera la tele o hiciera un negocio, viera mi rostro para que le recordara lo bien que me iba. Escuchar la verdad de mi esposa me calmó de inmediato y me dejó en claro que la mejor recompensa era no forzar

nada sino añadir más éxito.

Mejor que gastar energía en retraerme, la gasté en recursos y creatividad, en hacerme omnipresente y expandir mi dominio. Es una forma mucho mejor de invertir la energía en lugar de perseguir a alguien. Piensa en cómo usar este tipo de reacciones para estar en más lugares al mismo tiempo. Inmediatamente después de este ataque, me aseguré de ser visto en todas partes todo el tiempo. Escribí mi primer libro y posteriormente otro, tres meses después. Luego terminé el tercero y los miembros de mi grupo pasaron meses haciendo todo lo posible para convertirlo en un *bestseller* del *New York Times*... ¡lo lograron!

Mi meta era difundir mi información y mis materiales. Comenzamos a usar YouTube y Flickr con videos promocionales, consejos de ventas y estrategias de negocios. Pedimos a la gente que los pasara a sus amigos. Yo grabé personalmente más de 200 videos, escribí 150 entradas de blog y artículos, hice 700 entrevistas de radio en 18 meses. Luego aparecí en la televisión nacional, en las redes y en la televisión por cable. Fox, CNBC, MSNBC, CNN radio, radio WSJ y más empresas me invitaron a sus programas. En el mismo periodo, escribí personalmente más de 2 000 entradas en Facebook, Twitter y LinkedIn. Todo esto se sumaba a los que la gente de mi oficina hacía para dar a conocer mi nombre. Mi cara, nombre, voz, artículos, metodologías y videos aparecieron en todas partes y muchos al mismo tiempo. Personas con las que nunca había hecho negocios empezaron a comentar: "¡Veo tu nombre en todas partes!" Yo estaba más concentrado en expandir mi huella y en hacerme conocido para el resto del mundo que por lo que decía un pequeño grupo de críticos.

Mi negocio creció en todas sus áreas. Las oportunidades llegaban diario. Obtuvimos atención no sólo de aquellos en los que nos habíamos enfocado sino de personas en todo el mundo. Como resultado de esta campaña, mis libros se traducen al chino y al alemán. Ahora hay interés de Francia, México, Sudáfrica y otros países por nuestros programas de entrenamiento en ventas y por los libros. La gente nos llama

de Estados Unidos y Europa para manifestarnos su interés por hacer programas de televisión y artículos de revistas. No estoy presumiendo, sino demostrando lo que puede pasarte cuando tomas las acciones correctas en los niveles correctos y piensas con ambición.

Todas las empresas, ideas, productos y personas poderosas son omnipresentes. Puedes encontrarlos en todas partes. Dominan su sector y son sinónimo de lo que representan. El verdadero éxito se mide por la longevidad. Si deseas sentirte emocionado y apasionado a la larga, haz de la omnipresencia una meta constante. Tu nombre, marca y reputación son los bienes más valiosos sólo si suficientes personas los conocen y utilizan. Y recuerda: *la mejor manera de igualar el marcador con aquellos que la traen contigo es hacerte tan conocido que cada vez que miren algo con atención —cada mañana, al despertar, y justo antes de ir a la cama por la noche—, encontrarán evidencia de ti y de tu éxito.*

Ejercicio

¿Qué significa ser omnipresente?

¿Qué pasos debes dar para hacerte omnipresente?

¿Cuál es la ventaja de actuar tanto que el mercado asocie tu nombre con lo que representas?

¿Cuál es la mejor manera de vengarte de tus críticos?

CAPÍTULO 21

Excusas

Ha llegado el momento de analizar las excusas que das para que no sucedan estas cosas. Todos las usan. La mayoría de la gente tiene excusas favoritas que utilizan una y otra vez. Estoy seguro de que las tuyas empiezan a surgir ahora, así que en lugar de ignorarlas, confrontemos a los pequeños monstruos para que no te distraigan.

Una “excusa” es una justificación por hacer —o no hacer— algo. Pienso que el diccionario implica que se trata de una “razón”. Sin embargo, en realidad una excusa es distinta a la verdadera razón que motiva tus acciones (o falta de ellas). Por ejemplo, digamos que tu excusa para llegar tarde al trabajo es el tránsito. Bien, no es la verdadera razón por la que no llegas a tiempo al trabajo. La razón es que saliste de casa sin suficiente tiempo para compensar el tránsito. *Las excusas no son nunca la razón por la que haces o no haces algo. Son una revisión de los hechos que inventas para sentirte mejor sobre lo sucedido (o sobre lo que no sucedió).* Inventar excusas no cambiará tu situación; esto sólo puedes lograrlo al llegar a la razón detrás de todo esto. Las excusas son para la gente que se rehúsa a asumir la responsabilidad de su vida y el desenlace de los hechos. Los esclavos y las víctimas inventan excusas y siempre estarán destinados a recibir las sobras y migajas de otros.

Lo primero que debes saber sobre las excusas es que nunca mejoran tu situación. Lo segundo es cuáles utilizas regularmente. ¿Suena familiar alguno de los siguientes ejemplos? No tengo el dinero, tengo hijos, no tengo hijos, estoy casado, no estoy casado, tengo que hallar el equilibrio

en mi vida, trabajo de más, trabajo poco, aquí trabajan demasiadas personas, no contamos con suficiente personal, mi gerente apesta/no me ayuda/no me deja en paz/es negativo, no me gusta leer, no tengo tiempo de estudiar, no tengo tiempo para nada, los precios son muy altos, los precios son muy bajos, el cliente no me devolverá la llamada, el cliente canceló la cita, la gente no me dice la verdad, no tienen dinero, la economía está mal, los bancos no prestan, mi jefe es avaro, no podemos encontrar/contratar a la gente indicada, nadie está motivado, la gente tiene malas actitudes, nadie me dijo, fue culpa de otro, no dejan de cambiar de opinión, estoy cansado, necesito vacaciones, trabajo con perdedores, estoy deprimido, estoy enfermo, mi mamá está enferma, el tráfico está terrible, la competencia está regalando sus productos, tengo mala suerte...

¿Ye te aburriste? ¡Yo ya! Acudí a lo más recóndito de mi mente para hallar todos esos pretextos. ¿Cuántos de ellos utilizas? Regresa al párrafo anterior y subraya los que escuchas de tu propia boca. Ahora pregúntate si alguno mejorará tu situación. Lo dudo.

Entonces, ¿por qué la gente las usa con tanta frecuencia? ¿Importa siquiera? Una excusa es una alteración de la realidad; no te llevarán a una mejor situación. Si el cliente no tiene dinero no te ayudará a cerrar el trato. El hecho de que “sólo tengas mala suerte” no mejorará las condiciones de tu vida ni tu suerte. De hecho, si sigues diciéndote eso, esperarás la mala suerte, asegurándote así de que las cosas sigan por mal camino.

Debes entender la diferencia entre inventar excusas y ofrecer razones sólidas y reales para justificar sucesos. Este libro se enfoca en las muchas diferencias entre los exitosos y quienes no tienen éxito, y una diferencia muy importante es que la gente exitosa no inventa excusas. También son bastante irracionales cuando se trata de dar razones, al menos para el fracaso. Nunca me preguntaré (ni preguntaré a otros) por qué no fui capaz de llevar mi producto al mercado, de conseguir dinero suficiente o vender bastante porque, en lo que a mí concierne, ninguna respuesta bastará. No hay

justificaciones que cambien estos hechos o situaciones y las razones son sólo oportunidades que deben ser atendidas. Cualquier racionalización que inventes sólo da a otros la oportunidad de hallar la solución. Recuerda lo que he dicho una y otra vez a lo largo del libro: Nada te sucede a ti; sucede debido a ti. Las excusas son un complemento de esto, y un diferenciador mayor para dirimir si tendrás éxito o no.

Si conviertes al éxito en opción, entonces no lo será para ti, así de simple. No hay excusas que te hagan exitoso. Sentir lástima por ti y elaborar excusas es señal de un nivel demasiado bajo de responsabilidad. “No me compró porque el banco no le concedió el crédito”. No. No te compró porque fuiste incapaz de asegurar el financiamiento apropiado para un cliente potencial. La primera afirmación no asume responsabilidad por el hecho, en tanto que la otra sí lo hace e identifica una solución. Una vez que adoptas un sentido de la responsabilidad más avanzado, rehusándote a inventar excusas, podrás buscar una solución. Como beneficio adicional, evitarás situaciones similares en el futuro.

Las cosas valen por su rareza. Lo que abunda tiene poco valor. Las excusas abundan tanto que parece no haber fin para ellas. Debido a que son tan abundantes, no tienen valor. Dado que no impulsan tu deseo de crear más éxito para ti, representan un uso inútil de energía. Si piensas acercarte al éxito como se te enseña en este libro —no como si se tratara de una opción, sino de un deber, obligación y responsabilidad—, ¡entonces te comprometerás a nunca usar excusas para nada! No te permitas a ti, a tu equipo, familia o cualquiera de tu organización que use excusas para justificar algo que no fructificó. Como reza el viejo dicho: “Si ha de ser, depende de mí”.

Ejercicio

¿Qué diferencia hay entre una excusa y una razón?

¿Cuáles son las dos cosas que sabes sobre las excusas?

¿Qué excusas has usado?

CAPÍTULO 22

¿Exitoso o no exitoso?

He estudiado a la gente exitosa la mayor parte de mi vida, y me he encontrado con que las diferencias entre ellos y la gente que logra menos deben ser analizadas y la razón no es la que esperas. Las distinciones entre estos dos grupos no tienen nada que ver con la economía, la educación o con cuestiones demográficas. Aunque estas experiencias y sucesos influyeron sus puntos de vista, no son los factores determinantes en sus vidas. Puedo mostrarte gente sin educación, que fue criada por familias rotas en ámbitos terribles pero que se las arregló para crecer a niveles estratosféricos.

La gente exitosa habla, piensa y se aproxima a las situaciones, retos y problemas de manera distinta a la mayoría de las personas y en definitiva piensan distinto respecto del dinero. En este capítulo, encontrarás las cualidades, rasgos de personalidad y hábitos más comunes que hacen que la gente exitosa lo sea. Después de cada elemento analizado encontrarás algunos de mis pensamientos en relación con lo que cada categoría significa. Esto te permitirá estar más atento al tipo de hábitos y características que debes desarrollar y alentar en tus empleados y colegas. La única manera de ser exitoso es realizar las mismas acciones que la gente exitosa. El éxito no es distinto de cualquier otra habilidad. Replica las acciones y la mentalidad de la gente exitosa y lo crearás para ti.

La siguiente lista de conductas a imitar para ser exitoso se basa en lo descubierto sobre gente exitosa y su manera de hacer las cosas.

1. Adopta una actitud de suficiencia

La gente que tiene una actitud de suficiencia se aproxima a toda situación con la perspectiva de que las cosas pueden realizarse. Constantemente usan frases como: “Podemos hacerlo”, “Hagamos que suceda”, “Trabajemos en ello”, y siempre insisten en que existe una solución. Esta gente habla en términos explicativos, resuelve problemas y se refiere a los conflictos con una actitud positiva. Responden con esta disposición incluso ante las situaciones más apremiantes o irresolubles. Esta actitud es más valiosa que tener un producto superior y un menor precio, y es uno de los recursos para completar acciones masivas 10X. Si no haces todo con esta actitud, entonces no estarás pensando realmente en términos 10X. Debes creer y convencer a los demás de que existe una solución, incluso si deben trabajar más duro para hallarla. Incorpora estos matices de suficiencia en tu lenguaje, pensamientos, acciones y en las respuestas que des a todos. Ayuda a que toda tu empresa desarrolle este tipo de actitud al insistir sobre el tema diariamente. Toma el asunto más difícil y piensa en cómo reaccionar con una actitud de suficiencia. Procura que tú y tus colegas lleguen al punto de que responder con frases tipo “Puedo hacerlo, no hay problema, ¡nos las arreglaremos!” sea la norma. No acepten otra cosa.

2. Confía en que lo resolverás

Este estilo de ver las cosas va de la mano con la actitud de suficiencia. De nuevo, se refiere al individuo que siempre busca ser responsable y solucionar un problema. Incluso si no estás seguro de cómo hacer algo, la mejor respuesta es: “Me las arreglaré”, y no “No sé”. Nadie valora a una persona sin información y que además no quiere conocerla. Esta respuesta no hace nada por tu credibilidad o competencia. No estoy de acuerdo con el argumento de que debes decir a la gente si no sabes algo. ¿En qué ayuda esto? ¿En verdad quieres alardear sobre tu incapacidad, pensando que el mercado —o tus clientes— valoran tanto la honestidad como

para desear que admitas que pierden su tiempo contigo? Puedes admitir que no estás familiarizado con algo, siempre y cuando aclares que averiguarás las cosas de inmediato o encuentres a quien las domine. Al bajar los brazos para una tarea no mueves las cosas hacia delante. ¡Comunícate a ti mismo y a los demás que estás dispuesto a hacer lo que sea necesario para averiguarlo! Una respuesta alternativa a “No sé” es “Buena pregunta. Déjame revisar eso”. Sigues siendo honesto pero incitas a una solución en lugar de implicar ineptitud.

3. Concéntrate en la oportunidad

La gente exitosa ve todas las situaciones —incluso los problemas y las quejas— como oportunidades. Donde otros ven dificultades, los exitosos advierten que los problemas resueltos llevan a nuevos productos, servicios, clientes y hasta a un probable éxito financiero. Recuerda: Éxito es superar un reto. Por lo tanto, no tendrás éxito sin experimentar dificultades. No importa cuál sea el reto; si lo manejas adecuadamente, serás recompensado. Y mientras más grande sea el problema, mayor es la oportunidad también. Cuando un problema existe para todo el mercado y la gente que lo compone, se convierte en un ecualizador. La única persona que destaca es el individuo concentrado en la oportunidad, que ve los problemas como aperturas al éxito. Esta gente sabe usar el problema para distinguirse de los demás y dominar el mercado. Existen incontables situaciones que la mayoría de la gente interpreta como contratiempos y nada más: recesiones, desempleo, problemas de vivienda, conflictos, quejas de clientes y cierres de empresas, por nombrar sólo a unos cuantos. Si aprendes a ver estas cosas como un beneficio potencial y no como problemas, terminarás por ocupar la cima.

4. Ama los retos

En tanto que muchas personas aborrecen los retos y los usan

como razones para hundirse en la indiferencia, los individuos altamente exitosos se sienten atraídos y vigorizados por los retos. La idea de sentirse abrumado, creo, es resultado de nunca tomar acciones suficientes para generar suficientes victorias. El éxito llama al éxito y las derrotas incrementan las posibilidades de más derrotas. Los retos son las experiencias que afilan las capacidades de la gente exitosa. Para conseguir tus metas debes acceder a un lugar en que todo reto se convierte en combustible para ti. La vida puede ser brutal y la gente incurre en pérdidas con el paso del tiempo. Muchos llegan al punto en que cualquier nuevo reto que enfrentan equivale a una derrota en su mente. Sin embargo, hay formas de rehabilitarte para que las experiencias difíciles de la vida no te roben la oportunidad de acercarte a los nuevos retos con gusto y emoción.

Cuando desarrollas una visión más positiva, ves los retos como estímulo para adentrarte en algo, y no como excusa para evitarlo. Debes reeducarte sobre la noción del “reto” para darte cuenta de que cada uno ofrece oportunidad de ganar. Y no te engañes: ganar en la vida es vital. Cada minuto de cada día, tu mente mantiene un registro de victorias, derrotas y empates, y lo hace con base en la noción de lo que sabes sobre tu propio potencial. Mientras más ganes en la vida, mayor será tu potencial y llegarás a amar aún más los retos.

5. Procura resolver problemas

Los individuos exitosos buscan problemas porque saben que casi cualquiera es universal de una manera u otra. Algunas industrias llegan a crear problemas para “solucionarlos” vendiéndote sus productos. (Piensa en todas las cosas que compraste con el paso de los años porque las “necesitabas”. ¿En verdad las necesitabas o fuiste convencido de que solucionarían algún problema que podías o no tener?) Las vacunas contra la gripe son un buen ejemplo. Mucha gente piensa que son necesarias, pero la opinión médica se divide en este asunto. Los problemas, para los exitosos, son como

alimento para los hambrientos. Dame un problema — cualquier problema— y al solucionarlo seré recompensado y me convertiré en héroe. Mientras mayores sean los problemas, y mientras más gente se beneficie con la solución, más poderoso será tu éxito. Para anotarte en la lista del éxito, resuelve problemas —para tu empresa, empleados, clientes y gobierno—, sean los que sean y estén donde estén. El mundo está lleno de gente que tiene problemas o que los provoca. Una de las mejores maneras de distinguirse de la masa es establecerte como alguien que mejora las situaciones, no a la inversa.

6. Persiste hasta lograr el éxito

La habilidad de persistir en un camino dado sin importar los contratiempos, los sucesos inesperados, las malas noticias y la resistencia —el seguir firmemente en algún estado, propósito o curso de acción a pesar de las condiciones— es una característica común de quienes triunfan. Te aseguro que al menos yo soy más persistente que talentoso. Esto no es una característica que la gente pueda o no tener; es algo que pueden —y deben— desarrollar. Los niños parecen mostrar esta cualidad desde el nacimiento hasta que ven que no es así como la mayoría de la gente actúa, gracias a la socialización, a los padres o a ambos. Sin embargo, esta cualidad es necesaria para convertir en realidad cualquier sueño.

Te dediques a las ventas o seas burócrata, empleador o empleado, aprende a persistir en todo tipo de situaciones. Es como si este planeta tuviera algún tipo de fuerza o tendencia natural —casi como la gravedad— que pone a prueba la capacidad de persistencia de la gente. Es casi como si el universo estuviera determinando de qué estás hecho para confrontarte. Yo sé que cada labor que afronto requerirá que persista con acciones 10X hasta que toda la resistencia se convierta en apoyo. Yo no trato de eliminar la resistencia; sólo sigo adelante hasta que el curso de los acontecimientos cambia o mis ideas triunfan en lugar de ser desafiadas. Por

ejemplo, tenía un detractor en Facebook cuyo apoyo traté de ganarme sin lograrlo. En lugar de bloquear a esta persona, pregunté a mis seguidores qué opinaban de la situación y dejé que enterraran al tipo apoyándome. Si algo no termina por apoyarme, simplemente persisto con tanto éxito que cualquier resistencia dejará de existir.

La persistencia es una gran ventaja para cualquiera que desee multiplicar su éxito, porque la mayor parte de las otras personas dejan de lado su habilidad natural para persistir. Cuando te reentrenes con la idea de hacer lo necesario para asegurarte de que estás en la mejor posición mental, emocional y financiera para perseverar, terminarás estando en la lista de los más exitosos.

7. Asume riesgos

Una vez estaba en Las Vegas y un hombre sentado junto a mí dijo: “Estos casinos siempre ganarán dinero porque la gente que juega nunca está dispuesta a asumir riesgos a niveles suficientemente grandes como para barrerlos”. No sugiero que trates de vencer al casino; sin embargo, la observación del hombre me recordó cómo nos enseñan a jugar a la segura, a ser conservadores sin “ir por ello” a lo grande. La vida no es muy distinta de Las Vegas; debes poner algo en el juego para ganar. En algún punto tendrás que asumir el riesgo y los exitosos lo hacen a diario. En los casinos verdaderamente grandes de la vida y los negocios, ¿te arriesgas lo suficiente para crear el éxito que quieres y necesitas? La mayoría nunca va lo suficientemente lejos para obtener el reconocimiento, llamando la atención y haciendo escándalo; más bien tratan de proteger o conservar una reputación, posición o algo ya logrado. Los exitosos están dispuestos a jugársela, a apostar todo sabiendo que, sin importar el resultado, volverán a hacerlo. Permiten que se les critique, se les vea por el mundo, en tanto los fracasados se retraen y juegan a la segura. Recuerda el viejo dicho: “Nada arriesgado, nada ganado”. En esta época, es vital hacer que tu familia y amigos te apoyen al asumir riesgos para ya no

jugar a la segura.

8. Sé insensato

No. No es un error; dice que seas insensato. En mi libro *Sell to Survive*, introduje la noción de que los vendedores exitosos deben ser insensatos con sus clientes para consumar la venta. Esto claramente se estrella en el rostro de lo que se nos enseñó a la mayoría, o sea, ser razonables y lógicos. Para ser insensato se requiere actuar sin consideraciones racionales y en desacuerdo con las realidades prácticas. Y sí: ¡Eso es lo que yo quiero hacer! Cuando la mayoría de la gente ve esta definición, se confunde y piensa que les digo que se vuelvan locos. Pero la gente exitosa reconoce lo importante de actuar sin razón. Saben que no pueden actuar de acuerdo con las realidades aceptadas. Si lo hacen, el supuesto “imposible” nunca es posible para ellos. Para actuar a la 10X se requiere pensar y actuar insensatamente. De otro modo, terminarás igual que los demás: forzado a sobrevivir con las sobras que dejan las personas exitosas. Insensato no significa ser mentalmente inestable —y afrontémoslo: ¿a quién no le falta un tornillo?— sino que te rehúsas a validar la supuesta “sensatez” de las acciones razonables que nunca te llevarán adonde quieres ir. La mayoría juega de acuerdo con algún conjunto de reglas estúpidas, inútiles y racionales que sólo aseguran que sigas deambulando penosamente como un esclavo. Piénsalo: ¿tendríamos autos, aviones, vehículos espaciales, teléfonos e internet —además de miles de cosas más— si alguien no hubiera hecho algo que otros catalogaron de “insensato”? El hombre no haría nada excepcional si no fuera por su disposición a ser irracional. De modo que conviértete en uno de los insensatos. Suelen ser la gente que hace una gran diferencia en nuestro mundo.

9. Sé peligroso

Desde que eras niño, alguien te alejó del peligro. “Ten cuidado”, es el mantra que los padres repiten a sus hijos

mientras compran productos de industrias enteras creadas sólo para “salvaguardar” un hogar y proteger a un niño. Pero mucha gente llega al punto de preocuparse evitando el peligro que ya no viven. Si miras tu vida en retrospectiva, verás que te has hecho igual daño —o más— siendo “cuidadoso” en lugar de temerario. Piensa en la última vez que te lastimaste. Probablemente tratabas de proteger algo justo antes de que sucediera. Ser cuidadoso requiere actuar con cautela, y no hay manera de que alcances niveles de actividad 10X siendo así. La acción masiva demanda lanzar la precaución al viento, incluso si esto te pone en peligro. Trabajar con gente poderosa es peligroso en sí mismo. ¿Quieres obtener dólares de inversión por parte de un multimillonario? ¿Quieres un salario de un millón de dólares anuales? ¿Quieres que tu empresa cotice en la bolsa? De ser así, debes estar deseoso de convertirte en peligroso porque cada vez se esperará más de ti en estas situaciones. Para hacer algo grande, abraza el peligro. El modo de asegurarte de que el peligro no te mate es entrenarte para meterte al cuadrilátero y salir victorioso.

10. Crea riqueza

La actitud hacia la riqueza es un distintivo significativo entre los exitosos y quienes no lo son. Los pobres creen que necesitan trabajar para ganar dinero y pasan su vida gastándolo en bagatelas o conservándolo como locos. Los muy exitosos saben que el dinero ya fue creado. Piensan en términos de generar riqueza por medio del intercambio de nuevas ideas, productos, servicios y soluciones. Los muy exitosos se percatan de que no los limita la escasez. Saben que el dinero existe en abundancia y fluye hacia los que crean productos, servicios y soluciones. Y esa riqueza no está limitada a una provisión monetaria. Mientras más cerca estés de los flujos masivos de dinero, mejores oportunidades tendrás de crear riqueza por tus propios empeños.

Piensa en términos de crear dinero y riqueza, no en salarios y conservación de fondos. Imagina cómo crear

riqueza por medio del intercambio de grandes ideas, servicios de calidad y eficiente resolución de problemas. Fíjate, por ejemplo, en el comportamiento poderoso de los bancos. Acumulan circulante por medio de métodos que llevan a otras personas o a darles dinero o a pedirlo prestado a ellos. Considera la manera en que los ricos son dueños de los bienes raíces que rentan a otros que pagan por ello. Producen dinero por el solo hecho de ser dueños de la propiedad y, por lo tanto, crean riqueza. La gente que invierte en sus propias empresas lo hace para incrementar su riqueza, no sus ingresos. Los fracasados, por otra parte, gastan dinero en las cosas que los ricos usan para crear riqueza. El ingreso paga impuestos, la riqueza no. Recuerda: no necesitas “hacer” dinero. Ya fue fabricado. No hay escasez real de dinero, sólo carencia de personas que crean riqueza. Cambia tu atención de conservar el dinero a crear riqueza, y estarás pensando como gente exitosa.

11. Actúa de inmediato

Éste es el tema central del libro (¡espero que, llegado este momento, te quede claro!). Los altamente exitosos realizan increíbles cantidades de acción. Sin importar de qué tipo, esta gente rara vez hace nada, incluso de vacaciones (¡pregunta a sus parejas o familias!). Ya sea logrando que otros actúen por ellos, llamando la atención sobre sus productos e ideas, o trabajando día y noche, los exitosos asumen niveles altos de acción antes de que alguien conozca su nombre. Los no exitosos hablan de planes de acción pero nunca hacen lo que dicen, al menos nunca en cantidad suficiente para obtener lo que quieren. La gente exitosa asume que sus logros futuros dependen de invertir en acciones que quizá no paguen hoy, pero que si se realizan de modo persistente tarde o temprano darán frutos.

La acción masiva es de lo que dependo, incluso en tiempos difíciles. Tu capacidad de actuar será un factor de importancia para determinar tu éxito potencial y se trata de una disciplina en la que debes invertir tiempo a diario. No se

trata de un don o regalo, es un hábito que debe desarrollarse. La pereza y la inacción son cuestiones éticas para mí. No pienso que sea correcto o aceptable ser flojo. No se trata de una “falla de carácter” por una enfermedad inventada, así como tampoco una persona altamente activa está “bendita” de algún modo. Nadie nace para correr los cien metros libres o el maratón, así como tampoco para actuar más que otros. La acción es necesaria para crear éxito y ser la cualidad definitoria que te permitirá sumarte a la lista de la gente exitosa. No importa quién seas o lo que hayas hecho hasta el momento: desarrolla este hábito para aumentar tu éxito.

12. Siempre di “Sí”

Para ir por todo en la vida y los negocios, di sí a todo. Es algo que hacen los exitosos una y otra vez, no porque puedan hacerlo sino porque eligen decir sí. Están ansiosos de embarcarse en la vida y se dan cuenta de que la palabra “sí” tiene más vida y posibilidades, y es más positiva que la palabra “no”. Cuando un cliente me pide hacer algo, digo: “Sí, estaré contento de/ me encantaría/lo haré funcionar para usted”. Yo tengo una frase: “Nunca digo que no hasta que tengo que hacerlo”. Es una buena manera de decir a alguien que no (esto es, si estás obligado a hacerlo). Cuando se da una opción de hacer o no hacer algo, ¡siempre di que sí! La vida es para vivirse, algo que se vuelve imposible cuando dices no. Aunque muchos sugieren que es importante saber a qué se dice no, la realidad es que la mayoría de la gente no se aventura y no experimenta lo suficiente en la vida. Se rehúsan a probar cosas y experiencias nuevas. Sabes que tienes un “no” en ti listo para entrar en acción, una negativa que está respaldada por 10 razones por las que no puedes, debes o no tienes tiempo para hacer algo. Intenta lo siguiente; di sí desde ahora hasta que te hagas tan exitoso que te veas forzado a agregar el “no” a tu arsenal para administrar tu tiempo y esfuerzos. Hasta entonces, convierte al “sí” en parte de tus hábitos exitosos. Di sí a tus niños, pareja, clientes, jefe y, más importante, a ti mismo. Esto te

llevará a experimentar nuevas aventuras, nuevas soluciones y nuevos niveles de éxito.

13. Comprométete habitualmente

Los exitosos se comprometen de modo completo y consistente con actividades; algunas requieren arriesgar todo. Esto nos regresa al concepto de apostar “el resto” como describí en capítulos anteriores. También se relaciona con la operación en algún nivel de peligro, rehusándose a jugar a la segura. La gente no exitosa rara vez se compromete con algo por completo. Siempre hablan de “intentar” las cosas y cuando se comprometen, lo hacen con actos y hábitos destructivos. El compromiso es una de las cosas en que sí hay escasez. Muchos individuos y organizaciones fallan al comprometerse por completo con sus actividades, deberes, obligaciones y responsabilidades para supervisar las cosas durante todo el proceso. ¡Para adquirir éxito, es vital dejar de probar la temperatura del agua: lanzate de cabeza y ya! Dedicarte a algo durante todo el proceso significa que no hay modo de evitarlo. Es como cuando saltas a un depósito de agua; una vez que decides ir por él, no puedes detenerte en mitad del aire.

Preferiría a una persona capaz de comprometerse sobre una que tenga una educación completa. El compromiso es un signo de que alguien se hace responsable de una posición, tema o acción. La gente exitosa supera los problemas y mantiene la concentración en la promesa hecha a sí misma o a los demás. Conservan la mirada en el resultado todo el tiempo. Cuando me comprometo conmigo, con mi familia, con un proyecto o la empresa a tener éxito, significa que haré todo lo necesario para convertir en realidad esa promesa y cumplir mi compromiso. Los compromisos no son algo para lo que debas inventar excusas, ni tampoco se negocia con ellos ni se dejan de lado. Comprométete a fondo, como si ya fueras exitoso y demuestra el compromiso con todos aquellos con los que trabajas.

14. Ve por todo

Como dicen en Alcohólicos Anónimos, “con medidas a medias nada logramos”. Para los miembros, esto significa que no aspiras a la sobriedad si bebes un poco. En el mundo del éxito y los logros, los términos medios no consiguen resultados, con la excepción de cansar a la persona implicada. Por eso la mayoría de la gente se refiere al trabajo como si fuera una enfermedad. Sólo quienes hacen las cosas a fondo, hasta terminar, experimentan las recompensas que el trabajo ofrece. Hasta que una acción se convierte en éxito, no está terminada. Hasta convertir al cliente potencial en cliente, o al inversor potencial en inversor, no completas el ciclo. Esto puede parecer duro, pero si llamaste a un cliente 50 veces y no conseguiste el trato, entonces lo mismo podrías no haber llamado a esa persona. Éste es el momento en que la gente se vuelve razonable y, por lo tanto, no logra las cosas. Comprométete con ser absolutamente insensato y llega hasta el final. ¡No aceptes ninguna excusa! ¡No se permite conformarse!

15. Concéntrate en el “ahora”

Sólo existen dos tiempos para los exitosos: el ahora y el futuro. Los no exitosos pasan la mayor parte de su tiempo en el pasado y consideran que el futuro es una oportunidad para dilatar las cosas. “Ahora” es el periodo que la gente exitosa utiliza para crear los futuros que desea y dominar sus ambientes. No puedes hacer lo que la gente no exitosa, valerse de cualquier excusa para realizar después tareas que deberían hacer de inmediato. En lugar de eso, adquiere la disciplina, la memoria muscular y los logros derivados de realizar acciones masivas mientras otros piensan, planean y aplazan. Actuar inmediatamente permite a los más exitosos diseñar el futuro que desean, entienden que deben seguir actuando ahora. Están conscientes de que retrasar las cosas es la debilidad última.

La Regla 10X requiere que actúes masivamente y de inmediato. Cualquiera que deje para después lo que puede

realizar justo ahora, nunca ganará la oportunidad y la confianza que resultan de hacerlo. Por ejemplo, una vez dije a mi equipo que quería que cada uno de ellos —incluso los que estaban en funciones administrativas— realizaran 50 llamadas telefónicas. De inmediato vi signos de pánico en el rostro de los presentes, como si esto fuera imposible sumado a las demás obligaciones. De modo que les dije: “Tienen 30 minutos para hacer sus llamadas. ¡Corre tiempo!” Luego fui a mi oficina y realicé 28 llamadas en 22 minutos.

No te permitas ni un segundo de retraso por la preocupación o el análisis en situaciones como ésta, ¡porque cada segundo en que piensas es un segundo de acción desperdiciada! Te sorprendería saber lo mucho que se hace cuando dejas de pensar, calcular y dilatar para adoptar el hábito de actuar en el momento. Aunque esto puede hacerte sentir como si estuvieras reaccionando constantemente con demasiada espontaneidad, también hará que actuar se convierta en un hábito. La acción es necesaria y no hay tiempo más valioso que el ahora. Mientras otros deciden cómo harán algo, tú ya lo habrás terminado. La persona que persista en hacer las cosas, mejorará sus capacidades para la supervivencia y la adaptación. Disciplínate para actuar ahora, no después, y te aseguro que el volumen de labores que asumes rápidamente aumentará la calidad del trabajo y te impulsará con convicción y certidumbre.

16. Demuestra valor

El valor es la cualidad de la mente o del espíritu que lleva a la gente a enfrentar situaciones peligrosas a pesar del temor. Es raro que la gente se sienta o sea descrita como valiente antes del suceso que los lleva a actuar de esta manera. Más bien, se trata de entrar en acción sin importar los temores. Los soldados y los héroes nunca se dicen valientes antes de realizar las hazañas. Por lo que a ellos concierne, sólo hacen lo que deben hacer en ese momento.

Te darás cuenta de que la gente exitosa suele tener un aire de confianza y convicción, de comodidad e incluso un

poco de arrogancia. Antes de pensar en que son distintos en algún sentido, entiende que adquirieron estas cualidades como resultado de la acción. Mientras realices más cosas que te espanten, más te catalogarán los demás como valiente, lo que los llevará a gravitar a tu alrededor. La valentía es para los que actúan, no para los que piensan, esperan y se preguntan. La única manera de lograr este aspecto del carácter es por medio de la acción. Aunque puedes entrenarte para mejorar tus habilidades y tu confianza, el valor sólo se obtiene al hacer las cosas, especialmente las que temes. ¿Quién quiere hacer negocios o apoyar a alguien que cede ante sus miedos? ¿Quién quiere invertir en un proyecto cuando la gente no actúa con confianza y valor?

Recientemente fui entrevistado por alguien que me preguntó: “¿No hay nada que te espante?” La pregunta me sorprendió porque yo sabía que experimentaba el temor. Supongo que debo dar la impresión de que no estoy asustado porque realizo acciones del cuarto grado y tú puedes hacer lo mismo. Ataca, domina y pon tu atención en el futuro, y luego continúa repitiendo tus acciones y tu valentía crecerá. Haz cosas que te den miedo con más frecuencia y poco a poco comenzarán a espantarte cada vez menos, ¡hasta que se hagan tan habituales que te preguntes cómo pudiste temerles!

17. Abraza el cambio

La gente exitosa ama el cambio, en tanto que los no exitosos hacen todo lo posible para que las cosas no cambien. Pero, ¿cómo crear éxito cuando evitas que las cosas cambien? Es imposible. Aunque no quieras alterar las cosas que funcionan, siempre busca la forma de mejorar lo que haces. Los exitosos advierten los cambios en el mundo y los usan para mejorar sus operaciones y sacar ventajas. Saben que deben adaptarse o no serán victoriosos. El cambio no es algo a lo que debas resistirte; debe emocionarte. Steve Jobs, de Apple, es un buen ejemplo de esto. Cambia sus productos

antes de que la competencia los copie y antes de que los consumidores se aburran de ellos. La disposición de aceptar el cambio es una gran cualidad de los exitosos.

18. Determina la mejor manera de hacer las cosas

Los exitosos saben cuantificar lo que funciona y lo que no funciona, en tanto que los no exitosos se concentran solamente en el “trabajo duro”. La aproximación correcta puede ser instituir un programa de relaciones públicas que suavice el mercado, proveyendo a los consumidores con la herramienta correcta, u obligando a que la gerencia realice las conexiones más poderosas, encuentre a los mejores inversores o contrate a personal de alta calidad. Sea cual sea el método, los exitosos no piensan en términos de trabajo duro (a pesar de que, por supuesto, están dispuestos a trabajar duro). En lugar de ello trabajan de manera inteligente y manejan la situación al encontrar y usar la forma correcta de hacer las cosas hasta tener éxito. Los fracasados siempre se encuentran con que el trabajo es difícil porque nunca tuvieron tiempo suficiente para mejorar cómo hacer las cosas y facilitarlas. Los primeros tres años de mi vida como vendedor estuvieron hechos de duro trabajo y me dieron resultados esporádicos en el mejor de los casos. Luego comprometí dos años y miles de dólares en mejorar mi modo de hacer las cosas... ¡y entonces las ventas dejaron de ser “trabajo”!

La gente exitosa invierte tiempo, energía y dinero en mejorarse a sí misma. Como resultado, no se concentran en lo duro que es el trabajo, sino en lo satisfactorio de los resultados. Cuando ganas porque has perfeccionado tu forma de hacer las cosas, no sentirás que trabajaste; sentirás el éxito. Y nada sabe tan bien como la victoria.

19. Rompe con las ideas tradicionales

Los más exitosos entre los exitosos van más allá del concepto de mero cambio y retan al pensamiento tradicional.

Fíjate en organizaciones como Google, Apple y Facebook, y verás compañías que retan a las tradiciones y crean nuevas maneras de hacer las cosas. Rompen lo que funciona para llegar a un mejor lugar. Los más exitosos crean tradiciones, no siguen las ya establecidas. No seas prisionero del pensamiento acordado por otros. Encuentra maneras de tomar ventaja del pensamiento tradicional que limita a otros.

Los exitosos son conocidos como “líderes de pensamiento” que diseñan el futuro con ideas adelantadas a su tiempo. Fundé mi primera empresa con la intención de romper ideas tradicionales que una industria aceptaba hace tiempo, y lo hice demostrando que había una mejor manera de cuidar a los clientes. Los individuos altamente exitosos no se preocupan por cómo las cosas se han hecho; se interesan por encontrar nuevas y mejores formas de hacerlas. Se fijan en que autos, aviones, periódicos y casas han cambiado poco en los últimos 50 años y determinan crear nuevos mercados. Una palabra de advertencia: esta gente también es capaz de mantener las estructuras existentes mientras disputa los conceptos convencionales y lleva nuevos productos al mercado. No persiguen el cambio por el cambio mismo; lo hacen para diseñar productos, relaciones y ambientes superiores. Los exitosos están dispuestos a retar la tradición para descubrir nuevas y mejores maneras de lograr sus metas y sueños.

20. Oriéntate a las metas

Una meta es un objetivo deseable —algo que debe lograrse— que una persona o empresa necesita para moverse hacia delante. La gente exitosa está muy orientada a la consecución de objetivos y siempre pone más atención en el objetivo que en el problema. Parecen capaces de doblar las balas debido a su compromiso con el objetivo. Muchas personas pasan más tiempo planeando lo que comprarán en el supermercado que disponiendo las metas más importantes de su vida. *Si no permaneces concentrado en tus metas, pasarás tu vida logrando los objetivos de otros,*

particularmente los de quienes se orientan a conseguir objetivos.

Las metas son increíblemente importantes para mí. Empiezo y termino cada día escribiéndolas y repasándolas. Siempre que encuentro fallas o retos, tomo mi cuaderno y escribo mis metas de nuevo. Esto ayuda a mantener mi atención en el sitio al que deseo ir y en las metas que quiero lograr, en lugar de abrumarme por la dificultad del momento. La habilidad de mantener la concentración en el objetivo y su consecución, es vital para el éxito. Aunque trato de mantenerme concentrado en el presente, quiero dedicar la mayor parte de mi atención al panorama más amplio de mis metas y no sólo a la labor que estoy completando en ese momento.

21. Asígnate una misión

En tanto que la gente no exitosa pasa su vida pensando en términos de un trabajo, la exitosa se acerca a sus actividades como si estuvieran en una misión religiosa, no como si se tratara solamente de trabajo. Los empleados, empleadores, empresarios y los que transforman el mercado consideran que sus actividades diarias forman parte de una misión más importante que cambiará las cosas. Siempre piensan en grande y trabajan en pos de un objetivo masivo. Hasta que piensas en tu trabajo como si se tratara de una misión, sientes que tu empleo es sólo “una chamba”. Debes emprender cada actividad con la actitud celosa de que esta tarea podría cambiar al mundo para siempre. Piensa en cada llamada, e-mail, visita de ventas, reunión, presentación y en cada día que pasas en la oficina no como si formaran parte del trabajo, sino asuntos que te harán ser recordado por siempre. Hasta que adoptes esta actitud, estarás atorado en tu trabajo, y probablemente se trate de uno que no es muy satisfactorio.

22. Mantén un alto nivel de motivación

La motivación se refiere al acto o estado de ser estimulado hacia la acción. Para tener éxito, es importante saberse estimulado, emocionado y decidido a realizar alguna acción o acciones. Aunque la definición de motivación sugiere que existe una razón detrás de la acción, el estudio de la gente exitosa también indica que los altos niveles de actividad son impulsados por estar concentrado en los objetivos y alentado por la misión. Los fracasados demuestran niveles bajos de motivación, una tendencia al ocio y una falta de claridad y propósito. La motivación elevada obviamente resulta crítica para las acciones y la persistencia 10X. No se trata del tipo de entusiasmo que dura unas cuantas horas, un día o una semana; se basa en lo que haces *cada día* para estimular acciones, inspirarte y mantenerte en marcha. La gente muy exitosa continuamente busca y descubre razones para estar alentada a conseguir nuevos niveles de éxito. Ésta puede ser la razón por la que la gente exitosa nunca está satisfecha. Al buscar nuevas razones para seguir adelante, logran estos nuevos objetivos y luego se regeneran para la siguiente ronda. Están constantemente estimulados para los más altos niveles de acción y logro.

Hay una pregunta que me formulan más que ninguna otra en mis seminarios: “¿Cómo permanecer motivado?” ¿La respuesta? No dejo de crear nuevas razones para seguir adelante. Los fracasados sugieren sin falta: “Si tuviera lo que esa persona tiene, me retiraría”. Pero no creo en esa afirmación ni por un segundo. Primero que nada, no saben si eso sería cierto, puesto que no conocen cómo reaccionarán ante el éxito. Es posible y altamente probable que el éxito creado incluya algunas responsabilidades y obligaciones para seguir produciendo y lograr que las cosas sigan adelante. La motivación es un trabajo interno. No puedo motivarte y tú no puedes motivar a otra persona. Puedes alentar, puedes retar, puedes inspirar, pero la verdadera motivación, la razón subyacente por la que se hace algo, debe provenir del interior. Yo lo hago al establecer metas diariamente para mantenerme entusiasmado. Veo las cosas que parecen estar fuera de mi alcance —no sólo las cosas materiales sino los

logros de otros— para mantener la atención en las posibilidades. Cualquier cosa que puedas hacer para estar altamente motivado será de gran importancia para tu compromiso 10X.

23. Interésate por los resultados

La gente exitosa no valora el esfuerzo, trabajo o tiempo invertido en una actividad; valoran resultados. Los individuos no exitosos atribuyen gran importancia al tiempo que pasan en el trabajo y a los intentos por lograr resultados, incluso si nada sucede. En este caso, la diferencia está relacionada con el concepto de ser insensato. Afrontémoslo: nos guste o no, los resultados son lo único que importa. Si tu “intento” de sacar la basura sólo llega al distribuidor de la entrada, se acumulará en tu domicilio y tendrás un problema. Hasta que sólo piensas completa e insensatamente en la obtención de resultados, te quedarás corto al conseguir lo que deseas. Deja de darte palmaditas en la espalda por intentar las cosas y guarda tus recompensas y reconocimientos para el logro verdadero. Anímate de manera que nadie más lo haga. Sé duro contigo mismo y nunca te permitas abandonar nada hasta obtener resultados. Los resultados (y no los esfuerzos) son el principal objetivo de los exitosos, sin importar retos, resistencias o problemas.

24. Ten metas y sueños grandiosos

La gente exitosa sueña en grande y tiene metas inmensas. No son realistas. Dejan eso para las masas, que luchan por las sobras. La segunda pregunta de la Regla 10X dice: ¿qué tan grandes son tus metas y sueños? A la clase media se le enseña a ser realista, en tanto que los exitosos piensan en términos de cuánto quieren extenderse. Lo que más lamento en mi vida es que inicialmente establecí metas y objetivos basados en lo que era realista y no en el pensamiento gigante y radical. El “pensamiento en grande” cambia al mundo. Es lo que conforma a Facebook, Twitter, Google y a

cualquier otra cosa que venga. El pensamiento realista, las metas pequeñas y los sueños triviales simplemente no te ofrecerán ninguna motivación, y te dejarán compitiendo con las masas. ¡Sueña en grande, ve por todo y luego piensa en cómo ir todavía más lejos! Lee todo lo que puedas sobre las grandes personalidades y los logros de las empresas. Rodéate con todo lo que te pueda inspirar para pensar en grande, actuar en grande y alcanzar todo tu potencial.

25. Crea tu propia realidad

Los exitosos se parecen bastante a los magos; no se meten con las realidades de otras personas. Más bien, se proponen crear una nueva realidad para sí mismos, diferente a la que aceptan los otros. No les interesa lo que otras personas consideran posible o imposible; sólo les interesa producir las cosas que sueñan como posibles. Nunca se les vende la idea de tratar con las creencias de otros o con sus lineamientos, y no se someten a la “realidad” con la que todos están de acuerdo. Quieren crear lo que quieren y desdeñan —y hasta les disgusta— el acuerdo de las masas. Investiga un poco y verás que aquellos que la han hecho en grande crearon una realidad que no existía. Ya se trate de un vendedor, atleta, artista, político o inventor, la grandeza es lograda por los que piensan poco en ser pragmáticos y se obsesionan con la idea de crear la realidad que quieren conseguir. La siguiente realidad de cómo serán o pueden ser las cosas, está sólo tan lejos como la siguiente persona que la cree.

26. Comprométete primero y luego averigua

En principio, esto puede parecer un rasgo bastante indeseable y hasta peligroso de los altamente exitosos. Sin embargo, es mucho menos peligroso que la alternativa puesta en práctica por los fracasados. La mayoría asume que debe averiguar todo primero y comprometerse hasta después; sin embargo, nunca parecen llegar a ese momento. Incluso cuando ya lo averiguaron todo y están listos para

comprometerse, se encuentran con que la oportunidad ya no existe o alguien más se quedó con el botín.

Comprometerte desde antes significa ponerte cien por ciento detrás de cualquier cosa *antes* de tener en cuenta cada detalle. Esto permite a las pequeñas empresas y a los empresarios salvajes derrotar a competidores más grandes y ricos. Las grandes empresas de ayer se hicieron tan poderosas y se enamoraron tanto de las instancias administrativas que sus equipos pasan la mayor parte del día en juntas, lo que los hace cautos e incapaces de jalar el gatillo como lo hacían cuando asumían riesgos y crecían. Aunque puede ser peligroso comprometerse ahora y averiguar las cosas después, creo que la creatividad y las facultades para la resolución de problemas son estimuladas sólo *después* de que una persona se compromete plenamente. Aunque la preparación y el entrenamiento son muy importantes, los retos del mercado requerirán que actúes antes de determinar cómo hacer las cosas. No necesariamente son los más listos o brillantes quienes ganan en el juego de la vida, sino quienes se comprometen con mayor pasión por su causa.

27. Sé altamente ético

Ésta es una zona de confusión para mucha gente, especialmente cuando ven a individuos exitosos en la cárcel. Bien, por lo que a mí concierne, no importa cuánto éxito logres amasar. Terminar en la cárcel sería motivo de descalificación inmediata. Incluso si un criminal no es atrapado, él o ella sigue siendo un criminal y, por lo tanto, es incapaz de tener éxito real. Conozco gente que jamás diría una mentira o tomaría un centavo y no los considero éticos porque tampoco se molestan en cumplir sus compromisos como proveedores de seguridad y modelos de rol para sus familias y amigos. Si no vas a trabajar todos los días y haces todo lo que puedas para tener éxito, entonces robas a tu familia, futuro y a la empresa para la que trabajas. Has hecho arreglos —ya sean implícitos o verbales— con tu esposa,

familia, colegas, gerentes y clientes. Mientras más éxito crees, mejor cumplirás esos acuerdos. En mi caso, ser ético no sólo significa jugar de acuerdo con las reglas establecidas por la sociedad. También creo que requiere que la gente haga lo que dijo que haría, y debe continuar haciéndolo hasta obtener los resultados deseados. Hacer un esfuerzo sin conseguir el resultado no es ético porque es una manera de mentirte y de fallar en el cumplimiento de tus obligaciones y compromisos. Tratar, desear, rezar, esperar y querer no te acercará a la meta. A mi entender, la gente ética obtiene resultados y crea mucho éxito para sí misma, su familia y su empresa, tanto que sobrevive a cualquier tormenta y tiene éxito sin importar las dificultades.

Una de las experiencias personales de la que estoy más orgulloso, es mi habilidad para capear dos años de condiciones económicas muy adversas mientras enfrentaba otros retos más serios en mi vida, y aún así fui capaz de expandir mi empresa y proveer para mi familia. Cualquier cosa que no sea proveer para el éxito de largo plazo, significa arriesgar a todos los que están en tu vida, incluido tú mismo. No estoy hablando de ética de “caja registradora” sino de un concepto mayor relacionado con vivir de acuerdo con tus capacidades y potencial, así como también cumpliendo con tus compromisos tácitos o explícitos. El simple hecho de estar de acuerdo en ser papá, esposo, emprendedor o dueño de un negocio —o cualquiera que sea el rol que desempeñes— trae consigo compromisos y acuerdos implícitos. Considero poco ético no utilizar los dones, talentos y la mente con la que he sido bendecido. Sólo tú puedes decidir qué es ético para ti. Sin embargo, te sugeriría que cualquier disparidad entre lo que puedes hacer y lo que logras es un asunto ético. Los más exitosos entre nosotros somos conducidos por la obligación y motivación ética de hacer algo significativo que sea coherente con el potencial.

28. Interésate por el grupo

Sólo puede irte tan bien como le vaya a la gente que te

rodea. Si quienes te rodean están enfermos, tienen un desempeño inferior al esperado y luchan, entonces tarde o temprano terminarás afectado como todos los demás. Por ejemplo, las pensiones están estrangulando a los gobiernos municipales y estatales porque algunas personas estuvieron más interesadas en su propia situación y no consideraron el impacto que tendrían en el grupo como un todo. Este tipo de pensamiento egoísta que no toma en cuenta al grupo, termina por afectar al conjunto mismo del que el individuo depende para su supervivencia. Esta forma egoísta de hacer las cosas hace prácticamente imposible que el grupo sobreviva, y pone en peligro hasta lo prometido.

La salud de la mayoría y su bienestar deben ser de capital importancia para cada miembro del grupo, algo que los más exitosos saben. Sólo puedes ser tan exitoso como los individuos con quienes te involucras y asocias. No importa qué posición tengas —si eres líder o parte del grupo—, tu éxito está limitado por la capacidad de quienes te rodean. Esto no significa que la gente exitosa no esté interesada en sí misma. Es sólo que se dan cuenta de que deben gastar energía y expresar interés en sus asociados porque saben que si no les va bien, hasta los mejor intencionados terminarán arrastrados. Es en realidad egoísta hasta cierto punto cuidar lo que pasa con los demás. Quieres que todos en tu equipo ganen y mejoren porque así es probable que mejore tu juego. Por esa razón, siempre haz todo lo posible para llevar al resto del equipo a niveles de alto desempeño.

29. Dedícate al aprendizaje continuo

Se dice que los directores generales más exitosos leen en promedio 60 libros y asisten a unas seis conferencias por año, en tanto el trabajador promedio estadounidense lee menos de un libro y consigue 319 veces menos ingreso. Aunque los medios discuten las diferencias entre ricos y pobres, con frecuencia olvidan la cantidad de tiempo y energía que los ricos dedican a leer, estudiar y educarse. La gente exitosa asiste a convenciones y simposios, lee. Jamás

ha habido un libro, programa de audio, descarga, seminario por la red o discurso que no me haya beneficiado, incluso de los peores.

La gente más exitosa que conozco lee todo lo que cae en sus manos. Se acercan a un libro de 30 dólares como si tuviera el potencial de convertirse en un millón. Ven cada oportunidad de entrenarse y capacitarse como la inversión más sólida. La gente no exitosa, por otro lado, se preocupa por el costo del libro o del seminario sin considerar los beneficios. Así que únete a las filas de la gente exitosa que sabe que su ingreso, riqueza, salud y futuro dependen de su búsqueda de nueva información y no dejar de aprender.

30. Mantente incómodo

Los que tienen éxito estuvieron dispuestos en algún momento a ponerse en situaciones incómodas, en tanto los fracasados buscan la comodidad. Las cosas más importantes en mi vida no fueron las que me hacían sentir más cómodo; de hecho, muchas me hacían sentir todo lo contrario. Ya se tratara de mudarme a otra ciudad, llamar en frío a un cliente, conocer nuevas personas, hacer una nueva presentación o aventurarme en nuevos sectores, la mayoría del tiempo me sentí incómodo hasta acostumbrarme a ello. Es tentador satisfacerte con lo que te rodea, con rituales diarios y hábitos, y la mayoría no ensancharán tu visión. Se siente bien cuando las cosas son familiares. Sin embargo, la gente exitosa está dispuesta a someterse a nuevas situaciones. Eso no significa cambiar por el simple hecho de hacerlo; no obstante, saben que al estar demasiado cómodos, relajados y en un entorno demasiado familiar, es probable que una persona se suavice, pierda su creatividad y el hambre de estar siempre al frente. Así que debes estar dispuesto a sentirte incómodo y a hacer sentirse incómodos a los demás. Tal es un signo seguro de que caminas al éxito.

31. Aprovecha las relaciones

Si de mí dependiera, éste sería un curso básico en cada año escolar. Incluiría ejercicios para que la gente haga cosas con las que no se siente cómoda. Los exitosos hablan constantemente de que la gente que los rodea es más lista, brillante y creativa. Es poco probable que escuches a uno de ellos decir: “Llegué aquí rodeándome de personas iguales a mí”. Sin embargo, la persona promedio pasa su tiempo con gente de mentalidad similar o incluso con quienes traen a la mesa menos de lo que pueden.

Haz un hábito de aprovechar todas tus relaciones y dirigir las hacia la gente mejor conectada, educada e incluso más exitosa. Estos individuos tienen mucho más que compartir que tus supuestos “iguales”. Este hábito se relaciona con su deseo de cambiar, retar a la tradición, crecer y hacer lo que otros no logran. ¡Procura subir, nunca crezcas hacia los lados y menos hacia abajo! Basa tus decisiones en lo que será la más grande inversión para moverte hacia tu compromiso ético y crear éxito para ti, tu familia y tu negocio. La gente que te rodea tendrá mucho que ver con llegar o no a tus metas. No quieres moverte horizontalmente. Asciende y esto se logra asociándote con pensadores de mayor calibre, soñadores mayores y protagonistas también de mayor talla. Los cinta negra no aprenden cosas nuevas de los cinta blanca. Puede que les recuerden las cuestiones básicas, pero un cinta blanca no hará que un cinta negra obtenga un cinturón rojo. Y no puedes convertirte en golfista de calidad si sólo juegas contra los más débiles. Interactúa con gente mejor que tú. Es la única manera de mejorar.

32. Sé disciplinado

Recuerda: aquí no sólo hablamos de dinero. Esto se refiere a ser exitoso en todas las áreas de la vida y, para lograrlo, no debes comprometer la disciplina: conducta ordenada que te dará lo que quieres y requisito para los jugadores 10X. Por desgracia la disciplina de la mayoría se parece más a los malos hábitos que a las incómodas acciones 10X que deben emprender una y otra vez.

Disciplina es lo que usas para completar cualquier actividad, sin importar qué tan incómoda sea, hasta convertirse en tu modo normal de proceder. Para obtener y mantener el éxito, determina qué hábitos son constructivos; y también el grupo debe disciplinarse (ver el punto 28) para hacer esas cosas una y otra vez.

Si descubres que no tienes todas las características y hábitos del éxito o tienes la mayoría o algunas de ellas la mayor parte del tiempo pero fallas ocasionalmente, no te preocupes. Supongo que quien lea esto no despliegue constantemente cada una de estas cualidades. Date cuenta de lo que pretende la lista, mantenla cerca de ti y haz un nuevo compromiso para convertir esas técnicas en parte de *quién eres* y no sólo algo que “haces”. Aunque personalmente no opero en la columna del éxito 100 por ciento del tiempo, sí me esfuerzo por invertir la mayor parte de mi tiempo haciendo lo que la gente exitosa.

Ninguna de las cosas de esta lista es una cualidad sobrehumana. Cada conducta es alcanzable. No uses una o dos de las técnicas. Piensa y opera con ellas y se convertirán en parte de ti. Úsalas todas.

Ejercicio

Sin mirar, nombra cinco características de la gente exitosa y de sus contrapartes.

¿Qué haces mejor ahora?

¿En qué necesitas trabajar más?

CAPÍTULO 23

Empezar con el estilo 10X

¿Así que, cómo se pone en práctica todo esto? ¿Qué clase de retos se presentarán? ¿Y cómo conviertes lo 10X en una disciplina constante? Repasa la lista de lo que hace la gente exitosa para determinar lo que debes hacer. ¿Cuándo empezar? Bueno, recuerda: sólo existen dos tiempos para la gente exitosa. Enfócate en el ahora, pero presta mayor atención al futuro que deseas crear. Ciertamente no puedes comenzar ayer y si esperas hasta mañana no serás un éxito porque habrás violado un principio importante de los exitosos: actúa ahora y sé conciente que la cantidad necesaria de acción realizada hoy creará el futuro. Cuando la gente exitosa se vuelve floja, añaden tiempo a la toma de decisiones. En ese punto, estarán más preocupados por proteger lo que tienen que en crear nuevos niveles de éxito. Y la conservación del éxito o lo que debes hacer con él cuando lo obtienes, ¡es justo el tema central de este libro!

Lo escribí a los 52 años y hasta el momento he creado suficiente éxito para mí, lo que sirvió para hacerme desear más. En verdad, creo que aún debo llegar al máximo de mis capacidades o habilidades. No quiero lograrlo sólo por ganar en el juego o el dinero, más bien porque en verdad considero una obligación ética utilizar mi potencial. No importa qué te impulse: ve y consíguelo ahora y deja de ser razonable contigo mismo.

Al momento de escribir estas líneas, emprendo una expansión mayor personal y profesional; asimismo amplió mi vida familiar y mis deseos filantrópicos. Todos en mi organización y hasta mis clientes te dirán que cuando me

propongo algo, siempre lo hago con el irracional deseo de hacer *lo que sea necesario* para llegar a mis objetivos. No soy un organizador, planificador o gerente. Sé que actuar sin agregar tiempo, juntas y análisis es una virtud y también una deficiencia. La gente que me conoce también te dirá que cuando me embarco en un proyecto, sea escribir otro libro, crear un programa para un seminario, desarrollar un nuevo producto, empezar una nueva rutina de ejercicio, mejorar mi matrimonio o pasar tiempo con mi hija, lo hago por completo. Estoy dentro al cien por cien, comprometido como un perro hambriento en la parte trasera de la camioneta que reparte carne. Me conozco bastante bien. Cuando me involucro en algo, soy irracional con las acciones que realizo hasta obtener los resultados deseados. No me invento excusas ni dejo que los demás lo hagan.

Ahora significa *ahora*, no dentro de un minuto. Empieza por las cosas que deben hacerse primero; comienza haciendo tu lista inicial de metas, luego una de acciones que te impulsarán en esa dirección. Luego, sin pensarlo demasiado, ponlas en práctica. Ahora unas cuantas cosas a tener en mente al empezar:

1. No reduzcas tus metas al escribirlas.
2. En este momento, no te pierdas en los detalles de cómo lograrlas.
3. Pregúntate: “¿Qué acciones puedo realizar hoy para moverme hacia esos objetivos?”
4. Realiza las acciones que se te ocurran sin importar en qué consistan o cómo te sientas.
5. No valores prematuramente el resultado de tus acciones.
6. Revisa la lista todos los días.

Cuando empiezas en el camino de la Regla 10X, puedes sentirte un poco abrumado. Incluso notar una tendencia a convencerte de no empezar o no actuar. No esperes. Ya sabes que no funciona retrasar las cosas. Piensa en ti mismo como si fueras un auto atascado en el lodo; necesitas

tracción suficiente para moverte una pulgada y luego saldrás del atasco. Tal vez debas ensuciarte, pero es mejor que estar atorado.

Como ya mencioné, debes prevenir los consejos de amigos y familiares que te aman y se preocupan por ti. Muchos pueden sugerir que no seas “poco realista” para después quedar desilusionado. El vocabulario y la mentalidad de la gente promedio, incluyendo a quienes amas, siempre son los mismos: cuídate, juega a la segura, no seas poco práctico, el éxito no lo es todo, siéntete satisfecho con lo que tienes, la vida es para vivirse, el dinero no te hará feliz, no quieras tanto, tómallo con calma, no tienes experiencia, eres demasiado joven, eres demasiado viejo y demás. Cuando escuches lo que la gente promedio dice y piensa, agradece sus consejos. Luego recuérdales que quieres su apoyo en el proyecto y diles que prefieres comprometerte con tus sueños y metas y desilusionarte, a no comprometerte ni desilusionarte.

Déjame darte un ejemplo real de la utilización de la Regla 10X mientras escribía este libro. Te darás cuenta al leer el siguiente escenario de cómo emplear muchos hábitos de los exitosos para alcanzar las metas que me impuse e incluso ir más allá de lo imaginado. En algún momento anterior a la escritura de *Si no eres el primero, eres el último*, me di cuenta de que aunque actuaba masivamente en mi vida, debía pensar en magnitudes 10X. Así que puse a prueba mi Regla 10X mientras escribía este libro. Al reescribir mis objetivos para estar a la altura del pensamiento 10X, me percaté de que una de mis metas era convertir mi nombre en sinónimo de capacitación para ventas. Quería convertirme en la persona en que la gente pensara primero cuando considerara entrenamiento para ventas, motivación o estrategias, cualquier cosa relacionada con las ventas. Tal era el concepto de dominio que tenía en mente al escribir *Si no eres el primero, eres el último*. Mi nueva y considerable meta estaba a punto, pero no cómo lograrla. Sin embargo, sé que si me hubiera detenido a averiguar cómo hacerlo antes de comprometerme, nunca habría empezado. Probablemente

habría decidido de inmediato que el objetivo era imposible.

Una vez determinado el tamaño correcto del objetivo y evitando abrumarme con cuestiones técnicas y otras minucias del “cómo”, permití que el objetivo determinara las acciones más consistentes. Parecía que un objetivo grande me movería de manera automática en la dirección de las acciones pertinentes. Usé un pequeño truco: formularme preguntas de calidad como: “¿Qué debo hacer para convertirme en el nombre en que la gente piense cuando se aborde el tema de las ventas?” De inmediato escribí respuestas e ideas: (a) conseguir que 7 mil millones de personas sepan quién soy; (b) conseguir un programa de televisión; (c) conseguir un programa de radio; (d) llevar mis libros a todas las librerías y bibliotecas; (e) asistir a todos los programas de debate y a los noticieros principales; (f) convertir en *bestseller* del *New York Times* mi libro *Si no eres el primero, eres el último*; (g) impulsar la obra usando las redes sociales para que la gente de todo el mundo conozca mi nombre. De nuevo, en ese momento no sabía cómo hacer todo eso y no me importó averiguarlo durante esos primeros momentos. Sabía que sólo podían detenerme los “cómos” y los “no puedo”, y quería concentrarme en mi objetivo.

Como mi meta era convertir mi nombre en sinónimo de ventas, sabía que establecía un objetivo suficientemente grande para mantenerme interesado. Estaba inspirado para hacer cualquier cosa consistente con las respuestas que desarrollamos en nuestras preguntas de calidad. Cada acción que mi empresa y yo realizábamos se orientaba a difundir mi nombre. No sabíamos nada sobre televisión ni teníamos contactos. Yo había escrito dos libros publicados por mí mismo, pero no sabía cómo lograr que un tercero me publicara un libro y mucho menos venderlo en las librerías. En esta ocasión, no realicé ninguna entrevista para la tele o los medios y asumí que los sitios como Facebook y Twitter eran para personas que no tenían nada mejor que hacer. A pesar de todos los objetivos enlistados, creía firmemente en que conseguir un programa de tele me llevaría más lejos. Sabía que todas las acciones emprendidas estaban

relacionadas de alguna manera y serían vitales.

De inmediato fui con mi esposa y le informé que me proponía conseguir un programa de televisión en el que demostrara mi habilidad para entrar en cualquier empresa y vender en cualquier situación económica, aumentando así las ventas de la empresa. Sabía que esto me evitaría cualquier oscuridad potencial entre las organizaciones de ventas a nivel mundial. Sin reserva alguna, ella me contestó: “¡Sería un programa de televisión increíble! Lo harías muy bien. ¡Hagámoslo! ¿Cómo puedo ayudar?” Nada de preguntas; sólo apoyo incondicional.

Estaba muy emocionado, pero hice todo lo posible para no compartir mi nueva idea con nadie que me dijera que era algo imposible. Me di cuenta de que el asunto era grande y emocionante y puso todos mis recursos en acción. También supe que los resultados no llegarían de la noche a la mañana.

Mi primer movimiento consistió en informar a mi equipo y hacer énfasis en que cualquier proyecto que nos moviera en esa dirección debía realizarse. Dejé en claro que no quería escuchar “no puedo”, “no podemos”, “es demasiado difícil” o “no puede hacerse”. Comenzamos a realizar movimientos 10X haciendo llamadas a todos los conocidos que podían ponerme en contacto con alguien involucrado en los medios, en la televisión y en la industria editorial. Este paso fue algo doloroso. La gente que trabaja en las industrias de la televisión y los libros ha visto muchísimos fracasos y, por lo tanto, ven proyectos como el mío bajo una óptica pesimista. No dudaron en hacerme saber varias veces cuán largo sería el tiempo que se llevaría algo así y que no debía establecer expectativas muy altas. Me sorprendió el pensamiento promedio grabado en mucha gente, justo el que impide cumplir lo que se desea. Muchas veces recibí comentarios como: “Se filman 300 programas por cada elegido para transmitirse al aire”, “Las televisoras no gastan dinero”, “Un programa de ventas quizá no interese a muchos”, “Se escriben más de 750 000 libros al año”, “Cuando no tienes un nombre bien conocido, es muy difícil entrar a la televisión”, y

más y más.

Aunque en esta etapa es cuando mucha gente se da por vencida, yo no lo hice, y tú tampoco lo hagas. Date cuenta de que cualquiera que trata de “irrumper” pasará por lo mismo. Yo desdénaba a los críticos para reenfocarme en mis metas. Revisaba qué debía hacer para lograrlas y luego lo emprendía sin importar si me sentía asustado o incómodo. Recuerda: ¡la gente exitosa abraza el temor y la incomodidad!

No sé si fue por lo que hacíamos o porque nos concentrábamos en lo que deseábamos, pero creo que se combinaron ambas cosas. Contraté a mi primera firma de relaciones públicas y, aunque fue una completa desilusión, no me di por vencido, pues sabía que era importante. Cuando la segunda firma tampoco funcionó, contraté otra. Atacábamos varios proyectos de modo simultáneo; todos requerían de tiempo, energía, dinero y creatividad, y todos era nuevos para nosotros. No tenía manera de anticipar si funcionaría o no. Asimismo, yo hacía esto cuando la economía atravesaba por momentos terribles. Todo mundo se contraía. Mi empresa —y la economía en su conjunto— experimentaban la mayor reducción económica vista en mi vida. Mis clientes hacían recortes de personal de hasta 40 por ciento. Mi principal competidor despidió a la mitad de su equipo de trabajo y muchos otros cerraron sus puertas literalmente. Compañías enteras se colapsaban e incluso industrias estaban en riesgo. Todos se asustaron pero yo mantenía una idea importante en mente: que los más exitosos se expanden mientras los demás se contraen. Asumen riesgos mientras otros se muestran conservadores. De modo que en lugar de recortar personal o disminuir nuestra expansión, eliminé mi propio salario y usé el dinero para financiar actividades 10X.

Aunque era puesto a prueba como nunca antes en cada frente imaginable, hice todo lo posible por mantener el objetivo en la mira. No fue fácil y no había un resultado garantizado, pero hice todo para recordarme que podía suceder. Mientras más me comprometía, más retos enfrentaba. Casi llegué a sentir que el universo trataba de ver cuán fuerte era y si resistiría. Mis firmas de relaciones

públicas me conseguían una miserable entrevista cada tres meses, los bancos me pedían más y más dinero y mi ingreso fue interrumpido (¡por mí, claro, pero de cualquier modo dolía!). Lo único que funcionaba era mi matrimonio; un bebé venía en camino. También contaba con la fiera confianza en mi capacidad de persistir y trabajar. Estaba enamorado de mi meta 10X. Sabía que no sólo era buena para mí, sino que el mundo necesitaba una nueva manera de hacer las cosas. Para mí, no sólo se trataba de éxito personal, sino de conformar una misión para ayudar. El mundo entero sufría económicamente. Pero sentía que mi meta era sustancial y movería las cosas en grande, no sólo para mí. Sentí que el riesgo de expandirme valía más que el dinero o la energía que gastaba. *La meta tiene que ser más valiosa que el riesgo, o estableciste una meta equivocada.*

De modo que seguí con mi compromiso, enfrenté el miedo, me encantó hacerlo y aumenté las acciones en otras áreas. No controlaba las relaciones públicas, las estaciones de televisión o las editoriales, de modo que me dediqué a trabajar en lo que sí controlaba. Siempre que podía externar mi mensaje, lo hacía. Y finalmente vimos resultados.

Comenzamos a recibir llamadas para hacer programas de radio e incluso algunas entrevistas para la televisión. Una mañana, recibí una llamada telefónica de CNN Radio para hacer una entrevista sobre la crisis de la Asociación Federal Nacional Hipotecaria, a lo que por supuesto accedí. A la mañana siguiente, me pidieron presentarme a las 3:30 de la mañana en el estudio para una entrevista sobre el problema de los juicios hipotecarios y dije: “Sí, no hay problema. ¡Soy su elemento!” Recuerdo haber recibido una llamada de la agencia de relaciones públicas diciendo: “¿Puedes hablar sobre el tema del contrato de Lebron James y cómo afectará al basquetbol?” Dije que sí y me dirigí a los estudios de la CNBC sin pérdida de tiempo. Diez minutos antes de llegar, recibí una llamada en que se me informaba lo siguiente: “El tema había cambiado. En lugar de Lebron, hablarás de la relación entre Levi Johnston y Sarah Palin”. No sabía nada sobre Levi Johnston, pero hice la entrevista. El tema no me

importaba; yo sólo quería que esos medios supieran que contaban conmigo. Me recordé que el objetivo no era hacer una entrevista para la CNBC o hablar de Levi sino captar la atención mundial para que la gente pensara en mí al momento en que las ventas vinieran a su cabeza. Aunque ninguna de estas coberturas me daría dinero, sí me daban a conocer, lo que era más importante.

Luego empezamos a presionar por el lado de las redes sociales a lo grande. Insistimos tanto que hubo clientes, amigos y hasta empleados que se quejaban de que mandaba demasiados correos electrónicos y creaba demasiados posts. En lugar de retraerme, aumenté el número de correos electrónicos y posts hasta que las quejas se tornaron en admiración. Pasé de estar desilusionado con las relaciones públicas a saturarme (ése fue uno de los nuevos problemas que la acción masiva creó).

También seguí esforzándome por conseguir el programa de televisión. Busqué encontrarme con agentes teatrales, administradores, agencias grandes o pequeñas, pero nadie quería reunirse conmigo. Hablé con amigos de Hollywood que tenían experiencia con los canales de televisión y trataron por años de conseguir su propio *reality show*. Mientras me aventuraba en este nuevo espacio, añadí madera a las cosas que controlaba: conferencias, llamadas de los clientes, e-mails, redes sociales, artículos y las actividades de mi negocio principal. Y siempre que me desilusionaba o experimentaba un contratiempo, regresaba a escribir mis metas. Esto me obligó a mantenerme concentrado en el destino y no en las dificultades. Siempre tuve en mente que los exitosos mantienen la atención en los objetivos sin importar los retos.

Entonces, un día me llamó un agente de un grupo neoyorquino para informarme lo siguiente: “Nos topamos con uno de sus videos en YouTube y pensamos que sería perfecto para un programa de televisión. Buscamos a alguien como usted pero no habíamos dado con la persona indicada”. ¿Mi respuesta? “¡Soy la persona indicada! ¿Por qué les tomó tanto encontrarme?” Luego apunté el nombre del encargado

del proyecto, lo llamé y le dije que estaría en Nueva York ese fin de semana: establecí de inmediato un compromiso con el proyecto. (Por cierto, no tenía planeado viajar a Nueva York antes de esa llamada. Sin embargo, tenía en mente conocer a alguien relacionado con la televisión. Es curioso cómo funcionan las cosas, ¿no?) El productor me dijo que le encantaría encontrarse conmigo.

Mostré inmediatamente al productor mi deseo y hambre por hacer que las cosas funcionaran y le demostré que estaba dispuesto a comprometerme sin tener “toda la información”. Recuerda: la gente exitosa se compromete primero y luego averigua. Algunos dirán que fui demasiado impetuoso ante la posibilidad y decir que estaría en Nueva York ese fin de semana. Pero mi agenda me pertenece y puedo hacer lo que quiera, cuando quiera. Y dado que estoy por completo comprometido con el éxito como deber, decidí que el viaje a Nueva York cabía en mi calendario. No necesito un asistente personal o una computadora que haga esas cosas por mí. Date a ti mismo todas las ventajas y a la persona de enfrente la oportunidad de moverse hacia delante. No añadas tiempo, titubeos o dudas. Haz que todos en tu vida lean el mismo guion. No esperes hasta que algo bueno suceda y luego añadas tiempo checando las cosas con otros o tu calendario. Esto sólo restará impulso al momento. ¡Debes prepararte constantemente para el éxito, a fin de aprovechar la oportunidad cuando se presente!

Cuando colgué tras la llamada con el productor, llamé a mi asistente y le pedí que me mandara a Nueva York. Ella me informó que ya tenía otro compromiso imposible de reagendar. ¡Sí! ¡Nuevos problemas! Así que inmediatamente tomé el teléfono (estrategia de “hazlo ahora”) y usé este problema para un mayor contacto con mi nueva oportunidad (adquisición del cliente vs. satisfacción del cliente). Llamé y dije a la gente de Nueva York que no podría llegar ahí tan pronto y les propuse otra hora. Es interesante que la nueva hora resultó más conveniente también para ellos. Volé a Nueva York a ciegas (asumí el riesgo) y no tenía idea de lo que hacía (¿y qué?). Cuando llegué, me encontré con que el

dueño de la empresa estaba en otra junta. Convencí a mi contacto de que pidiera al dueño sólo 10 minutos para encontrarse personalmente conmigo (insensato). Le rogué a sus porteros: “Vamos, pasé más tiempo en la fila de seguridad del vuelo del que pido. Necesito diez minutos para explicarle mi visión del programa”. El dueño me concedió el tiempo de mala gana y en cinco minutos estaba completamente entusiasmado con el concepto. Luego pasó una hora conmigo y yo estaba seguro de que optaría por mí. De camino a la puerta, me dijo: “Respaldaré a cualquiera con esta fe y claridad”. El grupo ofreció el concepto a las televisoras.

No mucho después de eso, recibí otra llamada de un grupo de Los Ángeles relacionado con el productor de televisión Mark Burnett. Me pidieron ser invitado en el programa de Joan Rivers, *How Did You Get So Rich?* (lo que era algo ridículo para mí, porque no me considero muy rico). Pero, por supuesto, acepté la invitación. Justo antes de que la gente de Joan Rivers saliera para filmar el episodio, el grupo de Nueva York mandó entrevistarme para tener material que ofrecer a las cadenas. Cuando el asunto terminó, llamé a mis mejores amigos de Nueva York y les di mi retroalimentación: “La entrevista estuvo bien, pero no hay modo de que esto venda el programa. Las cabezas del estudio necesitan reunirse conmigo para venderlo personalmente, o necesitamos filmarme yendo a una empresa para aumentar sus ventas, captándolo con la cámara”. La respuesta fue que normalmente no hacían eso hasta tener algún grado de interés de la televisora. Sin embargo, les expliqué que la entrevista había sido muy suave y necesitaba crear un video corto que mostrara a las televisoras que no sería un programa sobre mí, sino algo que todos querrían ver y demostraría exactamente cómo crear éxito en cualquier negocio, en cualquier ciudad y en medio de la peor crisis económica en 100 años.

Para seguir echando leña al fuego, envié información a ambos grupos. Estaba en una convención en Las Vegas (ocupándome de mi negocio principal) y noté que un equipo

de televisión filmaba. Les comenté lo que intentaba con este programa de televisión y deseaba enviarles a mis socios neoyorquinos una pieza de tres minutos. Les pedí grabar un video de mí que pudiera captar su atención. Dije que si funcionaba, habrían colaborado para hacer realidad un programa de televisión. Sorpresivamente, aceptaron.

Entonces grabé un video de tres minutos que titulé: *“They can’t Handle the Truth”* [“No pueden con la verdad”] (puedes encontrarlo en YouTube). El equipo de filmación tuvo la amabilidad de darme una copia que envié a ambos grupos y les encantó. Esto los mantuvo pensando en mí y fortaleciendo mi causa. Este video incluso causó que el grupo en Nueva York ampliara el abanico de televisoras a las que planeaba presentar el proyecto.

Mi compromiso de mover las cosas empezaba a alentar el suyo. Echaba leña a mi fuego y ciertamente iba más allá de las convenciones sociales. Sólo para tu información, tampoco tenía idea de qué hacía (el valor se crea con acciones). Lo único que sabía es que actuaba y esa acción lograría una meta mayor. Estaba asustado, preocupado por el dinero invertido y temía el rechazo, pero creaba un nuevo conjunto de problemas que, por supuesto, eran señal de que estaba ejecutando movimientos correctos.

El siguiente suceso de importancia ocurrió cuando Joan Rivers vino a mi casa para filmar el episodio conmigo. Yo, por supuesto, compartí con ella mi idea sobre el programa y me dio los nombres de las personas que producían su programa. Usé el método de aprovechar las relaciones tendiendo al ascenso, no a los lados o hacia abajo. Llamé al grupo de Los Ángeles y les pedí una cita para exponerles esta idea, por si los de Nueva York no llevaban el proyecto a su fin. Recuerda: nunca dejes de agregar madera y de actuar, sin importar lo que otros hagan.

Al grupo de Los Ángeles le gustó la idea. Tampoco estorbó el hecho de que los productores vieran mi trabajo con Joan Rivers. En este punto, pasé de una idea con apoyo mínimo a dos empresas considerando hacer un programa. Estaba dudoso cuando fui a Paramount y pensé: “Estos tipos

me reciben porque se sienten un poco obligados, así que ni por un momento se te ocurra estar seguro y confiado en cada etapa del camino”. Casi cancelo mi visita a Paramount ya en camino, pensando que era una pérdida de tiempo, cuando mi sentido del deber entró en juego. Sí: estaba asustado y en realidad no sabía qué hacía, pero lo hice de todos modos. Recordé que las emociones están sobrevaloradas y que debo mantenerlas a raya. De nuevo, pon atención a todas las estrategias exitosas que ilustro aquí porque fueron la guía para mi toma de decisiones y lo serán para ti.

Al encontrarme con los miembros del grupo, quedé estupefacto al descubrir que pasaron tiempo diseñando su propia versión de mi programa. Todos mis temores sobre su falta de interés —al igual que sucede con la mayoría de los temores— eran infundados. Cuando estos dos grupos investigaron sobre mí, ambos comentaron: “Es como si estuvieras en todas partes” (omnipresencia).

Aunque llegado este momento deseaba gritar a los cuatro vientos mi alegría, no debía emocionarme demasiado ni celebrar. Debía presionar con más acciones y más responsabilidad y lograr que las cosas avanzaran. En lugar de esperar a que una de las dos compañías me ofreciera el trato, llamé a empresas menudistas para alinearme con organizaciones interesadas en aparecer en mi nuevo programa (que, dicho sea de paso, todavía no tenía). Aunque era una labor de la empresa productora, (1) no había trato con empresa alguna todavía; (2) odio esperar, y (3) quería mover las cosas hacia delante hasta el punto de que nadie se echara para atrás. ¿Fui demasiado agresivo o actuaba de modo inaceptable socialmente hablando? ¿Rompía las reglas acordadas? ¿Podía esto ofender a alguien? ¡Absolutamente! Pero si cualquiera de estos grupos me decía no, ¡nada de lo que hiciera les importaría!

Es interesante que cuando llamamos a las empresas para darles a conocer el programa, no sólo la gente se interesó por aparecer en él, también preguntaron cómo ayudarnos antes del programa. Obtuvimos varias cuentas nuevas haciendo llamadas para difundir el programa. Luego informé al grupo

de Nueva York que conseguía organizaciones para involucrarlas en el programa. Los productores me pidieron calma, a lo que respondí: "Puedo decirte que lo haré, pero no lo haré". El resultado de esta conversación fue que el grupo de Nueva York estuvo de acuerdo en filmar un adelanto del programa. Acordamos que una agencia distribuidora de Harley sería un marco visual ideal para una historia fantástica. Tras una docena de llamadas, encontramos una empresa interesada, pero seguíamos sin tener un compromiso de Nueva York. Cuando les dije que tenía listo el lugar, no pudieron decir no. Acordaron enviar un equipo de filmación por dos días. (Entiende que cuando te la pasas presionando hacia delante, algo pasará.)

Me encontré a punto de grabar un programa de televisión sin tener experiencia, sin guión, notas ni preparación, sin tener una idea clara de lo que haríamos, pero filmaría dos días en la tienda de Harley más grande del mundo (comprométete primero y luego averigua). Trabajaría con personas con las que jamás lo había hecho y, francamente, estaba muerto de miedo. Lo único cierto era que llegaría a cualquier empresa y aumentaría sus ventas. Tenía una cosa en mente: el temor indica que te mueves en la dirección correcta.

Para tranquilizarme, concentré mi atención en el futuro y me recordé mis metas. De camino a la filmación, me recordé una y otra vez que controlaría mis temores y era necesario hacer lo que estaba a punto de lograr. De otro modo, la gente nunca llegaría a saber de mí y de mi capacidad para ayudarla. Recuerda: tu único problema real es la oscuridad. Me la pasaba animándome: "Preséntate, concéntrate a fondo y confía en que la creatividad sigue al compromiso". Fíjate en el número de elementos exitosos que utilicé aquí: adopta una actitud de suficiencia; cree que serás exitoso; comprométete primero y luego averigua; actúa ahora, no después; ve por todo; demuestra valor; haz lo que temes; concéntrate en el objetivo; está dispuesto a sentirte incómodo. Incluso si fallaba, mi mentalidad y mis acciones eran las correctas. Podría arrepentirme de mi desempeño, ¡pero al menos no me

arrepentiría de no haberlo intentado!

Empezamos a filmar el adelanto. Unas tres horas después, el productor dijo: "Grant, necesitamos algo que en verdad demuestre lo que haces, más allá de palabras y explicaciones. Necesitamos constatar que lo que enseñas en verdad sucede". Miré al camarógrafo y dije: "Enciende esa cámara y sígueme". Luego me apoderé de la sala de exhibición de Harley yendo de cliente en cliente y conversando con cada uno. Hice que se subieran y bajaran de las motocicletas, los movía, les tomaba fotos y las enviaba vía mensaje de texto a sus parejas en casa con frases como: "Estoy a punto de venderle a su esposo una motocicleta". Fue divertido, fácil e increíblemente poderoso para interactuar con los clientes y manejar sus objeciones, resistencia y problemas y todo fue grabado por una cámara.

Al final del primer día, el productor me miró y preguntó: "¿Puedes hacer esto con cualquier empresa, en cualquier sitio?" Estoy seguro de que, llegado este momento, sabes bien qué respondí, pero en caso de que no, lo repetiré aquí: "¡Amigo, puedo hacer esto con cualquier empresa, en donde sea, infinito número de veces y enseñar a cualquiera, que venda lo que sea, cómo incrementar sus ventas en cualquier economía!" Él dijo: "Te creo, y creía en ti desde antes de ver lo que hiciste. Ahora Estados Unidos verá este programa de televisión".

Le pedí un favor: "Una vez que logren un acuerdo para reunirse con la gente de la televisora, permítanme venderles el proyecto". Yo sabía que podía hacerlo mejor que cualquier otra persona. Él estuvo de acuerdo, regresó a Nueva York y editó la pieza. Me llamó a la semana siguiente y me dijo lo emocionado que estaba, pero que esa temporada de verano retrasaría sus presentaciones a las televisoras. Explicó que se tomaría otras cuatro semanas para hacer la presentación, pero me aseguró que todos la disfrutarían.

No supe de él en tres semanas, así que lo llamé. Sabía que no llegaría a ninguna parte con este proyecto si no persistía. Cuando hablamos, me confirmó que todo seguía en pie. Le recordé su compromiso de dejarme vender el proyecto

a los ejecutivos. Me llamó una semana después, a las 6:45 de la mañana y me dijo lo siguiente: “Grant, tengo malas noticias. Las televisoras no quieren que vengas a promover el programa. Prefieren comenzar a filmar de inmediato”.

Primero pensé en quien me dijo que por cada programa realizado se desechaban 300. Luego, en la persona que afirmó que nadie quería ver un programa de ventas. (¡Concéntrate en tu objetivo, sé insensato al respecto, agrega leña al fuego y no te fijes en lo que la gente dice sobre lo hecho, lo que se hará o lo que es posible!) La gente está tan atrapada en su propia negatividad y en sus pérdidas que se da por vencida antes de crear el futuro que quiere. Algunos sienten la necesidad de criticar lo que otras personas hacen para justificar su propia conducta. Nunca pienses en lo imposible; mejor, permanece concentrado en lograr que ese supuesto imposible sea posible. Qué bueno fue negarme a prestar oídos a todos esos pesimistas, ¿no?

En este momento, todavía no filmamos el programa, pero todo está listo y esperamos transmitirlo el año entrante. Espero que dé a los televidentes la guía que la gente normal necesita para crear éxito en cualquier economía, lugar y tiempo. ¡Las desaceleraciones del mercado, los problemas financieros, los retos y el temor no son tan poderosos como la capacidad de una persona para soñar en grande y actuar a niveles 10X! Ninguna economía, no importa qué tan mala sea, puede contener un propósito seguido de suficiente acción.

He compartido esta historia contigo para demostrarte cómo usé muchos conceptos discutidos en este libro para expandir mi dominio. Soy igual que tú —no tengo más talento ni más certezas—, pero uso el pensamiento 10X y realizo acciones 10X. Éste no sólo es un libro, es lo que debes hacer hoy para lograr las cosas. El mundo ya no recompensa sólo hablar. Tú y yo debemos dejar de limitarnos a hablar para poner en marcha lo que hablamos. Con este ejemplo te darás cuenta de que el sistema 10X funciona para cualquier persona.

Este relato corto ni siquiera se trata acerca de mí; es una

guía sobre lo que *tú* debes hacer. No tienes idea de cuánta gente a lo largo de mi vida ha reído, criticado y alzado las cejas ante las cosas que hacía. No sabes de los cientos de miles de llamadas telefónicas que hice y no derivaron en nada o de los miles de correos electrónicos que nadie respondió. No tienes idea de cuánta gente —incluso quienes me apoyan— me sugirieron que presionaba más allá de mis límites y me ponía en riesgo. He pasado 30 años preparándome y estudiando, cometiendo errores y actuando, y todo eso me permitió desarrollar cierto nivel de disciplina que no siempre tuve.

Entrenar y aprender tiene absoluta importancia para seguir adelante y para el desarrollo del valor, la persistencia, el pensamiento insensato y, especialmente, la disciplina. No dejo de recordarme que, tratándose de sueños y metas, no existe ser racional o irracional, y no hay distinción entre lo posible y lo imposible. Pienso que estarás de acuerdo en que es imposible realizar algo excepcional si vives con pensamientos y acciones mediocres.

El pensamiento en grande, las acciones masivas, la expansión y la toma de riesgos son necesarias para tu sobrevivencia y futuro crecimiento. Permanecer pequeño y calmado es sólo una manera de seguir pequeño y calmado. Si piensas así, en algún momento del futuro muy cercano nadie te verá, escuchará ni sabrá siquiera que exististe. Comprométete con el pensamiento 10X y con la acción 10X. Ésta es la mayor diferencia entre el éxito y la opción promedio. No se trata de inteligencia, economía y ni siquiera de a quién conoces, porque cuando se habla de la acción masiva, ninguna de estas cosas importa.

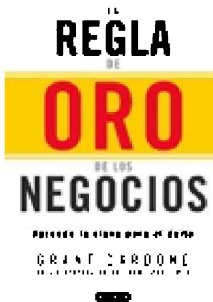
Conservo muchas de mis metas de largo plazo y varios objetivos por cumplir. Todavía no consigo mi programa de televisión, no he logrado que 7 mil millones de personas me conozcan y quedan incontables cosas por hacer, ¡muchas ni siquiera se me han ocurrido! Sin embargo, sé que me muevo en la dirección correcta. También sé, y quiero insistir para que tú lo sepas, que no se trata de que yo sea especial o posea alguna cualidad única; se trata simplemente de operar

con pensamiento y acciones 10X.

Haz que tu hoguera sea tan grande y tan caliente que los demás se sienten alrededor de ella maravillados. Nunca tendrás todas las respuestas, tu tiempo nunca será perfecto y siempre encontrarás obstáculos y dificultades. Sin embargo, cuentas con una cosa: al actuar de manera masiva, consistente y persistentemente, dando seguimiento con acciones del cuarto grado, garantizarás el éxito deseado. Siempre emprende las cosas actuando masivamente. Deja que el resto del mundo opere en los primeros tres niveles de acción y mira cómo pasan sus vidas luchando por las sobras.

Observa a tu alrededor y verás un mundo lleno de gente promedio, de pensamiento promedio y —en el mejor de los casos— de acciones promedio. Mira de nuevo. Lo que *en realidad* verás detrás de la aceptación de lo promedio es personas que perdieron sus sueños y dejaron de vivir con un propósito dinámico. Están deseosos de conformarse con lo normal. Cuando elijas a las personas de las que aprenderás, busca a los excepcionales, a quienes se destacan por cómo viven sus vidas. No te preocupes por determinar de qué manera son especiales o distintos a ti. Concéntrate en cómo piensan y actúan y en duplicar eso. El éxito no es una elección u opción; es tu obligación operar al nivel correcto de pensamiento y acción. Así que atiende tu responsabilidad de dejar una huella en este planeta para que, cuando termines tu labor, seas recordado por acercarte a la vida con los más grandes sueños y las acciones más destacadas. Recuerda: el éxito es tu deber, obligación y responsabilidad, y al pensar en niveles 10X y actuar en niveles 10X, ¡crearás más éxito del que jamás soñaste!

La Regla de oro te llevará a operar en niveles de liderazgo, productividad y crecimiento que jamás imaginaste.



A partir de este momento olvídate del trabajo sin rendimiento: *La Regla de oro de los negocios* te ayudará a comprender cuánto esfuerzo, acción, enfoque y reflexión se requieren para hacer que una actividad convencional se transforme en un éxito sin precedentes.

Grant Cardone, autor bestseller y experto en ventas y desarrollo empresarial, te explica por qué tu energía y tus labores se quedan cortas para cerrar con satisfacción tus proyectos. De manera clara te revela que todo se encuentra en el entendimiento y la práctica de la **Regla 10X** —aquí llamada **LA REGLA DE ORO** para dirigirla a ti, que deseas adquirir solidez y liderazgo en el mundo empresarial.

LA REGLA DE ORO es una disciplina, una suma de actividades, valores e ideas que te lleva a establecer los niveles correctos de acción y pensamiento. Esto es emprender con decisión, convertir el fracaso en experiencia positiva, impulsar el análisis, el planteamiento claro de los objetivos y ajustar el pensamiento a **éxitos extraordinarios**.

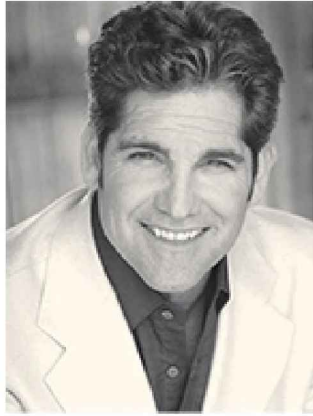
Aprenderás las **herramientas** para acrecentar tus habilidades en la organización de proyectos y para potencializar tu tiempo. Si de verdad quieres romper las barreras de tu empresa, tus actividades o expectativas, en estas páginas encontrarás las respuestas que **cambiarán tu vida** en todos los sentidos.

“En *La Regla de oro de los negocios*, el emprendedor Grant Cardone te muestra cómo alcanzar el éxito sin importar tus antecedentes, estructura genética o conexiones personales. En su opinión, el éxito se deriva de trabajar diez veces más duro que

nadie y mostrar una 'mentalidad dominante'. Es un libro sobre cómo ganar la determinación, la audacia y el impulso necesarios para lograr el éxito.”

GARY STERN, coautor de *Minority Rules: Turn Your Ethnicity into a Competitive Edge*; periodista de *Investor's Business Daily* y *The Wall Street Journal*

Sobre el autor



Grant Cardone es un reconocido instructor de ventas con fama internacional, conferencista motivacional y autor bestseller de *The New York Times*. Aparece regularmente en canales de televisión como Fox, CNBC y CNN, y en portales como *Bloomberg*, *Huffington Post* y *Wall Street Journal*. Grant ha creado tres compañías multimillonarias, que son Cardone Training Technologies, Cardone Group y Twin Capital Management. Vive en Los Ángeles con su esposa Elena Lyons y su hija Sabrina.

www.grantcardone.com

www.cardoneuniversity.com



[/GrantCardoneLA](https://www.facebook.com/GrantCardoneLA)



[/grantcardone](https://www.twitter.com/grantcardone)



[/grantcardone](#)

La regla de oro de los negocios

Título original: *The 10X Rule*

Publicado por acuerdo con John Wiley & Sons, Inc.,
Hoboken, New Jersey

Primera edición digital: julio, 2016

D. R. © 2011, Grant Cardone

D. R. © 2016, derechos de edición mundiales en lengua castellana:
Penguin Random House Grupo Editorial, S.A. de C.V.
Blvd. Miguel de Cervantes Saavedra núm. 301, 1er piso, colonia
Granada, delegación Miguel Hidalgo, C.P. 11520, Ciudad de México

www.megustaleer.com.mx

D. R. © 2016, Vicente Herrasti, por la traducción
D. R. © Michael J. Freeland, por diseño de cubierta
D. R. © Denise Duff, por fotografía del autor

Penguin Random House Grupo Editorial apoya la protección del
copyright.

El *copyright* estimula la creatividad, defiende la diversidad en el ámbito de las ideas y el conocimiento, promueve la libre expresión y favorece una cultura viva. Gracias por comprar una edición autorizada de este libro y por respetar las leyes del Derecho de Autor y *copyright*. Al hacerlo está respaldando a los autores y permitiendo que PRHGE continúe publicando libros para todos los lectores.

Queda prohibido bajo las sanciones establecidas por las leyes escanear, reproducir total o parcialmente esta obra por cualquier medio o procedimiento así como la distribución de ejemplares mediante alquiler o préstamo público sin previa autorización.

Si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra diríjase a CemPro (Centro Mexicano de Protección y Fomento de los Derechos de Autor, <http://www.cempro.com.mx>)

ISBN: 978-607-314-651-7

Penguin
Random House
Grupo Editorial



/megustaleermexico



@megustaleermex

Conversión eBook: *eGIANTS, Pre-Impresión y Edición Digital*

Índice

La regla de oro de los negocios

Introducción

- Capítulo 1.** ¿Qué es la Regla 10X?
- Capítulo 2.** ¿Por qué es vital la Regla 10X?
- Capítulo 3.** ¿Qué es el éxito?
- Capítulo 4.** El éxito es tu obligación
- Capítulo 5.** No hay escasez de éxito
- Capítulo 6.** Asume el control de todo
- Capítulo 7.** Cuatro grados de acción
- Capítulo 8.** El promedio es una fórmula fallida
- Capítulo 9.** Metas 10X
- Capítulo 10.** La competencia es para miedosos
- Capítulo 11.** Escapar de la clase media
- Capítulo 12.** La obsesión no es una enfermedad, es un don
- Capítulo 13.** Apuesta tu resto y comprométete de sobra
- Capítulo 14.** Expándete; nunca te contraigas
- Capítulo 15.** Quema el lugar
- Capítulo 16.** El temor es el gran indicador
- Capítulo 17.** El mito de la administración del tiempo
- Capítulo 18.** La crítica es una señal de éxito
- Capítulo 19.** La satisfacción del cliente es el objetivo equivocado
- Capítulo 20.** Omnipresencia
- Capítulo 21.** Excusas
- Capítulo 22.** ¿Exitoso o no exitoso?

Capítulo 23. Empezar con el estilo 10X

Sobre este libro

Sobre el autor

Créditos