

EL

# Millonario GUÍA PARA EL Profesional Inmobiliario

Más de 1,000,000 de ejemplares vendidos

"Este libro presenta los nuevos paradigmas para el agente inmobiliario y debería ser de lectura obligatoria para los profesionales de bienes raíces en todas partes."

—Robert T. Kiyosaki, *New York Times* y reconocido autor del libro más vendido *Rich Dad, Poor Dad!*

"El *Millonario GUÍA PARA EL Profesional Inmobiliario* de Gary Keller influyó de manera positiva en las carreras de tantos agentes inmobiliarios y esto lo resume para que todos lo puedan disfrutar y utilizar."

—Howard Brinton, fundador y Director General de STAR POWER Systems, Inc.

"Gary Keller entiende que para convertirse en un verdadero millonario, se inicia con un cambio en la forma de pensar. Usted debe tratar su empresa como un negocio con un enfoque en la rentabilidad a largo plazo."

—Brian Buffini, Presidente y fundador de Providence Systems, Inc.

Cualquier persona que quiera convertir la práctica de ventas de bienes raíces en un negocio sumamente exitoso, debe entender los Modelos Fundamentales que impulsan a los mejores agentes de bienes raíces. En la industria del *Millonario Profesional Inmobiliario*, estos modelos son revelados y explicados. Este libro representa la culminación de décadas de experiencia, investigación y consultoría en bienes raíces con casos de estudio de algunos de los mejores agentes inmobiliarios millonarios en Estados Unidos.

## CON ESTE REVOLUCIONARIO LIBRO APRENDERÁS:

- Tres conceptos clave que promueven la producción de agentes millonarios.
- Modelos de generación Económica, Presupuestal, Organizacional y Prospectos que son los cimientos esenciales de cualquier negocio de grandes triunfadores.
- Las características distintivas del *El Millonario GUÍA PARA EL Profesional Inmobiliario*: ¿La forma de pensar!
- ¿Cómo se puede conseguir en la trayectoria de un profesional de bienes raíces para "Ganar un millón", "Pensar en un Millón" y después "Recibir un millón" de dólares en ingresos anuales?

El *Millonario GUÍA PARA EL Profesional Inmobiliario* no se trata de soluciones rápidas. Se trata de la aplicación innovadora de las técnicas de negocio probadas para la industria de la venta de bienes raíces. ¿No es hora de poner su carrera en el camino de convertirse en un *Millonario Profesional Inmobiliario*?

Master 5 México S.A.P.I. de C.V.  
Circuito Álamos 96-4, Álamos 2a Sección,  
Querétaro, Querétaro / C.P. 76160  
correo-e: editorial@mxmexico.mx



MASTER 5  
México

PATROCINADO POR EL CANAL : <https://t.me/cardinglatino>

# BESTSELLER EN ESTADOS UNIDOS

NO SE TRATA DE DINERO  
*¡Se trata de ser lo mejor que tú puedes ser!*

"Ya sea que usted acaba de empezar o es alguien experimentado en el negocio, ésta es una excelente guía paso a paso hacia la búsqueda de la excelencia en su profesión y en su vida."

Mark Victor Hansen, coautor No. 1 del *New York Times* y del éxito de ventas *Chicken Soup for the Soul®* y coautor de *The One Minute Millionaire*.

El

# Millonario

GUÍA PARA EL

# Profesional Inmobiliario

GARY KELLER

COAUTORES: DAVID JENKS Y JAY PAPASAN

MASTER 5  
México

## ¿Qué están diciendo los PROFESIONALES INMOBILIARIOS acerca de...

### El Millonario Profesional Inmobiliario?

*"El Millonario Profesional Inmobiliario cambió mi vida!". Los conceptos me crearon una nueva conciencia y fueron muy reveladores para mí. Los sistemas que me dieron son un esquema de acción para poder seguirlo, son invaluable. Llevo mi libro a todas partes como un diagrama que me permite llegar hasta donde quiero.*

Leith Seegers-McKahan  
Arlington, Texas.

*"El concepto de El Millonario Profesional Inmobiliario es una gran meta para cualquiera. Los modelos presentados en este libro identifican los caminos y riesgos. Desde un inicio el autor, enfatiza muy claro, que lo relevante no es el dinero, sino que éste representa solamente una medida del éxito. La meta es: "Crear un negocio que valga la pena tener, para tener una vida que valga la pena vivir".*

Kathy Auerbach,  
Bellingham, WA.

*"Este material me sirvió mucho más que para sólo abrir los ojos. Me sirvió para abrirme puertas y llevarme al siguiente nivel, un nivel más alto. El autor tiene una forma de comunicarse directamente contigo como si tú fueras la única persona a la que le está hablando".*

Paul Andres,  
San Francisco, CA.

*"¡Wow, qué conceptos! ¡Ya era tiempo que los profesionales inmobiliarios vean su trabajo como un negocio y no solamente como un trabajo!".*

Randy Selby,  
Houston, Texas.

*"¿Por qué yo no? Me he 'transformado' literalmente de un agente de bienes raíces con limitaciones a un profesional inmobiliario sin ninguna limitación en lo que respecta a lo que puedo lograr".*

Jo-Anne LaBuda,  
Worthington OH.

"Todo el mundo se pregunta por qué algunas agentes superan con claridad a la mayoría de sus competidores. ¡Por primera vez en mi carrera de treinta años, alguien nos ha mostrado el camino! Gary Keller ha aceptado no sólo darnos el mapa para el camino hacia el éxito, pero lo que es más importante aún es que nos enseña a seguir por ese camino, para encontrar nuevas rutas e ir más lejos con cada nuevo ajuste del curso".

Shirley Olea  
San Francisco, CA

"Si cualquier agente de bienes raíces en el estado actualmente en verdad quiere hacer más dinero, más dinero neto, trabajar menos y tener éxito en el nivel más alto posible en su vida profesional y personal, el Millonario Profesional Inmobiliario fue diseñado para ellos. Nuestro negocio, nuestra generación de ganancias y nuestras vidas han sido mucho mejores debido a esta increíble enseñanza".

Jan Richey  
Plano, TX

"Los conceptos enseñados por Gary Keller pueden y van a hacerlo millonario si los sigue".

Jim Guff  
Asheville, NC

"Este material te presenta sencillas técnicas que hacen posible que cualquier agente inmobiliario pueda lograr en verdad el nivel 7 de la propiedad, haciendo que el negocio funcione por sí mismo".

Tim Burroughs  
Boise, ID

"Antes de los bienes raíces, he trabajado para IBM, Toshiba y Dell. Nunca había experimentado este tipo de formación tan valiosa. Es la capacitación más emocionante sobre los bienes raíces que he recibido en mi vida. Muchas gracias por enseñarme a llevar mi negocio al siguiente nivel".

J. Rene Ward  
Round Rock, TX

"¡No es un sueño! ¡El concepto y el modelo del Millonario Profesional Inmobiliario es real! Es simple, sencillo y muy factible. Gary Keller ha desarrollado el modelo para el éxito. Si puedes salir de la cama en la mañana y ser disciplinado, no hay ninguna razón para no alcanzarlo".

Peggy Devoney  
Atlanta, GA

"¡Es el modelo de negocio inmobiliario mejor pensado que nunca. El concepto no son castillos en el aire. No es ni siquiera un concepto, ya que se está haciendo día a día. ¡Pensar en grande! ¡Generar contactos! ¡Añadir sistemas! ¡Contratar a tres grandes personas! ¡Eres un millonario! Muchas gracias a Gary y Dave por compartir su visión".

Gene Arant  
Austin, TX

"El Millonario Profesional Inmobiliario es un modelo que quita cualquier conjetura. Ahora no hay excusa para no saber lo que hay que hacer para lograr un gran éxito o incluso cuánto va a costar. Recomendando este material para cualquier persona que quiera alcanzar el estatus de millonario".

Elaine Sans Souci  
Phoenix, AZ

"Este material es otro enorme paso hacia la cima. Me ayudó a borrar mi pensamiento limitado y ya he puesto en práctica el material. Yo agradezco no tener que inventar algo nuevo, todo lo que tengo que hacer es ponerlo en práctica".

Steve Chader  
Mesa, AZ

"¿Por qué no pensar en grande cuando se tienen los recursos proporcionados en este libro? Nos entregaron las herramientas y el camino para el enriquecimiento de nuestra vida y ¡la carrera está a la espera de que saltemos e ir por ella!".

Beth Schneider  
Edmund, OK

"Finalmente, un camino claro para darme cuenta de todo mi potencial en bienes raíces. Mi equipo nunca mirará hacia atrás".

Andy Allen  
Austin, TX

"Esto me da una pequeña ventaja por arriba de mi competencia. ¡Ha cambiado completamente la forma de dirigir mi negocio!".

Deone Smith  
Ogden, UT

"Si se desglosan los sistemas, modelos y conceptos, puedo ver que es un modelo absolutamente alcanzable y ¡no es sólo una ilusión! He escrito mi plan para llevarlo a cabo y ahora todo es cuestión de ejecutoria. Muchas gracias a Gary y Dave por toda la investigación y desarrollo que han hecho".

Sherrrie Puffer  
Asheville, NC

*"Siento como si mi vida hubiese estado sucia y empañada durante los últimos años ya que no me quedaba claro en qué dirección iba en mi carrera en el negocio inmobiliario. ¡AHORA ME PARECE TOTALMENTE CLARO! Estoy a tres contrataciones de llegar a ser un Millonario Profesional Inmobiliario. Estoy a punto de contratar a la primera persona. ¡Pronto llegaré a mi objetivo!"*

David Fitzgerald,  
Phoenix, AZ.

*"EL MILLONARIO PROFESIONAL INMOBILIARIO" me abrió completamente los ojos. Es un recetario virtual. El modelo de EL MILLONARIO PROFESIONAL INMOBILIARIO fue hecho para aquellos profesionales inmobiliarios que desean convertir su trabajo en un verdadero negocio. Este material me ofreció la clave esencial para transformar el trabajo en mi vida en 'el trabajo de mi vida'."*

Michael Hodson,  
Tacoma, WA.

*"En algún momento en mi camino, me enseñaron a no soñar demasiado alto, para no encarar el dolor cierto de la desilusión. El autor me retó a actuar a pesar de mis miedos, empezando por un 'Gran Por Qué' y me planteó los pasos que necesito tomar puru un avance diario."*

Marc Nicholson,  
Atlanta, GA.

*"Los autores me han mostrado cómo salir de la 'zona mala' de tratar de hacer todo en persona y entrar en la 'zona de la prosperidad', donde ya puedo hacer crecer mi negocio sustancialmente, trabajar menos horas y hacer más dinero."*

Charles Sullivan,  
Gaithersburg, MD.

EL  
**Millonario**  
GUÍA PARA EL  
Profesional Inmobiliario



PATROCINADO POR EL CANAL : <https://t.me/cardinglatinotg>

PATROCINADO POR EL CANAL : <https://t.me/cardinglatinotg>

EL

# Millonario

GUÍA PARA EL

Profesional Inmobiliario

No es acerca del dinero



**Gary Keller**

Coautores Dave Jenks y Jay Papasan

PATROCINADO POR EL CANAL : <https://t.me/cardinglatinotg>

Gary Keller,  
El Millonario, Guía para El Profesional Inmobiliario  
Segunda edición en español, México, 2018

Master 5 México, S.A. P.I. de C.V  
ISBN: 978-607-97238-0-4  
Formato: medio oficio(15.6 x 22.5 cm) Páginas: 356

Traducido del inglés de la obra:  
MREA Millionary Real Estate  
Agent

Traducción autorizada por:  
Keller Williams Worldwide

Revisión de traducción:  
Hilda Winowich

Corrección ortotipográfica:  
R. Javier Hernández Rodríguez

Corrección de estilo:  
R. Javier Hernández Rodríguez

El Millonario, Guía para El Profesional Inmobiliario  
Gary Keller

Derechos reservados © Master 5 México, S. A. P. I. de C. V.

Segunda edición en español, Master 5 México, S. A. P. I. de C. V., México, Julio de 2018

© 2018, Master 5 México, S. A. P. I. de C. V.

Circuito Álamos 98-4, Álamos 2ª Sección, Querétaro, Querétaro / C.P. 76160

Miembro de la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana  
Registro en trámite y pendiente de No de registro

Página Web: <http://www.kwmexico.mx>  
correo-e: [editorial@kwmexico.mx](mailto:editorial@kwmexico.mx)

ISBN: 978-607-97238-0-4

Derechos reservados:

Esta obra es propiedad intelectual de su autor y los derechos de publicación en lengua española han sido legalmente transferidos al editor. Prohibida su reproducción parcial o total por cualquier medio sin permiso por escrito del editor.

Impreso en México.  
Printed in Mexico

Se imprimió en julio de 2018 por Ro & Ar Azteca S. A. de C. V.

*El Millonario, Guía para El Profesional Inmobiliario está dedicado a los hombres y mujeres cuyo arduo trabajo y espíritu emprendedor los coloca sencillamente en la línea frontal de la libre empresa. Este libro está dedicado a los Profesionales Inmobiliarios de todo el mundo.*

## CONTENIDO

Prefacio.....	17
Introducción.....	21

### Parte Uno: Haciendo el Mapa

Vista General.....	27
--------------------	----

Seis Paradigmas que se interponen entre tus grandes sueños y tú.....	43
--	----

Mito Uno: No lo puedo hacer .....	45
Mito Dos: No se puede lograr en mi mercado.....	49
Mito Tres: Tomaría demasiado tiempo y esfuerzo: perdería mi libertad .....	51
Mito Cuatro: Es demasiado riesgoso, perderé dinero .....	53
Mito Cinco: Mis clientes sólo trabajarán conmigo, sólo yo les puedo dar un servicio de calidad.....	55
Mito Seis: Tener una meta y no realizarla plenamente es algo negativo .....	57

Parte Dos: Las Cuatro Etapas      Piensa en Un Millón: Etapa 1 .....	63
--	----

Piensa en Un Millón: Etapa 1.....	63
Las 9 Formas de Pensar del Millonario Profesional Inmobiliario.....	67

1. Piensa Alimentado por un Gran Por Qué.....	68
2. Piensa en Metas Grandes y Modelos Grandes .....	74
3. Piensa en Posibilidades .....	77
4. Piensa en Acción.....	80



5. Piensa sin Miedo.....	81	Los Modelos del Millonario Profesional Inmobiliario .....	168
6. Piensa en Progreso.....	83	Modelo Uno: Modelo Económico del Profesional Inmobiliario	
7. Piensa Competitiva y Estratégicamente.....	85	Millonario.....	171
8. Piensa en Estándares .....	88	Los Fundamentos.....	171
9. Piensa en Servicio.....	89	Haciendo Cálculos .....	173
Las Tres P's del Millonario Profesional Inmobiliario .....	93	Modelo Dos: Modelo de Generación de Iniciativas del Millonario	
Prospectos/Contactos: Generación vs. Recepción .....	95	Profesional Inmobiliario .....	181
Propiedades: El Gran Método de las Palancas, una Ganancia		Basado en Mercadotecnia: Búsqueda Mejorada.....	181
Máxima .....	97	El Costo de una Exitosa Campaña Masiva de Generación de	
Palancas: El Quién, el Cómo y el Por Qué del Negocio de Bienes		Oportunidades .....	185
Raíces.....	99	Concentración en los Listados.....	187
Las 8 Categorías de Metas del Millonario Profesional Inmobiliario ....	103	Modelo Tres: Modelo de Presupuesto del Millonario	
		Profesional Inmobiliario .....	188
Gana Un Millón: Etapa 2 .....	115	Modelo Cuatro: Modelo de Organización del Millonario	
		Profesional Inmobiliario .....	192
Los Cuatro Modelos Fundamentales en el Éxito Inmobiliario. .	124	El Proceso de Contratación del Millonario Profesional	
Modelo Uno: Tu Modelo Económico .....	125	Inmobiliario .....	194
Las Tres Áreas Clave de tu Modelo Económico .....	126	Siete Fuentes para Reclutar .....	199
1. Concentrarse en los números que se deben lograr .....	126	Nueve Opciones de Compensación .....	201
2. Concentrarse en el número de citas .....	127		
3. Concentrarse en las tasas de conversión.....	128	Generar Un Millón: Etapa 3 .....	213
Modelo Dos: El Generador de Contactos .....	129		
Las Tres Áreas Clave en el Modelo Generador de Contactos ..	132	Contactos .....	216
1. Prospectación y mercado .....	132	1. Sosteniendo un Sólido Programa de Generación de Contactos	
2. Hacer una base de datos y alimentarla.....	138	que Enfatice el <i>Marketing</i> y Consistentemente Aumente el	
3. Sistemáticamente utiliza mercadotecnia con tu base de		Número de Contactos .....	216
datos .....	141	2. Seguimiento y Conversión de Contactos a Través de Otros ..	218
Modelo Tres: Tu Modelo de Presupuesto.....	148	3. Protegiendo el Tiempo que Dedicas a la Generación de	
Las 3 Áreas Clave de tu Modelo de Presupuesto.....	149	Contactos .....	220
1. Invierte sólo las remuneraciones .....	150	4. Considerando tus Opciones: el Proceso de Descubrir qué es	
2. Jugando a "Luz Roja, Luz Verde" .....	151	lo que no Funciona para ti.....	222
3. Mantente fijo al Presupuesto .....	152	Exclusivas .....	224
Modelo Cuatro: Tu Modelo Organizacional.....	154	5. Conociendo el Número Mínimo de Vendedores que Debes	
Las 3 Áreas Esenciales de tu Modelo Organizacional .....	155	Tener en tus Exclusivas Cada Mes .....	224
1. Cuando estés haciendo todo lo que puedas contrata Apoyo		6. El Número Mínimo Necesario Mensual de Exclusivas.....	225
Administrativo.....	155	7. Convenciendo a tus Vendedores de Aceptar el Concepto de	
2. Contrata Talento.....	157	Equipo.....	227
3. Entrena y da Consultoría.....	160	8. <i>Marketing</i> Consistente de las Exclusivas de los Vendedores	
		para más Contactos .....	228



Apalancamiento .....	210
9. Crear Tiempo para Aprender e Implementar el Proceso de REAR (Reclutar/Entrenar/Asesorar/Retener) .....	230
10. Contratando "Capacidad" en Talento vs. Talento "Callejón sin Salida" .....	233
11. Lograr la Responsabilidad para el Logro de los Estándares Correctos .....	236
12. Creación de Equipos de Trabajo con "Rock and Roll" .....	241
Dinero .....	245
14. Mantenerte en tu Modelo de Presupuesto y Controlar tus Costos .....	246
Tú .....	249
15. Manteniéndote Enfocado en el 20% .....	249
16. Equilibrio en tu Vida para Mantener tu Energía en un Alto Nivel .....	255
Recibir Un Millón: Etapa 4 .....	259
1. Ingresos Pasivos vs. Activos .....	265
2. La Oportunidad del 7o. Nivel .....	268
3. Las Tres Contrataciones Clave de un Negocio Millonario .....	271
4. Tu Papel y Responsabilidades .....	274

### **Parte Tres: Mantenerse en la Cima**

Reuniéndolo todo con enfoque .....	285
1. Crea un Plan Personal y Haz Progresar tu Enfoque .....	288
2. Bloques de Tiempo para Enfocarse .....	290
3. Obtén Responsabilidad para Mantener el Enfoque .....	293
4. Asegúrate que tu Ambiente Sostenga tu Enfoque .....	298
5. Mantén tu Energía para Mantener tu Enfoque .....	302
Millonarios Profesionales Inmobiliarios de la Vida Real .....	309
Apéndice A: Modelo de informe de ganancias y pérdidas .....	345
Apéndice B: Ejemplo de hoja de balance .....	353
Sobre los autores .....	356

*"No tengas miedo en dar un gran paso si éste es necesario.  
No podrás cruzar un abismo con dos pequeños pasos."*

David Lloyd George,  
Ex Primer Ministro de Inglaterra.

## PREFACIO

---

*"Si he visto más lejos que otros, es porque  
estaba sentado en los hombros de gigantes".*

Isaac Newton

### - CAZANDO LOBOS Y

### APUNTANDO ALTO

Hace varios años mi hijo John y yo íbamos en nuestro automóvil escuchando un audio libro. En la historia, el hijo de un pastor se había convertido en adulto e iba a pasar su primer verano solo, cuidando a su rebaño en las montañas arriba de su pueblo. Una noche, se despertó con el sonido del aullido de un lobo en las cercanías. La noche era totalmente oscura y se sintió poseído por el miedo, pero por su sentido de obligación, tomó su rifle y corrió en la oscuridad de la noche para proteger a su rebaño. En su camino, a la distancia vio a un lobo atacando la garganta de una de sus ovejas. Al llevarse su rifle al hombro y tomar puntería, recordó el consejo de su padre -en la noche es muy difícil calcular la distancia que hay a un blanco y lo más probable es que subestimes la distancia y *apuntes bajo*-. El hijo del pastor ajustó su mira, levantando ligeramente el cañón e hizo un tiro justo al blanco.

Lo que nos impactó de esta escena, no fue la valentía del muchacho, la cual era indudable, ni el drama del momento que nos tenía a mi hijo y a mí muy emocionados. Para mí, esta historia tenía todos los elementos de una gran fábula e ilustraba perfectamente algo que he llegado a creer profundamente como una realidad de la vida. Nadie puede estar totalmente seguro de lo que le traerá el futuro: El mañana es oscuro y tan difícil de juzgar como la distancia entre el pastor y el lobo. Y sin embargo, hacemos

nuestros planes como si el día de mañana, el mes o el año próximo o la siguiente década fueran tan claros como una tarde de agosto. ¿Es acaso sorprendente que todos los planes se queden cortos de la meta? ¡Apunta alto! Esa es la fábula de la historia. Ya sea que estés cazando lobos en la noche o que estés haciendo metas para tu vida, ¡Apunta Alto!

Este libro es acerca de *apuntar alto*. No es acerca del dinero. Es más bien acerca del hecho de que todos quienes han alcanzado metas muy altas en su vida, es resultado de pensar en grande y apuntar alto. La palabra *Millonario* es sólo un símbolo acerca de esta idea. También es un título pegajoso. Obviamente haz leído hasta esta página. Honestamente, ¿estarías leyendo un libro que se llame, "*El Inmobiliario que Piensa en Grande*"? Todo está dicho.

Este libro es para ti. Creemos que no importa en qué parte del mundo te encuentres con tu carrera inmobiliaria, pensar en grande te llevará a un lugar mejor y más alto, de hecho puede transformarte en la mejor versión de "Ti", en la que realmente puedes llegar a ser. Para ser tu mejor versión posible, piensa en grande y apunta alto.

## GRANDES PREGUNTAS Y LA CIMA DEL MUNDO

Con relativamente bajas inversiones iniciales y sin techo en lo que puedes llegar a ganar, una carrera inmobiliaria parece perfectamente hecha para un emprendedor ambicioso. En esta industria, tus límites realmente están definidos por ti. Tu enfoque, habilidades y fuerza de voluntad para hacer el trabajo de un vendedor de bienes raíces, van a ser los principales factores determinantes de tu éxito. En su libro, "*El factor Aladino*", Mark Victor Hansen, nos enseña que el tamaño de nuestras respuestas está determinado por el tamaño de nuestras preguntas. Con *El Millonario Profesional Inmobiliario*, nos cuestionaremos, exploraremos y responderemos las más importantes preguntas que cualquier persona en el negocio de ventas inmobiliarias se podría llegar a hacer: "¿Cómo puedo llevar mi ingreso como vendedor de bienes raíces al nivel más alto posible? Créelo o no, esta es una pregunta simple con una respuesta sim-

ple. En este libro, te planteamos a ti el cómo pensar como un Millonario Profesional Inmobiliario. Después, te mostraremos, paso por paso, cómo ganar y producir el equivalente a un millón de dólares libre para ti. Luego te mostraremos el camino para recibir un millón en ingreso pasivo.

Con toda honestidad, creo que la clave para llegar a ser "Tu Mejor Versión", es pensar a un nivel MUY ALTO. Si al leer este libro, puedes captar en tu mente los conceptos del capítulo titulado "Piensa en Un Millón" y así aprender a pensar como un Millonario Profesional Inmobiliario, descubrirás entonces que ganar, producir y recibir la mayor cantidad de dinero posible en tu carrera inmobiliaria, será más fácil de lo que pensabas.

Si hay algo que he aprendido en la vida es que ponerte metas pequeñas tiende a limitar nuestro potencial. Y que las Grandes Metas tienden a llevarnos a través de las metas pequeñas en el camino de alcanzar las grandes. ¿Por qué? Todo depende de en qué estés enfocado. Lo que sucede es que tendemos a bajar el ritmo una vez que nuestras metas están cerca de ser alcanzadas. Las metas pequeñas por definición, casi siempre están cerca de nuestro alcance, así que acabamos terminándolas rápidamente y al terminarlas nos enfriamos y este enfriamiento nos limita la energía para las metas grandes.<sup>1</sup>

Por otra parte, cuando perseguimos metas grandes y ambiciosas, tenemos la oportunidad de generar tanto "*momentum*", que nos lleva a través de las metas pequeñas hasta alcanzar las grandes. James Allen alguna vez señaló: -Llegarás a ser tan pequeño como el deseo que te controla y tan grande como la aspiración que te domina-. Finalmente, tu negocio y tu vida reflejarán las metas que persigas. Todo se resume a la diferencia entre las metas que te satisfagan y las metas que realmente te maximicen.

La fórmula es muy directa: piensa en grande, actúa valerosamente y vivirás una vida más plena. Para ser totalmente honesto, la meta de este libro no es necesariamente enseñarte cómo depositar un millón de dólares en tu cuenta bancaria el próximo año. Aun y cuando te ofrecemos un análisis completo y preciso de esa meta, el verdadero objetivo de *El Millonario Profesional Inmobiliario* es invitarte a que vivas en grande. A tra-

<sup>1</sup>El autor usa la metáfora "*Head of Steam*" que se refiere al vapor que gradualmente se acumula en una caldera de un motor de vapor. Dicho motor funciona con presión y al bajar la presión, carece de la energía necesaria para arrancar el motor.

vés de la historia verosímil que las grandes metas nos llevan más allá que de nuestro potencial conocido y nos hace realizar vidas más grandes de las que habíamos imaginado. Creo convincentemente que los regalos que recibirás por aplicar este tipo de enfoque, son mayores que cualquier recompensa monetaria que pudieses tener. Probablemente Oliver Wendell Holmes lo dijo mejor al señalar: -Lo esencial y maravilloso del mundo no es tanto en dónde estemos parados, sino hacia donde nos dirigimos-.

Creo que todos podemos estar de acuerdo en que el futuro es enormemente impredecible. Al hacernos las Grandes Preguntas y buscando sus Grandes Respuestas, tendemos a permitirnos alcanzar nuestro mejor nivel de preparación para el futuro. Este aprendizaje nos posibilita actuar con más eficacia y eficiencia en cada momento. Estaremos menos propensos a que un suceso inesperado nos tome desprevenidos y sin defensas. Recuerda que el pastor no pudo predecir ni el momento ni la forma en qué forma llegaría el peligro, pero sabía lo suficiente como para llevar su rifle cargado, tenerlo cerca de él y apuntar alto.

Permíteme exponerlo de otra forma con una analogía. Para todos nosotros escalar el Monte Everest es un símbolo de logro excepcional. Ahora haz una pausa en la lectura y piensa en esto por un momento. Aquellos quienes pretendan escalar el Everest, no pensarán en términos de llegar al Campamento Base y hasta entonces ver cómo le harán desde ahí. Antes de poner un pie en Nepal, ellos ya habrán imaginado meticulosamente y se habrán preparado a detalle para el viaje completo entre Katmandú, el Campamento Base y de ahí, hasta la cima del mundo. Si han sido realmente inteligentes y han querido tener un grado mayor de preparación, habrán estudiado las experiencias de otros y usando ese conocimiento se habrán podido preparar para la aventura más retadora. La gente que está planeando escalar la cima del Everest se está haciendo las Grandes Preguntas y está obteniendo Respuestas Muy Grandes. Esta gente ha aprendido que sólo quienes se atreven a pensar en grande podrán en realidad alcanzar la gloria.

Si quieres obtener lo mejor de ti y estás dispuesto a preguntarte: ¿Cómo llevo mi negocio inmobiliario al punto más alto posible? Entonces ponte botas de alpinista y respira profundamente. Este libro será tu mapa, e incluso será tu guía. El trayecto no será necesariamente fácil, pero seguro cambiará tu vida. Comienza con pensar en grande y apuntar alto.

## INTRODUCCIÓN

*"Las verdades más grandes son también las más simples  
y asimismo lo son los hombres más grandes".*

Augusto y Julio Hare

¡NO ERES

MATUSALÉN!

"Todos estamos en camino de ser millonarios. Yo estoy seguro que con tiempo suficiente, todos podríamos alcanzar la meta de un ingreso de un millón de dólares". A este método se le llama "Método Matusalén". De acuerdo a la tradición, Matusalén, fue el hombre que llegó a vivir más años en la historia. Se cree que vivió 969 años. Ahora estoy convencido que aun y cuando él hubiese sido el peor de los administradores de dinero, en algún momento de su vida debió ser considerado un millonario, de acuerdo a los estándares de su tiempo. Desafortunadamente, haciendo a un lado saltos evolutivos o milagros médicos, si sigues el "Método Matusalén", lo más probable es que no llegues a ver ni un millón.

Por supuesto, hay quienes quieren llegar al millón, un poco más rápido, planeándolo en periodos de 30, 15 o incluso 5 años. Lo que los distingue de otros, es que comprenden que para ser realmente exitosos en este juego llamado ventas inmobiliarias, no pueden atenerse a los azares del destino. Sólo aquellos con tanta gasolina en el tanque como Matusalén, podrán permitirse explorar el método de prueba y error. Aquellos que quieran llegar más rápido saben que necesitan un plan grande, preferiblemente uno que sea simple y directo. *Nuestra meta con este libro es compartir ese gran plan, darte un atajo.*

## UNA INVITACIÓN

Una de las más grandes piedras con la que tropieza mucha gente al tratar de obtener grandes éxitos, es que no pueden darse cuenta de lo fácil y sencillo que puede ser el éxito. Uno de los más grandes mitos en la vida, es que el camino al éxito está oculto y si alguien lo encuentra, seguramente estaría lleno de curvas, reductores de velocidad, niebla, y lleno de topes y de baches. Culpemos a los poetas medievales, que escribieran nuestras primeras historias de éxito —el camino a la princesa, siempre estaba oculto y para llegar a él, siempre tenías que pasar frente a la cueva del dragón—. Como resultado, ahora tendemos a desconfiar de soluciones obvias y directas o, en el mejor de los casos, con un aire de superioridad, decimos que dichas ideas son “de sentido común”, o que “cualquiera debería saber eso”. Casi parece que, por alguna falla en nuestra naturaleza humana, simplemente tendemos a preferir ideas secretas y complejas que otras obvias y simples.

En su libro *Acres of Diamonds*, Russell H. Conwell cuenta la historia de dos granjeros. El primer granjero vende su granja al otro para poder ir en busca de diamantes. La historia termina con que el primer granjero nunca encuentra sus anhelados diamantes, y que el nuevo granjero, encuentra “acres de diamantes” en el mismo terreno que había tenido el primero. La moraleja: es muy probable que hoy tú ya tienes o sabes todo lo que necesitas para ser exitoso. Así que en lugar de buscar lo “nuevo-nuevo”, quizás debieras trabajar más en lo “viejo-viejo”. La oportunidad para tu éxito podría estar al alcance de tu mano.

Y tampoco es una cuestión de validez. Las soluciones complejas pueden ser también perfectamente válidas. El problema es que los planes complejos son precisamente eso, “complejos” y por tanto, difíciles de implementar y sostener. Charles Mingus, quien es una leyenda del Jazz una vez dijo —hacer que lo fácil sea complicado es cosa de todos los días, pero hacer que lo complicado sea simple, es asombrosamente simple, eso es creatividad—. Estoy completamente de acuerdo. La vida y los negocios son complejos, pero el camino al éxito en la vida y en los negocios está pavimentado con sencillez. La verdad es que todos los planes deben ser reducidos a su simplicidad total para que podamos implementarlos. Nadie puede vivir o trabajar en la complejidad por mucho tiempo, el éxito duradero siempre radica en nuestra habilidad para reducir las cosas a su nivel más simple.

En nuestra investigación a través de los años, hemos encontrado que la gente frecuentemente imagina que el éxito en los negocios es mucho más complicado de lo que en realidad es. Este punto de vista convierte la simple responsabilidad por los resultados obtenidos, en un juego de echar culpas, en donde la frase repetida continuamente es —yo no lo sabía—. Esta frase nos permite justificar nuestras fallas por cosas que no sabíamos o que no comprendíamos. Si tú juegas de esa manera, puedes estar buscando el “Gran Secreto”. Pero seguramente, no estás siendo totalmente honesto contigo. Puedes estar buscando el “Gran Secreto”, porque quisieras que el éxito viniese más fácilmente, y no estás solo.

Aquí está la verdad acerca del “Gran Secreto” y de cómo puedes hacer que venga a ti más fácilmente:

*“El éxito es menos complicado de lo que la gente lo hace parecer”.* Muchas, muchas respuestas pueden ser complicadas, pero las que más importan, nunca lo son. Lo que sí sabemos, es que si buscas soluciones difíciles a problemas complicados, vas a terminar persiguiendo la complejidad toda tu vida. Por otro lado, si puedes decidir buscar soluciones sencillas a problemas complicados, vas a encontrar soluciones buenas y simples y pasarás tu vida tomando medidas. Esta es la diferencia entre buscar la verdad y vivir la verdad.

Intenta esto: Llama a algún o alguna joven que conozcas de unos 18 años y pídele que te comparta su idea acerca del significado de la vida. Seguramente te dará una larga y compleja respuesta, que podría hacer referencia o no al calentamiento global y al deshielo de los polos. Ahora llama a alguien que haya vivido una larga vida y completa, y hazle la misma pregunta. Lo más probable es que recibas una respuesta simple: amor. La respuesta del joven, no necesariamente está equivocada. La respuesta de la persona mayor, simplemente llegará al punto de una forma más rápida y simple. ¿La razón? Es puesto que ha confrontado las complejidades de la vida y ha descubierto que aun y cuando la vida es realmente compleja, la maravillosa senda al verdadero significado de la vida es realmente simple.

Creo que si estás listo para reconocer en dónde te encuentras en la serie de tus logros, y si estás listo para encontrar y aceptar tus fallas o limitaciones que impiden que llegues más lejos, te estás posicionado mentalmente bien para perseguir las más altas de tus posibilidades. Puedes estar seguro de que necesitarás sustancialmente energía física y mental. Como Peter Drucker dice —los planes son solamente buenas intenciones hasta que se transformen inmediatamente en trabajo duro—.

Las ideas que presentamos en este libro, no tienen comparación con ingeniería aeroespacial ni con neurocirugía. Sin embargo, cuando se tomen como un todo, te parecerán impresionantes. Lo que parece complejo, no es más que la acumulación de muchas ideas simples, unidas unas con otras a través del tiempo. Así es que te invito fervientemente a dar un paso atrás, ver el gran panorama, escoger un lugar para empezar y a javentarte.

Lo que sigue es una serie de ideas que nuestra investigación y experiencia han probado que son verdaderas. Aun y cuando nuestra intención original era compartir estas ideas, esperamos que también encuentres algo de inspiración. He encontrado que aquellos que se les muestra la verdad y que ésta también les cause inspiración, son los que más probablemente tomarán acción efectiva. Pero independientemente de si encuentres o no inspiración en estas ideas, podrás ver beneficios adoptándolas, aceptándolas y actuando sobre ellas. Igual que en programas de dietas y ejercicios o en ahorrar dinero, cualquier cambio fundamental en nuestros hábitos empieza con una decisión personal, con un acto de voluntad, que en este caso, es elegir pensar en grande y apuntar alto.

Espero sinceramente que este libro te lleve a pensar un poco más allá, acerca de tu carrera. Para eso escribí este libro. Verás que por muchos años se ha percibido y tratado a nuestra profesión, de agente inmobiliario, como una persona NO de negocios, pero con trabajo de ventas. Se ha dicho muchas veces que la elección y no el destino, determina nuestro futuro. Yo creo que tú, El Millonario Profesional Inmobiliario, puedes determinar su propio destino, ya que tienes la opción de escoger entre:

1. Practicar bienes raíces como un trabajo.
2. Administrar tu práctica de bienes raíces como un negocio.

¿Preferirías tener un negocio a un trabajo? ¿Te gustaría llevar ese negocio al punto más alto posible? Si es así, te invito a continuar en la siguiente página.

## Parte Uno:

# HACIENDO EL MAPA



## VISTA GENERAL

*"Debo crear un sistema, o ser esclavizado  
al sistema de otro hombre".*

William Blake

### — ¿POR QUÉ ESTÁS AQUÍ? TÚ ESTÁS EN ADMINISTRACIÓN Y TODOS ESTAMOS EN VENTAS

Hace algunos años, en un seminario de *Bienes Raíces*, tuve una interesante conversación con otro agente inmobiliario. Las revelaciones que surgieron de esa conversación han probado ser esenciales en mi habilidad como consultor de agentes inmobiliarios. Esta es mi mejor transcripción de aquella conversación:

**AGENTE:** —¿Gary Keller, verdad? ¿Cómo estás? Te reconocí desde el otro lado de la sala y quería presentarme y hacerte saber lo mucho que he escuchado de tu compañía.—

**YO:** —Bien, gracias. Hemos trabajado mucho para llegar hasta donde estamos.—

**AGENTE:** —Perdón por la pregunta, pero, ¿por qué estás aquí?—

**YO:** —Disculpa, ¿cómo dices?—

**AGENTE:** —¿Por qué estás aquí? Tú estás en administración y todos nosotros estamos en ventas. Tenía curiosidad de saber qué estás haciendo en un seminario de ventas.—



Honestamente, esta pregunta me como por sorpresa. Cierta, estaba en administración, pero había sido un agente inmobiliario exitoso antes de que se formara nuestra compañía y, francamente, todavía continuaba pensando como un inmobiliario exitoso. En la vida, uno de los mayores obstáculos que podemos enfrentar, es la diferencia entre la percepción que tenemos de nosotros y la percepción que los demás tienen de nosotros. La diferencia entre ambas puede ser un obstáculo para la comunicación efectiva y una fuente de malos entendidos. Gran parte de mi labor ha sido trabajar con los mejores agentes inmobiliarios, y esto lo he hecho por más de 20 años. Nunca se me había ocurrido que alguien no me percibiera como un agente inmobiliario, así que decidí hacer algunas preguntas de sondeo.

**YO:** —¿Puedo hacerte algunas preguntas? ¿Tú vas a las citas cuando estás representando a un comprador?—

**AGENTE:** —De hecho, tenemos especialistas en atender a compradores, que hacen eso por mí.—

**YO:** —Yo también. ¿Vas a citas para captar una exclusiva?—

**AGENTE:** —(Sacudiendo su cabeza) No, tengo especialistas en captar exclusivas para mí.—

**YO:** —Mira qué casualidad. Yo también tengo especialistas en captar exclusivas. Apuesto a que tienes un equipo que te ayuda con el *marketing*, la contabilidad y el peleo. ¿Cierto?—

**AGENTE:** —Claro.—

**YO:** —Ambos tenemos agentes especialistas en atender compradores, ambos tenemos especialistas captadores. Ambos tenemos equipo de apoyo. Muy interesante. Si no te molesta mi pregunta, ¿cuánto vendiste el año pasado?—

**AGENTE:** —Hummm. De hecho, vendí un poco más de 50 millones de dólares el año pasado.—

**YO:** —¡Wow, felicidades! ¡Es asombroso! Si te ayuda a comprender por qué estoy aquí, sólo piensa en mí como un agente inmobiliario con ventas de varios billones de dólares al año.

Verás si realmente observas la estructura organizacional y los sistemas, no hay una gran diferencia entre una eficiente oficina inmobiliaria y un equipo de mega agentes inmobiliarios. Ambos tenemos compradores y vendedores, que son quienes determinan nuestros resultados finales. Ellos tienen administración e infraestructura y tienen algo que es muy importante: un Director General, coordinando las actividades del equipo, para incrementar la productividad y las ganancias.

Resalto estos paralelismos, cuando trabajo con agentes inmobiliarios y lo que finalmente ellos descubren es que hago las mismas cosas que ellos. Sólo que yo estoy altamente apalancado, debido a mi asociación con gente sumamente talentosa, asimismo porque he documentado detalladamente mis sistemas. Soy un agente inmobiliario viviendo a lo grande.

Permíteme definir “viviendo a lo grande”. Desde finales de los ochentas ningún otro agente inmobiliario ha vendido más casas bajo su licencia en Austin, Texas. De hecho, mis dos oficinas inmobiliarias en Austin obtuvieron el primero y el cuarto lugar en transacciones cerradas en el país (de acuerdo al *Ranking de Tendencias Inmobiliarias de Empresas Independientes de 2001*). Gracias a un promedio anual de crecimiento superior a 40% entre 1998 y 2001, Keller Williams Realty International, saltó de la oscuridad regional a convertirse en la séptima agencia inmobiliaria más grande del país. El *Inman News* calificó a Keller Williams como la compañía más innovadora en la industria inmobiliaria en 2001.

Así que sí me vez en un evento de agentes inmobiliarios, sinceramente espero que me digas hola. Y también espero que entiendas por qué me encuentro ahí. Yo también soy un agente inmobiliario.

## PERFECCIONANDO

### EL “JUEGO”

Cuando comenzamos nuestra compañía en 1983, no teníamos idea de la maravillosa gente con la que habríamos de asociarnos en los años por venir, ni de cuánto habríamos de aprender de esas asociaciones. Tuvimos la oportunidad de trabajar con y aprender de los mejores agentes inmobiliarios.

liarios de todo Estados Unidos: líderes de la industria como Brian Buffini, Tom Hopkins, Floy Wickman, Bill Barret, Mike Ferry y Howard Brinton; e incluso visionarios del negocio como Robert Kiyosaki, Michael Gerber y Mark Victor Hansen. Todos y cada uno de ellos ayudaron a formar nuestros éxitos y el mensaje de El Millonario Profesional Inmobiliario.

A través de nuestro acompañamiento a estos profesionales de consultoría, de planear y dirigir este proyecto, de asistir a programas para mega agentes inmobiliarios, hemos tenido la oportunidad de trabajar mano a mano con cientos y cientos de los agentes inmobiliarios más exitosos. Su contribución a este libro y a nuestro éxito en general, no puede ser sobreevaluado. Sin embargo, supimos que para los propósitos de El Millonario Profesional Inmobiliario, tendríamos que recurrir a las experiencias de otros grandes agentes inmobiliarios a quienes no conocíamos todavía y con quienes no habíamos trabajado personalmente. Así es que levantamos el teléfono y empezamos a hacer llamadas. Pudimos llegar a los 50 agentes inmobiliarios más exitosos en Estados Unidos, conforme al ranking de REAL Trends y establecimos tantas entrevistas como nos fue posible. Escuchamos. Escuchamos realmente fuerte. Tomamos notas y retomamos nuestras ideas sobre los mejores en nuestra industria.

Sin duda, estos inmobiliarios enormemente exitosos, son maestros de su juego. Lo que captamos claramente y enseguida, fue que son expertos en su mercado y que con frecuencia han desarrollado sistemas exitosos que complementan perfectamente sus mercados y a su propia mezcla de fortalezas y debilidades personales. Tenían mucho que compartir. También tenían mucha curiosidad en lo que encontráramos en nuestra investigación. Aun y cuando muchos abiertamente reconocían ser unos maestros de su juego (su enfoque particular a los bienes raíces), muy pocos afirmaron haber llegado a ser maestros en bienes raíces en un sentido más amplio.

Tomamos todo lo que aprendimos, lo pasamos a través del filtro de nuestra propia experiencia y lo combinamos en simples y efectivos modelos que cualquiera puede seguir para llevar su práctica inmobiliaria al nivel más alto posible. Como resultado, este libro no es acerca de “nuestro juego”, ni tampoco una colección de “el juego de ellos”. Este libro es acerca de “El Juego”. Sentimos que la maestría personal, se obtiene mejor a través del análisis concienzudo de “El Juego” y entonces relacionar ese

que entendimiento por las circunstancias personales (tu mercado, tus fortalezas y tus debilidades). Se trata de un proceso continuo. Este libro puede representar el primer paso para algunos, pero para muchos será sólo otro punto de control en su búsqueda continua de la Maestría en “el Juego de Ventas de Bienes Raíces”. Nuestra esperanza es que tomes este libro, reflexiones sobre él, apliques los modelos y entonces sí, lo personalices a través del tiempo para que logres tu Maestría de “tu juego” al nivel más alto posible, lo demás, vendrá por añadidura.

## - MODELADO

### LA PIEDRA ANGULAR DEL ÉXITO

Dos eventos en mi vida cambiaron por siempre lo que pienso respecto a lo que creo que una persona es capaz de alcanzar a través de los talentos naturales que le dio Dios. La primera vez, fue cuando un profesor universitario de Baylor regañó a cierto estudiante joven y caballeroso, quien pensaba tener todas las respuestas (por cierto, ese estudiante era yo). El dijo —Hijo, no eres la primera persona que ha querido tener una carrera exitosa. No eres la primera persona que ha tenido sueños que quiera realizar. No eres la primera persona que quiere llegar a ser la mejor persona que pueda ser en la vida. Debes darte cuenta, que otras personas, han vivido antes que tú. Y debes ser sabio para desacelerarte un segundo y descubrir lo que aprendieron en su camino, antes de que comiences el tuyo—. Yo lo escuché atentamente y pensé que había entendido lo que me decía, pero realmente no lo había escuchado durante una década.

El segundo evento sucedió en 1987, cuando una joven empresa se estaba enfrentando con una economía colapsada. Hasta ese momento, habíamos sido exitosos hasta cierto nivel, pero en ese entonces había muchos grandes retos que nos estaban deteniendo. Finalmente, descubrí que no tenía todas las respuestas. En mi opinión, hasta ese momento, nuestro crecimiento había sido sustentado simplemente en trabajo duro. Entonces el mercado colapsó y nos enfrentamos con un nuevo y muy real límite para nuestros logros. Ese año fue cuando leí “Unlimited Power” de

Anthony Robbins y finalmente, escuché a mi profesor —La gente ha vivido antes que tú—. El libro de Robbins, me aclaró ese punto de una forma muy poderosa. Aquí hay algunos pasajes que subrayé y que quiero compartir contigo:

#### Pasaje #1:

Hace mucho descubrí que el éxito deja huellas de la gente que da extraordinarios resultados y que hace cosas específicas para crear esos resultados.

#### Pasaje #2:

Las acciones son la fuente de todos los resultados... Este proceso de descubrir exacta y específicamente lo que la gente hace para producir resultados determinados se llama modelado.

#### Pasaje #3:

Para mí, modelar, es el camino a la excelencia... Los hombres importantes en el mundo son frecuentemente modeladores profesionales, personas que se han hecho maestros en el arte de aprender todo lo que puedan siguiendo la experiencia de otras personas, más que la propia.

#### Pasaje #4:

Para modelar la excelencia deberás ser un detective, un investigador, alguien que haga muchas preguntas y que siga todas las pistas sobre lo que produce la excelencia... Construir sobre los éxitos de otros es uno de los aspectos fundamentales de todo aprendizaje.

¡Epifanía! Un foco se prendió en mi mente y entonces me dije, —¡Ah!— entonces me desaceleré lo suficiente para empezar a buscar con mucho más detalle lo que la gente exitosa estaba haciendo. Asimismo involucré sistemáticamente a mi gente en el proceso de modelado. Los modelos que descubrimos e implementamos ese año nos ayudaron a enfrentar los retos de la economía recesiva y fundaron los cimientos para nuestros logros posteriores. Desde este hallazgo, ha sido siempre mi meta, el

modelar activa, agresiva y continuamente el negocio inmobiliario para propietarios y agentes.

Al mismo tiempo, pienso que sería un error descartar la creatividad. Sin duda, hemos sido muy creativos en nuestro negocio inmobiliario. El truco para obtener el máximo resultado de nuestra creatividad, es empezar siempre con un conjunto de modelos fundamentales probados exitosamente. Una vez que encontremos el éxito con nuestros modelos iniciales, podremos entonces autorizarnos el pensamiento creativo; pero solamente después de que hayamos seguido los modelos, podremos modificar, innovar, refinar y recalibrarlos hasta que trabajen al nivel de nuestras expectativas. La clave al considerar este enfoque, es impedir ejercer la creatividad antes de implementar efectivamente los modelos fundamentales del negocio inmobiliario que ya estén probados.

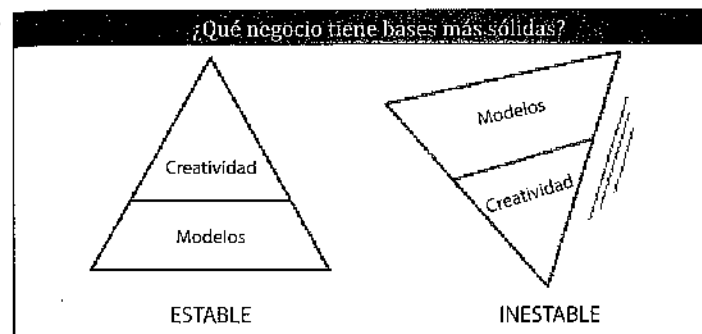


Figura 1

La realidad sobre usar modelos es, que si tú empiezas aplicando la creatividad y después tratas de añadir un modelo o bien si tú tratas de añadirle creatividad a un modelo que todavía no has implementado en su totalidad, te arriesgas a hacer tu modelo, completamente inefectivo. Mucha gente no se da cuenta de esto. Probablemente van a tratar de usar la creatividad como atajo o forma de cubrir sus fallas al implementar completamente un modelo. La verdad es que cuando tú le añades creatividad a un modelo ya practicado y probado, siempre tendrás muchas más altas probabilidades de lograr mejores resultados.

Patrocinado por el canal: <https://t.me/cardinlatino>

importante que te podrás hacer sea: "¿Cuando llegue al límite de mis habilidades naturales (sea éste alto o bajo) cómo le haré para llegar más alto?". Lo que he descubierto es que al iniciar a trabajar con modelos podrás empujar tus límites superiores, y con el tiempo podrás incluso, rebasarlos. Pero aún los grandes modelos finalmente alcanzarán un nuevo límite. Es el momento en que te recomiendo usar tu creatividad, es cuando debes empezar a adaptar tu modelo. No lo abandones, adáptalo. Una vez que la cantidad correcta de innovación sea añadida, seguramente podrás rebasar tus límites y continuar adelante. Este es el ciclo. Cada mejora tendrá sus limitaciones y, más tarde o más temprano, tendrás que adaptar tu modelo para asegurar tu progreso continuo.

PLEASE CITE AS: *Journal of Management Inquiry* 20(1) 1-11

[illegible]

Ahora aquí está la sencilla verdad que debemos aceptar: nuestras habilidades naturales son limitadas. No importa qué tan talentoso seas tú y todos nosotros, eventualmente llegaremos a nuestro límite en el nivel de logros que podamos alcanzar. Esta verdad no se trata de "si alcanzarás" sino "cuándo alcanzarás tu límite", de tal forma que la pregunta más

De esta forma, el truco para lograr grandes avances en tu vida es adoptar los modelos fundamentales correctos. En mi opinión, estos modelos deben ser tan grandes y ambiciosos como sea posible. Típicamente entre más grande sea tu modelo, más lejos llegarás con él antes de llegar a un tope. Esta es una de las más emocionantes características que un gran modelo te puede ofrecer. Los Modelos Fundamentales que presentamos en este libro, El Millonario Profesional Inmobiliario, están basados en tres pilares o cimientos fundamentales que nosotros llamamos, las TRES P'S DEL MILLONARIO PROFESIONAL INMOBILIARIO.

## LAS TRES P'S DEL MILLONARIO PROFESIONAL INMOBILIARIO

Cuando empezamos a agrupar nuestros hallazgos por categoría, aparentemente había 8 puntos o temas fundamentales. Después de un análisis profundo, pudimos eliminar tres y dejamos 5 puntos importantes. Finalmente, descubrimos lo que sería el cimiento final sobre la cual construiríamos nuestro modelo... Prospectos, Propiedades y Palancas. Les llamaremos las TRES P'S DEL MILLONARIO PROFESIONAL INMOBILIARIO.

## PROSPECTOS (CONTACTOS): "TODOS TENEMOS DOS TRABAJOS"

Puedes tener una maestría y un doctorado en bienes raíces, puedes ser más astuto que el más astuto de los abogados para hacer contratos, puedes ser el mejor valuator del universo y tener más conocimiento de finanzas y de financiamiento que el mejor financiero y NO TE SERVIRÁ DE NADA si no tienes clientes. Para ser exitoso en este negocio, siempre necesitas tener clientes. Así de sencillo. Hasta que tengas suficien-

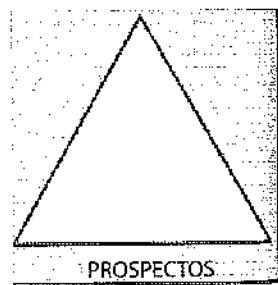
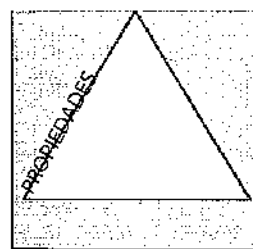


Figura 4

## PROPIEDADES: "EL REGALO DE LOS DIOS INMOBILIARIOS"



PROSPECTOS

Figura 3

Las propiedades son la más poderosa palanca y la máxima oportunidad de generar ingresos en nuestra industria. Típicamente, tus beneficios al tener una propiedad en venta son proporcionales a tus ganancias de una propiedad similar cuando se la vendes a un cliente. Lo que hace la diferencia entre las dos, es el tiempo necesario para trabajarlas. En mi experiencia, una persona altamente productiva puede enlistar personalmente entre 15 y 20 propiedades al mes. La misma persona altamente productiva difícilmente podría vender 6 u 8 casas al mes de manera

los prospectos que resultan de tus contactos (para cumplir o superar tus metas), no habrá otro tema que atender. No importa cuál sea tu profesión, ya seas doctor, abogado, terapeuta o empresario, TODOS tenemos dos TRABAJOS: la profesión que elegiste y el trabajo de Generar Contactos.

Recuerdo haber leído un artículo escrito por un compañero inmobiliario que estuvo en shock al enterarse que él también estaba en el negocio de la Generación de Contactos. Su artículo era lamentable, estaba realmente angustiado. De alguna forma pensó que por tener su Licencia Inmobiliaria, él podría sentarse en su oficina y esperar a que el mundo lo encontrara, es decir, que sus clientes le tocaran la puerta. Era muy fácil hacer empatía con quien escribía esto. Yo hice una carrera universitaria y nunca, ni una sola vez, un profesor mencionó la posibilidad de buscar prospectos. Nadie me lo dijo. Después en la vida, para mi terrible sorpresa, me di cuenta que si no era bueno en la generación de contactos, nadie se enteraría jamás de lo preparado y conocedor que yo era del negocio inmobiliario. Había llegado el tiempo de enfrentar los hechos. Para ser exitoso en el negocio de los bienes raíces tenía que aprender a generar contactos de los que surgirían los prospectos.



constante. Con el enfoque adecuado, tú podrías poder tomar tanto como 2 o 3 propiedades por cada prospecto al que le puedas vender una casa.

De esta forma para empezar, al concentrarte en las propiedades inicialmente, tú podrías duplicar o triplicar tus ingresos usando la misma cantidad de tiempo. Si esto no te parece suficientemente atractivo, entonces considera que las propiedades proveen una plataforma impresionante de generación de prospectos, a través de correos, anuncios, lonas y letreros en las casas y *open houses*. Es un hecho que dedicarse al negocio de tomar exclusivas te traerá más negocios. Nuestros estudios comprueban que una propiedad promovida adecuadamente debería generarte suficientes prospectos para que cierres otra venta con un comprador. Al final del día las propiedades te dan más control de tu tiempo, de tu mercado y de tu proyección a futuro. Es por eso que con cariño le llamamos "el Regalo de los Dioses Inmobiliarios".

## PALANCAS:

### TIEMPO VS. DINERO

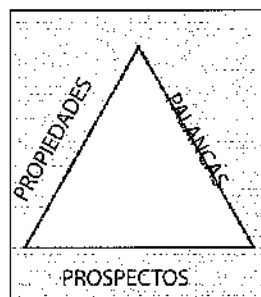


Figura 5

Todos hemos oído que el tiempo es dinero. Eso, simple y sencillamente no es cierto, de hecho esto es uno de los peores mapas mentales que se nos han impuesto por gente ignorante. La verdad es que el tiempo no siempre se convierte en dinero. Muchos de los que trabajan más tiempo, no siempre son los que producen más dinero. Como gente de negocios que somos, nosotros vemos la relación entre tiempo y dinero de una forma diferente. Nosotros continuamente estamos tratando de ganar la cantidad más grande de dinero por cada hora de nuestro tiempo invertido. En el principio de nuestras carreras nosotros invertimos tiempo para ganar más dinero

Entonces aprendamos a trabajar de una forma inteligente y empezamos a ganar más en el mismo periodo.

De la misma forma en que en nuestra discusión sobre metas de rendimiento descubrimos que hay límites para la eficiencia personal, también descubrimos que la gran clave para incrementar a nuestro favor la razón del dinero sobre el tiempo, va a ser la Palanca. Las palancas pueden ser divididas en tres categorías: PERSONAS, SISTEMAS Y HERRAMIENTAS.

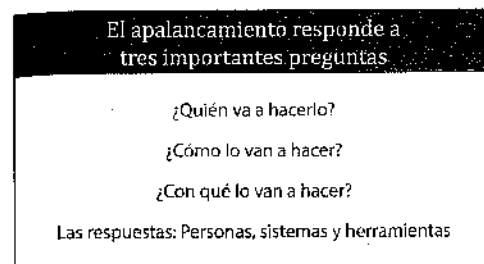


Figura 6

Por mucho, la más importante de esas tres es: las PERSONAS. Mientras que un buen sistema y unas buenas herramientas pueden ayudarle a personas promedio a generar continuamente más ingresos, nada es más

importante que contratar y mantener talento. Si tú eres como todos los vendedores, entonces diseñar e implementar herramientas no es tu fuerte. La mejor solución a esta situación es contratar a alguien que sea hábil en los detalles y en los sistemas. Por esto te recomendamos que contrates personal administrativo talentoso. Cuando has invertido todo tu tiempo disponible y todavía deseas ganar más, entonces apalancate.

Las tres P's del Millonario Profesional Inmobiliario: Propiedades, Prospectos y Palancas, son los cimientos de cualquier negocio de bienes raíces. Éstos son los temas fundamentales que te generarán un gran nivel de ventas. De hecho, nosotros los hemos convertido en la espina dorsal del Millonario Profesional Inmobiliario.

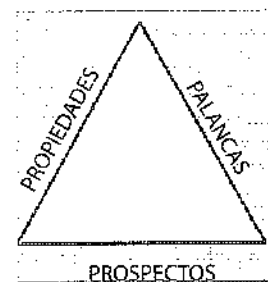


Figura 7

Ahora que ya hemos establecido los tres pilares para tu modelo de éxito, es tiempo de pavimentar el camino para llegar a ser un Millonario Profesional Inmobiliario. Al respecto, hemos descubierto que hay 4 etapas naturales que vas a pasar a través de tu camino:

## LAS 4 ETAPAS DE CRECIMIENTO

### EN EL CAMINO HACIA UN MILLÓN

El Millonario Profesional Inmobiliario debe pasar a través de estas 4 etapas: Piensa en Un Millón, Gana Un Millón, Genera Un Millón y Recibe Un Millón. Desde mi experiencia, muchos profesionales inmobiliarios ni siquiera comienzan Pensando en Un Millón y los que sí Piensan en Un Millón, lo hacen cuando sus carreras están muy avanzadas. El problema de no ver este gran potencial desde el inicio de tu carrera es que te puede llevar a inevitable y devastador trabajo de reinventarte y de volver a empezar. Sin embargo, aún más importante que evitar las reinversiones masivas, es el hecho de que este tipo de pensamiento a largo plazo no te coloca en una posición favorable para tu éxito a largo plazo. Hay una gran ventaja en estudiar y entender las 4 etapas antes de comenzar. Si tú puedes Pensar en Un Millón ya has abierto el camino a Ganar Un Millón. Nuestra meta es que al examinar el proceso desde el inicio vas a tener un progreso más rápido y cometerás menos errores. Regresemos a la analogía de escalar el monte Everest. Pasaron más de 100 años desde que se confirmó que es el punto más alto sobre la Tierra y también de que un humano pisó su punto más alto. Y es muy interesante que un segundo grupo alcanzó esta cima solamente un año después.

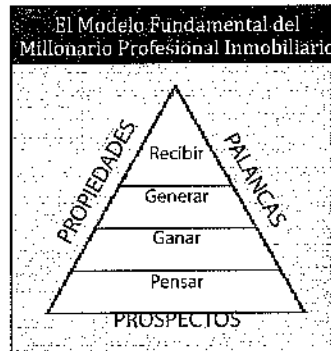


Figura 8

Hoy en día, cada una de estas metas alcanzan la cima cada año, una vez que el camino se identificó, se hizo más accesible para otros. Es nuestra intención que este libro tenga el mismo efecto en tu carrera inmobiliaria.

La verdad que descubrimos es que si tú no alcanzas las metas de un primer nivel, es muy probable que tu carrera en ventas no llegue al siguiente nivel. Tienes que Pensar en un Millón para poder Ganar un Millón. Ganar Un Millón es la plataforma que soporta las ideas de Generar Un Millón y la progresión exitosa de los tres niveles es un prerrequisito antes de alcanzar a Recibir Un Millón.

Comprométete con el Modelo Fundamental del Millonario Profesional Inmobiliario. Escríbelo en la parte trasera en tu tarjeta de presentación, tatúatelo en tu antebrazo si es necesario, haz un cuadro y colócalo encima de tu escritorio. Compártelo con tus compañeros de trabajo y con la gente que te apoya en tu vida. Simplemente no te olvides de él, no importando en qué parte de tu carrera inmobiliaria te encuentres, este modelo te mantendrá enfocado.

## CAMINANDO HACIA ADELANTE

Yo quiero que tú seas el mejor. Algunas personas sueñan con hacer su mejor esfuerzo y otras simplemente lo hacen. Tú puedes pensar en grande y apuntar alto y aún así, quizá nunca alcances el nivel de ventas que se describe en este libro. Eso está bien porque al pensar en grande y apuntar alto, seguramente llegaste a un punto más alto. De hecho, probablemente alcances tu mayor potencial y eso sería realmente magnífico. Una verdad inexorable es que la gente que se entusiasma hasta el límite, es amable consigo misma y con sus limitaciones y no se lamenta ni se siente culpable al final del día y de su vida, da todo lo que tiene. Ésta es la diferencia entre poder decir "qué bueno que lo hice" en lugar de decir "me hubiera gustado hacerlo". Y esta es una gran diferencia.

Muchos han mencionado que nuestra industria se mueve por la búsqueda de reconocimiento y la obtención de premios. Creemos que los premios y reconocimientos, aunque importantes, pueden restarle valor a la verdadera recompensa que es alcanzar nuestro máximo potencial. Al



final, ni es una carrera ni es una competencia, de hecho probablemente ni siquiera se trata de alcanzar una cima, la verdadera felicidad está en el viaje. Si los logros y experiencias definen tu vida, entonces se deduce que el aumento de tus experiencias maximiza tu vida.

#### PUNTOS PARA RECORDAR: Repaso

- Ha vivido gente antes que nosotros y el éxito deja huellas, así que sería bueno aprender de sus viajes antes de comenzar el nuestro.
- Los grandes modelos llevan a grandes éxitos. Con modelos probados, evita colocar la innovación creativa antes de una implementación efectiva. Conoce tus modelos antes de personalizarlos a tus necesidades.
- Todos llegamos a un límite en nuestros logros personales. Adoptar los modelos adecuados te van a posibilitar para romper dichos límites.
- Enfócate en las tres P's: Prospectos, Propiedades y Palancas.
- Recuerda que todos tenemos 2 trabajos: nuestra profesión y generar contactos.
- Las Propiedades proporcionan control de tu tiempo, tu mercado y tu futuro.
- Las Palancas son: Personas, Sistemas y Herramientas, y resuelven tres preguntas básicas...
  - ¿Quién lo hará? Las Personas
  - ¿Cómo lo harán? Con Sistemas
  - ¿Con qué lo harán? Con Herramientas
- Finalmente, el camino del Millonario Profesional Inmobiliario transita por cuatro etapas: Piensa en Un Millón, Gánate Un Millón, Genera Un Millón y Recibe Un Millón. Y se logran mejor en este orden.

## PARADIGMAS (MITOS O TELARAÑAS MENTALES)

*"Ya sea que pienses que puedes o que pienses que no puedes, tienes razón".*

Henry Ford

### SEIS PARADIGMAS QUE SE INTERPONEN ENTRE TUS GRANDES SUEÑOS Y TÚ

Durante el curso de mi vida, he llegado a creer en la sabiduría del Dr. Karl Menninger, que señalaba que en su experiencia —los miedos nos son enseñados y podemos, si así lo deseamos, desaparecerlos.—

Los modelos del Millonario Profesional Inmobiliario que revelamos en este libro, encarnan los principios básicos que creemos, son fundamentales para el éxito de una carrera inmobiliaria de alto nivel. Representan las actividades centrales que deben ser efectiva y exitosamente ejecutadas, antes de poder lograr un resultado de ventas de muy alto nivel. Pero antes de que abordemos estos conceptos, creo que deberías examinar algunas de tus creencias acerca del "éxito". ¿Qué tan reales o irreales son estas creencias y cómo éstas pueden afectar tus posibilidades de éxito? En el mejor de los casos, tus creencias pueden llevarte a tener gran confianza; y en el peor de los casos, estas creencias te pueden llevar a tener grandes dudas. Si he aprendido algo, es que si te permites tener dudas, éstas van a minar tu propia confianza, van a afectar tus acciones y finalmente van a impedir alcanzar tus grandes sueños.

La famosa historia de Mark Twain acerca de gatos y estufas calientes, es un gran ejemplo del poder de las creencias y los miedos. Twain escribió —Deberíamos ser cautelosos al tratar de sacar toda la sabiduría que hay en una experiencia, no como el gato que se sienta en una hornilla de

una estufa caliente, que nunca jamás se sentará en una hornilla de nuevo y eso está bien, pero tampoco se sentará en la hornilla de una estufa aunque esté fría.— He notado, que como el gato de Twain, tendemos a basar nuestras acciones en lo que creemos que es cierto. Desafortunadamente, lo que creemos que es cierto, muy bien podría ser un mito, un paradigma. Cuando las creencias están basadas en la verdad y no en un mito, nuestras acciones tienen un fundamento y muy probablemente van a lograr un resultado satisfactorio. Sin embargo, las creencias fundamentadas en mitos, tienden a llevarnos a miedos infundados y a una vida de limitaciones.

Los libros de historia que todos leímos en nuestra juventud, están llenos de ejemplos de mitos que nos llevan a miedos que nos inmovilizan e impiden avanzar, incluso que nos hacen retroceder. Galileo fue hecho prisionero por atreverse a probar que el Sol (y no la Tierra), era el centro de nuestro sistema solar. ¿Y por cuánto tiempo la creencia de que la Tierra era plana detuvo el descubrimiento del Nuevo Mundo? Galileo y Colón, son dos ejemplos obvios de cómo los mitos nos detienen y las verdades nos liberan.

Este capítulo es realmente acerca del miedo. Y la fuente de todos nuestros miedos es precisamente el mito. Me parece de gran ayuda pensar sobre los miedos, en función de lo que generalmente los crea: los mitos... y de que lo que nos libera de ellos son las verdades. Este capítulo es acerca de aprender a ver, más allá de tus miedos y de llegar a ver las verdades de una situación, investigando los mitos y evitando los malos entendidos que nos detienen. En nuestro trabajo con agentes inmobiliarios hemos identificado seis mitos comunes que regularmente interfieren con el camino al éxito. Así que para establecer el escenario para alcanzar el máximo potencial de tu carrera inmobiliaria, pensamos que deberías hacer una pausa, realizar una análisis respetuoso sin juzgarte, para que puedas enfrentarte a lo que son tus propios Paradigmas.

Los seis paradigmas entre el cumplimiento de tus sueños y tú	
1	<b>Mito:</b> No puedo hacerlo. <b>Verdad:</b> Hasta que no lo intentas, no puedes realmente saber lo que puedes o no hacer.
2	<b>Mito:</b> Eso no se puede hacer aquí. <b>Verdad:</b> Sí se puede hacer, pero necesitas un enfoque nuevo.
3	<b>Mito:</b> Eso tomaría mucho tiempo y esfuerzo, perdería mi libertad. <b>Verdad:</b> El tiempo y el esfuerzo no son los factores decisivos sobre el éxito.
4	<b>Mito:</b> Es muy riesgoso, voy a perder dinero. <b>Verdad:</b> El riesgo es directamente proporcional al buen manejo de tus costos crecientes vs. el incremento de beneficios producidos. La clave es la rendición de cuentas.
5	<b>Mito:</b> Mis clientes sólo trabajan conmigo, sólo yo les puedo dar un servicio de calidad. <b>Verdad:</b> Tus clientes no son leales a ti, son leales a los estándares profesionales que representas.
6	<b>Mito:</b> Tener una meta y no realizarla plenamente es algo negativo. <b>Verdad:</b> Tener una meta y no tratar de alcanzarla plenamente es algo negativo.

Figura 1

## LA PRIMERA IDEA LIMITANTE (PARADIGMA)

**Mito:** No lo puedo hacer.

**Verdad:** Hasta que no lo intentas, no puedes realmente saber, lo que puedes o no hacer.

¿Cuál es realmente tu máximo potencial? ¿Cuáles son tus limitaciones? ¿Te das cuenta que cuando te dices a ti mismo: "No lo puedo hacer", estás limitando tu propio potencial? Considera esto, ¿crees que es justo para ti, hacerte esto? Déjame compartir contigo un interesante diálogo que tuve en alguna ocasión con uno de mis estudiantes:

- Estudiante:** —O, ¡claro, ¿realmente crees que es realista venir a hablarnos a nosotros, acerca de alcanzar esos niveles de éxito? A mí no me parece muy realista.—
- Yo:** —Esa es una buena pregunta, ¿te importaría si te hago otra pregunta antes de contestártela?—
- Estudiante:** —Claro.—
- Yo:** —¿Cuál es tu máximo potencial?—
- Estudiante:** —Lo siento, no te comprendo.—
- Yo:** —¿Cuál es tu límite? ¿Qué tanto eres capaz de alcanzar? ¿Cuál es tu tope? En otras palabras, sabes tú cuál es tu máximo potencial?—
- Estudiante:** —Realmente no lo había considerado. Supongo que no tengo idea.—
- Yo:** —Esa es una respuesta muy honesta y te la agradezco. Esa es la cuestión, que nadie lo sabe. Y si tú no sabes cuál es tu máximo potencial, entonces, ¿cómo podrías juzgar objetivamente, qué es realista? Como ni siquiera sabemos lo que somos capaces de hacer, honestamente, nos vendría muy bien discutir qué es realista.—

A menos que conozcas plenamente tus capacidades y limitaciones, ¿por qué tendrías que mantener este "diálogo interno"? A menos que hubieses tenido una aparición mística del Creador, difícilmente sabrás realmente los límites de tu potencial. Así que la pregunta acerca de si puedes o no hacer algo, realmente no se debería tomar en cuenta.

Nuestra charla en el salón de clase de hecho continuó, pero con todos los estudiantes. Aquí está lo que se comentó:

- Yo:** —Supongamos por un segundo que realmente creyera en "la necesidad de ser realista sobre tu potencial", ¿me estás diciendo que estás dispuesto a mandarme a tus hijos, para enseñarles esa doctrina?—
- Estudiantes:** —No.—

**Yo:** —¿Realmente no? Si les pido que me manden a sus hijos de 13 y 15 años, para enseñarles esto: sus padres me contrataron para enseñarles que ustedes tienen limitaciones, ¡No van a ser todo lo que sueñan llegar a ser, tienen límites!; NO deben soñar en grande, porque ESO NO ES REALISTA. Ahora, si eso es lo que yo les fuera a enseñar a sus hijos, ¿realmente me dejarían darles esta lección?—

- Estudiantes:** —¡Por supuesto que No!—
- Yo:** —Entonces tomen su respuesta como consejo propio. Si es que no le enseñarían a sus hijos esta lección, ¿por qué habría de enseñárselas yo a ustedes? No necesitan ese tipo de diálogo interno tan improductivo en sus mentes. Así que ¿van a pensar en grande o en pequeño?, ¿van a pensar limitadamente o sin límites?

Interesante, ¿verdad? Es evidente que como padres amorosos lo último que queremos, es que nuestros hijos se centren en la percepción de sus limitaciones. Queremos motivarlos, nutrir su confianza en sí mismos y premiar su entusiasmo sin importar los resultados. Lo que menos queremos impregnar en nuestros hijos es miedo y la creencia de que deberían limitar el tamaño de sus sueños. Así que tomemos nuestro propio consejo. No tengamos esta conversación con nuestros hijos y evitemos ese tipo de diálogo interno derrotista con nosotros mismos. En mi opinión, ese tipo de monólogo no tiene ningún sentido y es completamente improductivo. Les diré una verdad aún más grande que los grandes ganadores han descubierto desde hace mucho tiempo: una vez que intentas algo que pensaste alguna vez que no era posible y efectivamente lo logras, se hace más y más fácil para ti ver lo "imposible" y lograrlo.

¿Recuerdas la milla en menos de cuatro minutos?

*"No tenía habilidades sociales, ni de ventas y tampoco experiencia en los negocios, pero estaba determinada a hacerlo".*

Valerie Fitzgerald  
Millonario Profesional Inmobiliario  
Los Ángeles, CA  
Ventas: \$60 millones de dólares.

La milla en cuatro minutos o menos, durante mucho tiempo se consideró imposible. Comentaristas y expertos deportivos consideraron por mucho tiempo, que esto era imposible para un ser humano. Uno de los más grandes corredores de su tiempo, el australiano John Landy, hizo numerosos intentos para romper esta marca y fracasó en cada uno. Sus esfuerzos sirvieron para reforzar la idea aceptada en aquel entonces por todos, y como resultado, por nueve años todos los esfuerzos para romper esta marca, fallaron. Entonces, Roger Bannister, un estudiante de medicina británico, decidió que él podría romper este récord y comenzó a entrenar. Tomó su meta y la partió en partes pequeñas. Un cuarto de milla en menos de un minuto. Cada día durante su hora de comida, Bannister trabajaba en correr diez cuartos de milla en menos de un minuto cada uno, con un descanso de dos minutos entre cada intento. Al lograr continuamente un cuarto en menos de un minuto cada uno, Bannister empezó a creer con mayor entusiasmo. El 6 de mayo de 1954, un Bannister triunfante, corrió la "milla milagrosa", en 3 minutos y 59.4 segundos.

La "milla milagrosa" de Bannister es usada por todos lados para ilustrar "el poder de la actitud positiva", de creer en posibilidades. Lo que frecuentemente no se considera en esta historia es el igualmente poderoso, pero en sentido negativo, poder de los mitos. John Landy, que públicamente intentó lograr esta meta por años, habría de romper el récord de Bannister después de menos de dos meses. Solo dos meses. Esto no parece ser una simple coincidencia. Lo que había detenido a Landy de lograr esta meta, era un mito, el mito de que nadie podría correr una milla en menos de cuatro minutos. Bannister rompió la marca y acabó con el mito, y al hacerlo, rompió la barrera psicológica que impedía a Landy

*"Realmente no tenía habilidades administrativas. Yo era una persona trabajadora y enfocada en agradar. Tenía dificultad para delegar, pero aprendí que sí podía. Sólo tenía que dejar que las cosas sucedieran, simplemente tenía que mostrarle a la gente qué hacer y por qué".*

Barbara Wilson  
Millonario Profesional Inmobiliario  
Medina, Ohio  
Ventas: \$57.3 millones de dólares.

tener éxito.

Sin importar cuáles sean tus circunstancias actuales, cuando te propongas lograr algo, siempre empieza con la creencia de que sí podrás lograrlo. Los agentes inmobiliarios que tienen un éxito elevado, entienden lo debilitante de pensar en "No Lo Puedo Hacer". Ellos comprenden que el primer paso para descubrir su potencial es Tratar, Intentarlo. No puedes saber lo que realmente eres capaz de hacer, hasta que lo intentas sin rendirte. De hecho, muchas personas han dicho que creen que el fracaso no es lo peor que les pueda pasar. Creen que realmente lo peor que les puede pasar es, No Intentarlo. Se ha observado que muchos de los fracasos en la vida son de personas que no se dieron cuenta qué tan cerca estaban de alcanzar el éxito cuando se rindieron.

Es curioso, una persona alguna vez me dijo que —El Máximo Potencial es una carrera sin meta—. Tuvo que analizarlo por algún tiempo antes de darme cuenta que era real. No podemos alcanzar nuestro "máximo potencial". No hay meta, ni bandera de cuadros. Así que tu enfoque debe ser el de una búsqueda continua. Maximizar tu potencial es sencillamente intentar una y otra vez y no rendirte, jamás.

## LA SEGUNDA CREENCIA LIMITANTE (PARADIGMA)

Mito: No se puede lograr en mi mercado.

Realidad: Sí se puede, pero es muy probable que necesites un nuevo enfoque.

El segundo paradigma que hemos encontrado está estrechamente relacionado con el primero. Parece que cuando la gente se da cuenta que algo es posible, tiende a caer presa de otra suposición desgastante, señalando —Eso podría ser posible en otro lugar, pero nunca funcionará en mi mercado— y luego viene la justificación —Para lograr eso en mi mercado necesito tener una CIERTA participación de mercado y eso nunca se ha hecho anteriormente—, o —Para lograr eso en mi mercado necesito tener CIERTO número de compradores y nadie lo ha hecho anteriormen-

te—, o bien —Para hacer eso en mi mercado, necesitaría la exclusividad de una CIERTA cantidad de propiedades por mes y nunca se ha hecho anteriormente—... y así continuadamente las justificaciones. Aquí está la verdad: si se ha hecho en otro mercado, puede hacerse en tu mercado. Lo que quiero que entiendas es que una vez que haya sido realizado, no importa en donde, sólo es cuestión de encontrar la forma de hacerlo factible en tu mundo.

*"Deberías buscar ideas, entrenamientos y consultoría fuera de tus áreas".*

Tim Wood  
Millonario Profesional Inmobiliario  
Big Bear Lake, CA  
Ventas: \$38 millones de dólares.

Lo que realmente estás diciendo al afirmar —No puede hacerse en mi mercado— es —No he encontrado la manera correcta para hacer que funcione en mi mercado—. Francamente, deberás comenzar a intentar formas que han sido exitosas en otros lugares. Parecido a la conclusión que hemos hecho con el primer paradigma, en tanto no intentes un enfoque que funcionó en otro mercado, nunca sabrás si puede o no ser realizado en el tuyo. Mientras que el análisis de tu mercado seguramente determinará cuáles son las variables a considerar, tu plan de ataque y su implementación, van a ser factores fundamentales.

Conozco a muchos profesionales inmobiliarios talentosos que alcanzarán mucho menos de lo que podrían alcanzar, ya que están condicionados y atrapados por un plan de sólo-dos o tres exclusivas por mes. Me disgusta. Son perfectamente capaces de un gran éxito, pero son víctimas de su propio plan. Si vas a la parte final de este libro, encontrarás ejemplos de la vida real de muchos "Millonarios Profesionales Inmobiliarios", quienes lo han logrado en mercados totalmente diferentes unos de otros. De cualquier forma, lo están haciendo. Si realmente estás dispuesto a realizar este plan para ser un Millonario Profesional Inmobiliario, te darás cuenta que tú también eres capaz de lograrlo.

Y aquí está una gran verdad que yo mismo he experimentado: El primero en resolver un paradigma se beneficia de una ventaja distintiva en su mercado. Si tú sí crees y tu competencia no, ¡hay un obstáculo menos entre tus metas y tú! ¡Y vaya obstáculo, es un gran obstáculo menos!

Mito: Tomaría demasiado tiempo y esfuerzo: perdería mi libertad.

Verdad: El tiempo y el esfuerzo no son los factores decisivos en el éxito.

Este es seguramente uno de los más grandes paradigmas de todos. Y parece ser del que la mayoría de la gente cae presa. Realmente se cree que entre más exitoso se vuelve uno, más tiempo y esfuerzo se requiere invertir, y por lo tanto, cada vez más en detrimento de la libertad. Se dicen cosas como —No estoy dispuesto a realizar el sacrificio que se requiere para tener ese tipo de éxito—. Mucha gente ha vivido antes que nosotros, creo que los más exitosos probaron que esto es total y absolutamente un mito. Entendieron que se puede trabajar 50 horas semanalmente y lograr solamente \$50,000 dólares al año o invertir 50 horas de trabajo a la semana y lograr \$1,000,000 de dólares al año. Aun así, otros entienden que pueden invertir 50 horas de trabajo y experimentar un ingreso sin límites. Trata de ver las cosas de esta manera, cualquier tipo de enfoque que se dé, corresponderá a un cierto límite, en función de la cantidad de ventas que pueda ser alcanzada por un agente, en una semana cualquiera. Algunas personas creen que esto significa que ¡han alcanzado el límite de su éxito! Entonces, tratan de resolver este problema, simplemente trabajando más, y esto es lo que compromete su libertad. La clave del éxito en este punto, no es invertir más tiempo o esfuerzo a la ecuación, sino en pensar en Tiempo y Esfuerzo de una manera diferente. Trata de ver al Tiempo y al Esfuerzo, como temas de Efectividad y Eficiencia. Haz lo mejor que puedas durante el tiempo que le dediques a tu negocio, y cuando esto llegue al límite al que puedas llegar, entonces tienes la posibilidad del apalancamiento, la Palanca. Cuando el tiempo y el esfuerzo te lleven tan lejos como sea posible, será tiempo de apalancamiento para poder llegar al siguiente nivel.



## PATROCINADO POR EL CANAL : <https://t.me/cardinglatinotg>

Cuando analices minuciosamente lo anterior, descubrirás una serie de mitos del tiempo y del esfuerzo. Aquí hay solamente algunos de ellos.

**Mito:** Actividad significa productividad.

**Verdad:** Puedes ser activo sin ser productivo.

**Mito:** Eficiencia significa efectividad.

**Verdad:** Puedes hacer algo muy eficientemente y ser inefectivo.

**Mito:** Más disciplina significa menos libertad.

**Verdad:** Disciplina se traduce en efectividad, que te lleva a tus logros y eso te da más libertad, no menos.

**Mito:** "Justicia para todos". Igual tiempo invertido debería significar igual recompensa.

**Verdad:** La recompensa siempre llega al que hace mejor el trabajo.

**Mito:** Nos desempeñamos mejor bajo presión.

**Verdad:** Nos desempeñamos mejor cuando nos enfocamos y la presión no te ayuda a mejorar tu enfoque.

**Mito:** Tengo tiempo.

**Verdad:** No tienes ni idea cuánto tiempo tienes, así que ¡sácale jugo a cada minuto!

Casi a todos los Millonarios Profesionales Inmobiliarios que entrevistamos para este libro sabían cómo enfocarse en sus objetivos y cómo ser extremadamente efectivos y eficientes con su tiempo. Entonces, al mantenerse enfocados en lo importante y al aplicar palancas, recuperan los frutos de su tiempo y su libertad. Hablamos con agentes que trabajaban sólo tres días a la semana y aún podían llevar un negocio muy exitoso; otros que cerraban varios tratos mientras andaban de vacaciones. Estos agentes son la prueba viviente de, que entre más exitoso te conviertas, te volverás más libre (no menos).

## PATROCINADO POR EL CANAL : <https://t.me/cardinglatinotg>

### EL CUARTO PARADIGMA

**Mito:** Es demasiado riesgoso. Perderé dinero.

**Realidad:** El riesgo es directamente proporcional al buen manejo de tus costos crecientes vs. el incremento de beneficios producidos. La clave es la rendición de cuentas.

Cualquiera que haya estado en una sesión de consejo, sabe que hay dos tipos de personas, están unos que dicen siempre —es que esto cuesta demasiado— y están otros que siempre dicen —eso es algo que simplemente es demasiado costoso no hacerlo—. Muchas personas son de una u otra forma, primordialmente por hábito o por naturaleza propia. Normalmente puedes hacer un análisis de números y realizar una decisión objetiva y libre de apasionamiento, sin embargo hay ocasiones en que no puedes realizarlo porque sencillamente no puedes estimar los riesgos involucrados. Los "Millonarios Profesionales Inmobiliarios" saben qué hacer cuando el resultado final es incierto, tienen claro que realizar una rendición de cuentas en lo referente a los costos incrementales y permaneciendo al tanto después de hacer el cheque o la inversión, junto con seguir evaluando el beneficio que dio ese cheque antes de hacer otro, puede minimizar los riesgos.

Es como el juego de niños "El Semáforo", sin embargo, en vez de juego, es real que debes tener un semáforo para tus gastos. Te muestro cómo funciona: Cuando tienes luz verde, incrementas los gastos para lograr un objetivo determinado. Una vez que aumentas tus gastos, ¡debes realizar una rendición de cuentas de ese incremento en tus gastos para generar un crecimiento en tus ingresos! Estás en rojo y seguirás en el semáforo sin aumentar tus gastos hasta que veas el incremento en tus ingresos. Una vez que tengas un crecimiento en tus ingresos generado por esos gastos, el semáforo se pone en verde de nuevo y puedes aumentar tus gastos de nuevo.

Esto no es nada complicado sin embargo mucha gente seña como si se tratara de un mundo siempre en luz verde, pasándose constantemente todos los rojos y sin ponerle nunca "freno a los gastos". Este tema es específicamente acerca de que seas minuciosos con tus resultados y que entiendas exactamente de dónde vienen esos resultados. ¡No pagues ni un centavo por nada, hasta que estés seguro que tu primer gasto esté generando grandes resultados! El semáforo, es una forma en que tú puedes reducir tus riesgos de incrementar demasiado tus gastos.

Al inicio de mi carrera, estuve muy preocupado acerca del gran riesgo financiero que representaba una nueva contratación. Esto sucedió cuando uno de mis negocios necesitaba un nuevo gerente. Había entrevistado a una excelente candidata y sabía que ella ganaba más del doble de lo que yo típicamente pagaba por un puesto similar. Mi error inicial, fue en estimar mi riesgo en términos de su salario anual, que para este ejemplo diremos que era de \$60,000 dólares. En este negocio, hubiese sido demasiado dinero para una contratación en ese puesto. Estaba bastante preocupado por el aparente riesgo que esto representaba. Entonces descubrí que mi verdadero riesgo era realmente la diferencia de lo que yo normalmente pagaba, que eran \$30,000 y el salario de esta ejecutiva. Así que básicamente, mi riesgo era de \$30,000 solamente. Esta resultó una perspectiva muy sana y realista, sin embargo, \$30,000 todavía se sentían como un riesgo demasiado alto para mí. Entonces, me vino la idea que si esta persona no se desempeñaba como yo esperaba, entonces no le iba a pagar por un año completo. La verdad es que mi riesgo total era de \$2,500 dólares por cada mes que esta persona estuviera con nosotros.

Me di cuenta que si le ponía mucha atención al desempeño de esta gerente, fácilmente me daría cuenta si ella era la persona correcta para este trabajo. Sabía que tendría que requerir una rendición de cuentas para que su trabajo trajera suficientes resultados para justificar esa inversión. Decidí que si después de 3 meses los resultados no fuesen los esperados, tendría que estar preparado para darle las gracias y buscar otro candidato. Así que mi riesgo total sería de sólo \$7,500. Cuando vi las cosas de esta manera, decidí que sí podía tomar el riesgo por esos \$7,500 dólares. Lo que sucedió al final de esos tres meses, fue que los ingresos subieron mucho más que esos \$7,500, ya que al final del año, incluyendo el aumen-

to en gastos de \$30,000 nuestros ingresos totales habían subido mucho más que el año anterior.

Cada peso gastado que aumente tus utilidades, es un peso bien gastado. Para una persona ese peso representa costo, para otro representa inversión. Ellos juegan al semáforo, aumentando los costos incrementalmente y realizando una rendición de cuentas y sólo continúan cuando tienen luz verde de nuevo. Superar el paradigma de "es demasiado riesgoso" es un tema que involucra evaluación, compromiso y paciencia.

*"Cuando contraté un asistente, mi negocio despegó. Mi consejo es que no trates de hacer todo tú solo. Ve y consigue gente".*

Jill Rudler

Millonario Profesional Inmobiliario

Westerville, OH

Ventas: \$58 millones de dólares.

## EL QUINTO PARADIGMA

**Mito:** Mis clientes sólo trabajarán conmigo. Sólo yo les puedo dar un servicio de calidad.

**Verdad:** No es que tus clientes te sean leales, es más bien que tus clientes son leales al nivel de servicio y a los estándares que representas.

Para ser honesto, probablemente esta es una de las ideas más comunes por las cuales muchos Profesionales Inmobiliarios no alcanzan a cumplir con su más alto potencial. Para llegar a ser un Millonario Profesional Inmobiliario tendrás que contratar ayudantes. Algunos Profesionales Inmobiliarios Millonarios tienen equipos muy pequeños.

Otros tienen 5 o más personas ayudándoles a producir un volumen espectacular de ventas. Eventualmente, para alcanzar tu máximo po-



tencial, tendrás que aprender a delegar responsabilidades y autoridad a otras personas.

Escúchame bien. Si no obtienes ninguna otra idea de este libro, quédate con esta importante idea: cualquiera que sea el servicio que proporciones, no importa lo complejo que sea, puede repetirse a través de la gente adecuada, implementando sistemas para alcanzar los estándares con los que tú trabajas.

¿Qué es esto de los estándares? Tu servicio, que es único, es un subproducto de tus estándares. Ya sea que te des cuenta o no, tienes tus creencias acerca de qué tan pronto debes responder a un cliente que haga una propuesta. Tienes creencias de cómo se debe tomar una exclusiva o cómo se debería negociar un contrato específico. Los profesionales inmobiliarios exitosos se obligan a cumplir con ciertos estándares personales en estas áreas, aunque de alguna forma no puedan decir cuáles son éstos. Sin embargo, les queda clarísimo cuando el servicio no ha llegado a cumplir con esos estándares.

El enfoque correcto al delegar tareas, es determinar la experiencia que tus clientes esperen recibir, especificando los servicios que deberías realizar. Entonces tu equipo podrá repetir el mismo nivel de servicio. Cualquier tarea puede ser definida. Y si puede ser definida y tiene estándares unidos a ella, entonces también puede ser delegada. Los sistemas son simples mapas e instrucciones que permiten que estos estándares sean repetidos fácilmente.

Si los sistemas y estándares no pudieran asegurar la repetición de un nivel particular de servicio, entonces todas las empresas serían de solamente una persona. Cuando piensas acerca de estándares de calidad en un mercado, ¿en qué empresas piensas? Nordstrom, El Palacio de Hierro,

Hoteles Posadas y todas las grandes compañías que tienen muy en alto la calidad de la experiencia que debe tener un cliente. Estas compañías apuestan su reputación a sus estándares y enseñan a sus empleados cómo replicarlas.

Para trabajar en Disney, los empleados tienen que ir a la Universidad

Disney. Tienen que aprender acerca del servicio y de los sistemas. Los empleados aprenden todos los datos esenciales, memorizan los mapas de los parques y aprenden cómo mantenerse con gran energía y con la actitud correcta. La filosofía Disney es: "La atención al cliente determina el resultado final de la empresa" (*Los empleados que actúan en primera línea son el alma de la empresa*). La gente que trabaja en Disney tiene muy claro que regularmente los visitantes tienen que ahorrar por dos años y medio para poder ir a pasar sus vacaciones a Disney, lo que eleva sus expectativas. El comprador típico de una casa, tiene que ahorrar por muchísimo más tiempo para poder hacer esta inversión. ¿Cuáles serán sus expectativas? ¿Cómo puedes asegurarte de que tu equipo esté a la altura de esas expectativas, de la misma manera en que tú lo estás? La respuesta es: con sistemas y estándares. Realmente es muy interesante cuando sistematizas tus servicios a cierto nivel de estándares, de tal forma que otros puedan lograr esos mismos estándares para que tus clientes reciban mejores servicios. ¿Y no es ese, el objetivo final?

## SEXTO PARADIGMA:

**Mito:** Tener una meta y no alcanzarla completamente es algo negativo.

**Verdad:** Tener una meta y no tratar de alcanzarla, eso sí es negativo.

El miedo al fracaso es tan común que incluso tiene un nombre científico: *Kakorafobia*. El problema para muchos de nosotros es que superar nuestro miedo al fracaso, especialmente al fracaso público, es algo muy difícil de lograr.

Cuando era niño, mis padres tenían un cartel enmarcado sobre mi cama que se llamaba: *Perfil de un Ganador*. Abajo de este título, estaba esta lista:

- 1832. Falló en los negocios y entró en bancarrota.
- 1832. Perdió la elección a una diputación.

*"Vendemos el concepto de 'equipo'.  
Decimos: Conoce a los especialistas  
de Chris Cormack".*

Chris Cormack  
Millonario Profesional Inmobiliario  
Ashburn, Virginia  
Ventas: \$70 millones de dólares.

- ❑ 1834. Falla de nuevo en los negocios, entra en bancarrota.
- ❑ 1835. Falleció su prometida.
- ❑ 1836. Cae en depresión.
- ❑ 1838. Pierde otra elección a cargo público.
- ❑ 1843. Pierde la elección al Congreso de Estados Unidos.
- ❑ 1848. Pierde la elección al Congreso de Estados Unidos.
- ❑ 1855. Pierde la elección al Senado Americano.
- ❑ 1856. Pierde la elección a la Vicepresidencia.
- ❑ 1858. Pierde la elección al Senado.

Y el último punto.

- ❑ 1860. Gana la elección a Presidente de Estados Unidos.

Hablamos obviamente de Abraham Lincoln. Benditos sean mis padres por haber colgado ese cuadro en mi recámara. Qué grandioso mensaje: No fallas realmente sino hasta que te rindes. Si Lincoln se hubiese rendido en 1858, él hubiera sido olvidado por la historia de Estados Unidos, en lugar de ser honrado como el estadista en que se convirtió. Él siguió tratando, nunca se rindió. Y el resto, como dicen, es historia.

Si hay algo que la historia no menciona, es que la derrota casi siempre precede a la victoria. Hay tantos ejemplos similares. Probablemente el más famoso es Tomas Alba Edison, que dijo haber fallado mil veces antes de inventar exitosamente el foco eléctrico. ¿Qué hubiese pasado si se hubiera detenido en el intento 999? Teodoro Gisel (Dr. Seuss) fue rechazado por las empresas editoriales 27 veces antes de encontrar quien publicara su obra. Mark Victor Hansen, autor de *Sopa de Pollo para el Alma*, fue rechazado por más de 30 editoriales antes de lograr la venta

de 70 millones de copias de su libro. Henry Ford falló y entró en bancarrota 5 veces. Tom Landry, Chuck Noll, Bill Walsh y Jimmy Johnson comparten el récord de las peores primeras temporadas en la NFL, en las que ganaron solamente un juego. También comparten

*“Las personas deberían dejar de concentrarse en lo que pudieron haber hecho y empezar a concentrarse en qué pueden cambiar en este instante”.*

Russell Shaw  
Millonario Profesional Inmobiliario  
Phoenix, AZ  
Ventas: \$50.6 millones de dólares.

de 19 Superlatinos, logrados entre los años 1974 y 1993.

Uno de los secretos del éxito es cambiar la forma en que ves el fracaso. Como puedes ver, todos experimentamos fracasos antes de que llegue el gran éxito. Algunos permiten que sus fracasos los detengan. Algunos siguen tratando. Gente como Edison, Ford y Lincoln escogieron ver el fracaso como una experiencia de aprendizaje y no como algo permanente. Probablemente sonará falso, pero el fracaso es progreso. Al menos, al tratar de lograr una meta y fallar, has aprendido que debes eliminar ese enfoque en la próxima vez que lo intentes. Usa tus fracasos como peldaños para alcanzar tus metas. La próxima vez que intentes algo, ten presente que la historia ha probado que probablemente tendrás que fallar algunas veces antes de que lo hagas bien, recuerda a Lincoln. Demasiadas personas transcurren su vida bajo la idea equivocada de que el éxito es cuestión de evitar el fracaso. El problema con este enfoque es que mientras estás evitando el fracaso, también estás evadiendo los retos. El éxito no es sobre evitar el fracaso. El fracaso es realmente sobre evadir el fracaso. El éxito es acerca de tratar. El famoso científico Luis Pasteur alguna vez compartió esto —Déjame decirte el secreto que me ha permitido alcanzar mi meta. Mi fuerza descansa únicamente sobre mi tenacidad—.

## AFIRMACIÓN

Hace algún tiempo me sugirieron decir —Si algo se va a dar, que sea para mí—. Cuando escuché la frase pensé que era una excelente afirmación. Sin embargo, a través del tiempo, pulí un poco la frase y la configuré más hacia la fe en mi mismo que en la acción. Por algún tiempo me dije —Si se va a dar ¿por qué no para mí?— pero mientras me lo decía sentía que todavía había duda en la frase. Ahora simplemente mi afirmación es —Si algo se va a dar, lo hará yo—. Te sugiero que adoptes esta frase como afirmación personal. La fe te lleva al *momentum*. Es muy posible que el colaborador más importante para tu éxito personal sea tu habilidad de mantenerte en movimiento, de progresar y aprender mientras caminas. Así que da un salto y entra en la carrera inmobiliaria con confianza. Y recuerda, ¡no puedes llegar a ningún lado si no te empiezas a mover!

PUNTOS PARA RECORDAR: Paradigmas

- Necesitas examinar tus creencias, buscar tus verdades y abandonar tus mitos.
- Hay personas exitosas en niveles altos, tú también puedes hacerlo.
- Simplemente porque alguien no lo haya hecho antes en tu mercado, no significa que sea imposible de alcanzar. Haz un gran plan adecuado para tu mercado y lánzate sobre él.
- Estás limitado tanto en la energía y tiempo de los que dispones. Un gran sueño no requiere necesariamente más de tu tiempo o tu energía, simplemente debes enfocarte y aplicarte de forma diferente.
- Crecer en tu negocio no es intrínsecamente más riesgoso que quedarte como estás. El riesgo de la inacción es regularmente más alto que el de la acción. Debes entender tus costos, realizar un proceso de rendición de cuentas y seguir avanzando.
- Si puedes definir estándares de calidad y enseñárselos a tu equipo, podrás delegar el trabajo y ganar el apalancamiento que necesitas para crecer. Recuerda, los clientes son leales a tus estándares de servicio, no a ti.
- El miedo no es algo a lo que debamos temer. Los mejores profesionales inmobiliarios han usado el fracaso como peldaños para alcanzar el éxito. El verdadero fracaso es rendirse o simplemente no intentarlo.

Parte Dos:

## LAS CUATRO ETAPAS



## PIENSA EN UN MILLÓN: Etapa 1

*"Algunos hombres ven las cosas como son y se preguntan  
—¿Por qué son así?— Yo sueño en cosas como no han sido  
nunca y me pregunto —¿Por qué no?—"*

George Bernard Shaw



Figura 1

CONSTRUYENDO UNA AUTOPISTA  
DE 24 CARRILES PARA TU FUTURO

La forma en que piensas, importa. Como pienses en el inicio *realmente* importa. Habiendo aprendido esto al inicio de mi carrera, cuando enfrentaba un futuro incierto al término de los ochentas finalizando la crisis inmobiliaria en Estados Unidos, me prometí que pensar sería el primer paso que daría. Y he tenido una recompensa inmensa. Un pequeño ejemplo de cómo ese pensamiento desde el principio cambió mis acciones, fue la forma en como empezamos a contestar el teléfono en la oficina. Tenía el sueño de abrir un gran negocio inmobiliario, pero solamente tenía dos pequeñas oficinas inmobiliarias locales y no tenía planes inmediatos de otra, pero pensé desde el principio en contestar con el saludo —Oficina nacional—. Sé que esto puede haber sonado exagerado y presuntuoso, pero fue sorprendente cómo este simple acto creó un *gran momentum*, entusiasmo y credibilidad sobre mis metas de largo plazo. No hay duda que esto contribuyó a nuestro éxito.

Al mismo tiempo, en nuestro pensamiento inicial, visualizamos futuras necesidades de algunas infraestructuras básicas de operación

que pudieran manejar no cientos, sino decenas de miles de agentes, y las creamos. De hecho, muchos de esos sistemas pensados entonces están actualmente operando en nuestra empresa. Debido a que pudi-

mos imaginar un gran futuro para nuestra compañía y tomamos las medidas adecuadas al inicio, nuestra visión fue algo así como una carretera de 24 carriles que nos permitiría crecer a un ritmo muy acelerado, sin gran necesidad de reestructurar o de reinventar grandes cosas. Pensar primero puede tener este tipo de efectos en tu vida y negocio. De hecho así de poderoso es.

*"Aprendí a utilizar la visualización creativa. Vi mi éxito. Imaginé mi vida para obtener mucho más: mientras más imágenes de esas hice, más visualicé una nueva vida para mí."*

Elaine Northrop  
Millonario Profesional Inmobiliario  
Ellicott City, MD  
Ventas: 71 millones de dólares.

## TRABAJA PARA APRENDER ANTES DE QUE TRABAJES PARA GANAR

Regresemos por un segundo a nuestro ejemplo de escalar una montaña. Si llegar a ser un *Profesional Inmobiliario Millonario* fuera como escalar el Monte Everest, entonces consideremos la primera etapa. "Piensa en un Millón" como el Campamento Base. No puedo enfatizar suficientemente que la calidad de tu preparación física determinará la altura a la que pudieras llegar, además de que lo bien que te hayas preparado te podría salvar de algunas consecuencias no deseadas ni previstas que pudieran ocasionarte retrasos. Muchos agentes inmobiliarios exitosos señalan no haber comenzado a pensar estratégicamente sino hasta muy avanzada su carrera. Los errores que cometieron tuvieron consecuencias, a algunos los frenaron por un tiempo. Una agente a la que le di consultoría puede dar testimonio de las consecuencias y peligros de iniciar tu escalada sin

hacer primero una pausa para pensar en grande. Al inicio de su carrera, ella creó un plan de compensación para su asistente, en el que los bonos crecían dramáticamente mientras la producción crecía. Eventualmente la agente se enfrentó a un callejón sin salida en el que su nivel de ventas continuaba creciendo de la misma forma que lo hacía su costo de ventas, en cambio sus utilidades netas se habían mantenido injustamente en el mismo nivel. Al final admitió que nunca habría imaginado que llegaría a un lugar donde su aproximación a un concepto de compensación a escala se convertiría en un pasivo que frenaría su negocio. Como resultado, se enfrentaba a la incómoda y desagradable situación de incumplir su ofrecimiento, reduciendo la compensación con la posibilidad de perder un valioso miembro del equipo. No hay duda, para ponernos en la mejor posición de crecimiento, debemos ¡Pensar en un Millón desde el principio!

En este capítulo haremos de examinar:

- Las nueve formas en que los Millonarios Profesionales Inmobiliarios piensan.
- Las tres P's del Millonario Profesional Inmobiliario.
- Las 8 categorías de metas del Millonario Profesional Inmobiliario.

Pensar en un Millón es un intento para ayudarte a captar no sólo la actitud del Millonario Profesional Inmobiliario, sino también el enfoque mental. Los mejores profesionales inmobiliarios experimentados han aprendido a diferenciar lo que es realmente importante de lo que puede ser delegado y de lo que simple y sencillamente puede ser ignorado. Uno de los más grandes retos que tenemos (y continuamente sigo enfrentando esto), es superar la urgente necesidad que tenemos de brincarnos la fase de "Trabaja para aprender" e irnos directo a la fase de "Trabaja para ganar". Pero debemos resistir.

Alguna vez te has preguntado cuántos años tiene que estudiar o practicar un estudiante de medicina, incluyendo la residencia, antes de que se le permita ejercer su práctica independientemente. Además de pasar por cinco años de universidad y otros más en la especialidad, los doctores normalmente deben ser residentes por algunos años. Es impresionante comprender que el proceso típico de educación médica dure unos once años. Los estudiantes de medicina invierten mucho dinero y esfuerzo antes de que puedan trabajar para ganar. Los agentes inmobiliarios, por otro

Hace algunos años un amigo muy querido estaba compartiendo conmigo sus metas para el año nuevo. Realmente yo no hago propósitos de año nuevo como la mayoría de la gente. Claro que me gustaría hacer más ventas y ganar más dinero, pero eso es sólo un pequeño aspecto de mis metas generales para el año. Tal como discutiremos más tarde en este capítulo, hace mucho tiempo descubrí la magia de las Categorías de Metas de Negocio. Cada año simplemente escojo la siguiente meta de negocio en cada categoría, en lugar de reinventar el sistema en su totalidad. Para mí las metas de negocio son partes de una estrategia personal más grande diseñada para llevarme a mis límites y hacerme crecer. Desafortunadamente para mi amigo, mis metas le parecían más bien, pura ambición y codicia personal más que desarrollo personal. Ese malentendido fue la causa de la conversación que me gustaría narrarte ahora. Fue muy reveladora, honesta y creo que puede derramar alguna luz sobre la diferencia entre vivir con Un Gran Por Qué y sin él:

**AMIGO:** —Cuando veo tus metas de negocio, me pregunto, ¿por qué quieres *todo* ese dinero?—

**YO:** —¿A qué te refieres al decir que quiero todo ese dinero? La verdad no lo quiero.—

**AMIGO:** —Entonces ¿por qué pones todas esas metas para ganártelo? La verdad, sí parece que lo quieres.—

**YO:** —Amigo, no me lo tomes a mal, pero yo no trabajo por dinero. Tú sí.—

**AMIGO:** —Eso no es verdad.—

**YO:** —Sí lo es, cuando tienes suficiente, dejas de trabajar.—

**Amigo:** —A qué te refieres.—

**YO:** —Me refiero a que el entusiasmo que le pones a tu trabajo está relacionado con la cantidad de dinero que te están pagando. Me parece que sabes exactamente cuánto dinero necesitas y que cuando lo tienes, dejas de trabajar. Trabajas por dinero.—

**AMIGO:** —Mmmm. Me imagino que nunca lo vi así.—

**YO:** —Intenta verlo así por un momento y ve un poco más allá. Ahora dices que tienes todo lo que necesitas, pero me

parece que sientes que quizá podrías haber logrado más a esta altura de tu carrera ¿Cierto?—

**AMIGO:** —Gary sabes que odio cuando juegas a “ser duro conmigo”.—

**YO:** —Ok.—

**AMIGO:** —Pero tienes razón.—

**YO:** —¿Y por qué crees que es así? ¿Tal vez tu atención en el dinero es en realidad la alegría de tenerlo?—

**AMIGO:** —No, pero necesito cierta cantidad de dinero.—

**YO:** —Todos necesitamos cierta cantidad de dinero. Trata de verlo de esta forma, también necesito cierta cantidad de dinero, pero la diferencia es que nunca he trabajado por dinero. Nunca. Ni siquiera he pensado en hacerlo. Cuando me levanto en la mañana, mi Gran Por Qué es hacer lo mejor que puedo para ser lo mejor que pueda y para crecer lo más que pueda. Cualquier dinero que haya ganado es simplemente un subproducto de mi búsqueda continua de crecimiento personal. Por eso es que me pongo metas grandes y trabajo tan duro en ellas.

Así que debes tener cuidado cuando tratas de encontrar tu Gran Por Qué. Espero que lo que te motive no sea sólo el dinero o un retiro confortable. La verdad es que puedes lograr esas cosas más rápido y fácilmente de lo que te imaginas. Entonces, si no tienes cuidado, te va a sobrar mucha vida y te va a faltar una buena razón para vivirla. Espero que te comprometas con lo que realmente te motiva. Quizá lo que ames sea cerrar tratos, como algunos de los mejores agentes inmobiliarios que conozco, quienes aman la oportunidad de enfrentar un trato complejo que les de la oportunidad de brillar en grande. Aman la oportunidad de enfrentar objeciones para descubrir una solución con la que las dos partes puedan ser felices. Este es un tipo de Gran Por Qué que no se borra fácilmente con el tiempo. También he conocido agentes inmobiliarios a los que les gusta darles a sus clientes un servicio excepcional y de hecho adoran entregarles las llaves de sus casas de ensueño. Este tipo de Gran Por Qué les ha



todos los "Millonarios Profesionales Inmobiliarios" tienen estos dos tipos de categoría de pensamiento fundamental en común. Las últimas siete: Piensa: en Posibilidades, en Acción, Sin Miedo, en Progreso, Competitiva y Estratégicamente, en Estándares y En Servicio, no son menos importantes, pero interesantemente tienden a dar soporte a las primeras dos que son fundamentales.

A través de los años, siempre que daba consultoría a agentes, invariably analicé sus formas de pensamiento. Cuando me hablaban de su nivel de ventas actual no mencionaba si éste era alto o bajo, sino que simplemente les preguntaba cómo se sentían al respecto. Les preguntaba por qué habían escogido una carrera inmobiliaria y qué era lo que les hacía continuar. En treinta minutos prácticamente podía identificar cuál de las nueve formas de pensamiento les faltaba. Ahora, que te quede claro, aunque algunas de las nueve formas de pensamiento son más vitales que otras, todas son esenciales para crear un alto nivel de éxito capaz de sobrellevar la peor de las tormentas. La primera y probablemente más poderosa forma de pensamiento es: Pensar alimentado por un Gran Por Qué.

## 1. PIENSA ALIMENTADO POR UN GRAN POR QUÉ

Por encima de todo, hemos descubierto lo que todos los grandes agentes inmobiliarios tienen en común. El Gran Por Qué es cuestión de tener un propósito, una misión o una necesidad que te permita mantener enfocado.

*"Si tienes el Por qué adecuado y borras todos los peros, siempre encontrarás el cómo."*

Tim Wood

Millonario Profesional Inmobiliario

Big Bear Lake, CA

Ventas: \$38 millones de dólares.

Un buen ejemplo de cómo un Gran Por Qué trabaja en nuestras vidas es el milagro que sucede un día antes de que salgamos de vacaciones. Alguna vez has visto a alguien trabajando un día antes de salir de vacaciones. Es verdaderamente

asombroso en importancia la forma en que trabajaron el día anterior, hoy se vuelve un verdadero modelo para el mundo sobre cómo se pueden sacar los pendientes rápidamente. ¿Por qué? Porque si hacen toda su tarea, se pueden ir a jugar. ¡Ese es un Gran Por Qué! Así que el día que nos vamos de vacaciones ¡estamos en una misión de administración de tiempo! No nos sentamos ociosamente y navegamos en el Facebook cotorreando con nuestros amigos, sino que seleccionamos meticulosamente nuestras llamadas, ignoramos los correos innecesarios y tiramos los correos chatarra. Quizá tomemos un sandwich sobre nuestro escritorio y al final del día, habremos logrado mucho más de lo que pensábamos que podíamos conseguir en un solo día. Y nos queda tiempo de hacer la maleta, llevar el perro con el vecino y cancelar la entrega del periódico. Es increíble. ¿Cómo sucede esto? Pues porque un Gran Por Qué te trae Gran Enfoque y Gran Energía. Y un pequeño por qué, te trae poca energía y poco enfoque. LOS GRANDES INMOBILIARIOS SIEMPRE TIENEN UN Gran Por Qué.

Ahora imagina si pudieras vivir cada día con tal enfoque. ¿Qué tan lejos podrías llegar? ¿Es la motivación con la que vives diariamente el tipo de motivación que te puede llevar al más alto nivel? Ok, hagamos una pausa. Los siguientes 5 minutos, quisiera que pensaras en lo que realmente te motiva. Escribe tus pensamientos. Haz una pausa y prepara tu lista hasta que termines.

*"Al principio mi motivación era el dinero. Ahora Dios y mi Familia están al inicio. Me gusta mi vida".*

Jack Gross

Millonario Profesional Inmobiliario

Bethlehem, PA

Ventas: \$132.1 millones de dólares.

Regresaste, esperemos que tengas una buena idea acerca de lo que es tu Gran Por Qué. Es muy probable que hayas escrito varios temas que te motivan diariamente. Muchas personas son motivadas por una cantidad de Pequeños Por Qués, muchos pequeños por qués suman un Gran Por Qué. Al final de esta sección te pediré que organices tu lista y pongas el más importante en la parte más alta de la lista, pero antes de que inicies, consideremos algunos de los peligros de trabajar para Por Qués equivocados.



lado... bueno, típicamente, pagan por un Diplomado en Bienes Raíces de la AMPI con su tarjeta de crédito y esperan comenzar a ganar dinero de inmediato. Es sorprendente cuántos profesionales inmobiliarios he conocido que hayan detenido y cancelado sus carreras. Muchos consideran los bienes raíces como una segunda carrera o como una forma de ganar dinero los fines de semana. No hay absolutamente nada contra esto; muchos enfrentan la necesidad de ganar dinero desde el inicio. Puesto que empiezan su carrera teniendo deudas hipotecarias, gastos de colegiaturas o con cierto nivel de vida que deben mantener, se obligan a tener que Trabajar para Ganar, brincándose el paso de Trabajar para Aprender. Como resultado, no tienen la oportunidad de hacer una pausa al inicio y trabajar en pensar y actuar. ¿Cuántos agentes inmobiliarios conoces que realmente hayan estudiado el negocio inmobiliario antes de empezar? En realidad sería mucho mejor para ellos si dijeran —necesito esperar un poco y trabajar para aprender. Antes de ir demasiado rápido, necesito dar un paso atrás y entender un poco el negocio—. Napoleon Hill expuso esto magistralmente en el título de su famoso libro “*Think and Grow Rich*”.

Típicamente, los inmobiliarios agresivos dirán, esto es una pérdida de tiempo que podríamos invertir en excluir o vender propiedades, pero el hecho es que: “¡Preparen, apunten, fuego!” siempre gana a largo plazo contra “¡Preparen, Fuego, Apunten!”. Y si estás realmente construyendo una carrera, debes hacer esto para el largo plazo.

Piensa en un Millón está diseñado como un curso intensivo en Trabajar para Aprender. Esperamos que actualmente ya estés pensando en grande como un Profesional Inmobiliario y que sólo necesitas confirmar que estás en la dirección correcta. Y probablemente para rellenar algunos espacios en blanco. Sin embargo, muchos nunca nos hemos tomado el tiempo de examinar qué los hace exitosos o no. Contentos con su nivel actual o simplemente sin la menor idea de su potencial verdadero, estos agentes llevan su carrera usando una combinación de Carisma Personal, Ética de Trabajo y Determinación. Son admirables en su profesión. Nuestra esperanza es que en las próximas páginas descubras que además de estas características, tú puedas mantener un cierto enfoque mental y tú puedas concentrar en algunos puntos básicos, el camino a un lugar mucho más alto se abrirá para ti. He llegado a comprender que si no piensas primero, pensando después quizá no te ayude.

## LAS NUEVE FORMAS DE PENSAR DEL MILLONARIO PROFESIONAL INMOBILIARIO

Aproximadamente la tercera parte de la fórmula de “Piensa en un Millón” es actitud y perspectiva. Ahora no me malinterpretes. Las “Nueve Formas”, no son sólo un repaso de gastados clichés acerca del pensamiento positivo y afirmaciones. Hemos aprendido que cuando estás tratando de cambiar tus hábitos, debes ser un poco más preciso y estar muy concentrado en tu propósito. Un mecánico no puede reparar un motor basado en frases como —Es que el motor hace un ruido raro—. Si haces ese comentario en un taller, un buen mecánico te preguntará, —¿es un ruido metálico?, ¿es un chillido?, ¿es un zumbido?, ¿es como una explosión?—. Tal como el buen mecánico como cuando tu auto hace ruidos y empieza a mostrar problemas, si lo que deseas es mejorar la forma en la que tú piensas acerca de tu carrera inmobiliaria, deberás empezar a concentrarte en los puntos específicos que “hacen ruido”.

Al desglosar en nueve categorías específicas la forma en que el Millonario Profesional Inmobiliario piensa, hay dos que considero que son fundamentales: “Piensa alimentado por tu Gran Por Qué” y “Piensa en Grandes Metas y Modelos”. Estas dos categorías de pensamiento son fundamentales y sobresalen de las otras siete. Casi

### Los nueve formas de pensar de El Millonario Profesional Inmobiliario

- |   |               |
|---|---------------|
| 1. Piensa alimentado por “Tu Gran Por Qué”. | FUNDAMENTALES |
| 2. Piensa en Grandes Metas y Modelos.       |               |
| 3. Piensa en Posibilidades.                 | DE SOPORTE    |
| 4. Piensa en Acción.                        |               |
| 5. Piensa sin Miedo.                        |               |
| 6. Piensa en Progreso.                      |               |
| 7. Piensa Competitiva y Estratégicamente.   |               |
| 8. Piensa en Estándares.                    |               |
| 9. Piensa en Servicio.                      |               |

ayudado a convertirse en millonarios asesores financieros para sus clientes, guiándolos en inversiones que les permita eventualmente comprar la casa de sus sueños.

Como probablemente te lo has imaginado, mi favorito es el Gran Por Qué, porque conduce a la gente a ser lo mejor que pueda ser. Podrías visualizarlo de la siguiente manera: Ser lo mejor que se pueda es una búsqueda sin metas. Nunca llegarás a un punto en el que realmente puedas decir, "ya no puedo crecer más". Y lo más emocionante es que este tipo de Gran Por Qué puede crear una vida, que literalmente explote con posibilidades y crecimiento personal ilimitados. Es en donde lo inimaginable que no te atreviste a soñar, puede llegar a ser lo imaginable que te atrevas a vivir. Y respecto al dinero, mientras actúes para hacer lo mejor que puedas hacer, siempre estarás ganando la cantidad mayor de dinero que sea posible que puedas ganar. Aquí está lo mejor: una vez que tienes el dinero, puedes hacer con él regalos, viajes, caridades, etc., cosas que se transforman en ¡otro Gran Por Qué!

Ahora detente por un segundo y checa de nuevo tus notas. ¿Cuáles son los porqués en tu vida? ¿Cuál es el más importante para ti? Aquél que hayas puesto al principio será tu Gran Por Qué. Si es el tipo adecuado de Gran Por Qué también le dará soporte a todos los demás Por Qué. Así como los gansos que vuelan en formación V, el de adelante lleva la responsabilidad del vuelo y que permite que todos los gansos de atrás planeen detrás y lo sigan, tu Gran Por Qué puede y hará lo mismo para todos tus otros Por Qué. Es el Por Qué que jala a todos los otros Por Qué.

Finalmente, soy un creyente de poner el crecimiento personal por encima de todos los demás Por Qué. Así de poderoso es esto. Los grandes agentes inmobiliarios lo saben, comprenden que cuando se deciden a ser lo mejor posible y que colocan el crecimiento personal antes de todos los demás aspectos, lo demás llegará por añadidura.

Es igual de importante el actuar para ser lo mejor que puedas ser; te evitará quedarte corto y que no te conformes con ser sólo "bueno", sino que legues a ser "el ejemplo a seguir en la vida". En su bestseller, *"Good to Great"*, Jim Collins, menciona —Ser Bueno es el enemigo de ser Grandioso. Pocas personas logran una vida grandiosa, principalmente porque es más sencillo conformarse con una vida buena. La inmensa mayoría de empresas nunca llegan a ser "grandiosas" precisamente porque la enor-

me cantidad de ellas llegó a ser "muy buena" y ese es su problema principal—. He llegado a aceptar que uno de los más grandes retos en la vida es empujarnos a "ser lo mejor" cuando ya somos muy buenos. Lo forma más segura de combatir esta tendencia es "ser lo mejor que puedas llegar a ser" y "hacer lo mejor que puedas hacer". Este es el punto focal para formar tu Gran Por Qué.

Robert Browning frecuentemente es citado por haber dicho —El alcance de un hombre debe ser mayor de lo que puede abarcar, porque si no, para qué está el cielo—, por qué significantes, liderados por un Gran Por Qué, como "Sé lo mejor que puedas ser", te llevará siempre a tocar el cielo.

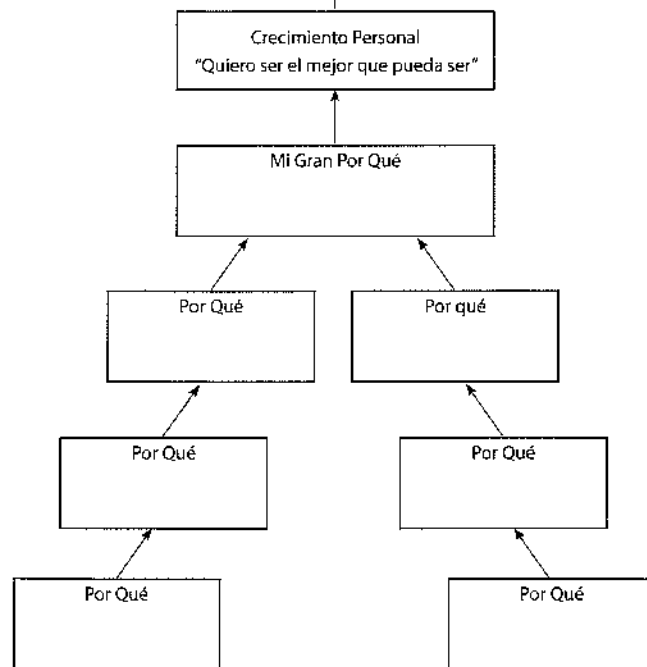


Figura 3

Profesional Inmobiliario? En mi mente todo viene a definirse por la respuesta Afirmativa o Negativa a la siguiente pregunta de si ¿crees que es posible realmente?

Creo que hay 3 etapas de pensamiento de posibilidades en las que la gente se pueda quedar atrapada o bien, que esté en capacidad de resolver si: 1) Nada es posible, 2) Algo es posible, o 3) Todo es posible. Para muchas personas nada es posible porque no piensan en términos de posibilidades. No toman acción alguna y por supuesto nada pasa, tal y como lo pensaron. Para muchos algo es posible porque creen en el poder del pensamiento de posibilidades. Creen que si piensan que algo sucederá, probablemente suceda. El problema es que tienen un mapa mental equivocado que les dice que pensar en posibilidades es todo lo que tienen que hacer. Y ya que pensar en posibilidades es realmente tan poderoso, al final, resulta que algo les pasa. Pero ahí se queda. Debido a que no toman las acciones adecuadas, lo que obtienen es sólo algo. Para algunos pocos, pasan grandes cosas sin embargo. ¿Por qué? Porque estas personas piensan que todo es posible si lo quieren con la suficiente energía y están dispuestos a realizar lo que sea necesario para obtenerlo. Cuando el pensamiento de posibilidades está soportado por un Gran Por Qué y tienes

Grandes Metas y Grandes Modelos. ¡Ciudadano! Cualquier cosa es posible.

Cuando era adolescente mi madre me decía — cuando hay deseo, hay una forma para lograrlo—. En esencia, lo que decía era — hijo, si quieres eso lo suficiente, si tienes una razón lo

suficientemente grande para lograr lo que quieres, entonces encontrarás una forma de obtenerlo—. Mi padre normalmente escuchaba estas conversaciones e invariablemente agregaba que la historia ha demostrado que la necesidad es la madre de la invención. Lo que mis padres me estaba tratando de enseñar era correcto. Todo es posible si aplicas tu mente y tomas la acción adecuada. Los Millonarios Profesionales Inmobiliarios entienden muy bien, se han dado cuenta de que, si bien sólo con creer en

algo no es suficiente, no creer en nada es suficiente sabotaje para garantizar tu fracaso.

Espero que hayas visto la película de Tom Hanks, *Náufrago*, Hanks interpreta a Chuck, un empleado de Fedex que llega a una isla desierta después de un naufragio y permanece en ella por cinco años. Se ha mencionado mucho de su relación con “Wilson”, una pelota de volibol que rescató del naufragio de los paquetes de Fedex por entregar. La soledad y depresión se evidencian en la relación con su amigo imaginario “Wilson”, que por momentos era graciosa y llegó a ser un emblema de la película. Pero realmente el paquete que estaba envuelto con unas alas de ángel, es el que generó un importante resultado, porque Chuck no quiso abrir el paquete de las alas de ángel, sino hasta que estuviera sano y salvo, y se convirtió en un emblema de su salvación final. El guionista, William Broyles Jr, con toda intención incluyó el concepto del paquete con alas de ángel para que sirviera como un símbolo de esperanza y posibilidades. Broyles hizo una investigación y leyó numerosos relatos de sobrevivientes de naufragios en zonas remotas y escogió lo que muchos expertos consideran una verdad: Normalmente la diferencia entre los que sobreviven y los que mueren es la habilidad para creer en la posibilidad de ser rescatados. En el caso de Chuck, la posibilidad de rescate estaba íntimamente relacionada al paquete con las alas de ángel.

Pregúntate lo siguiente: ¿Cuando se te presenta un reto, piensas primero en las posibilidades en que podrías tener éxito o prefieres pensar en las formas en que podrías perder? Esto es una prueba, para alcanzar tu nivel más alto, siempre tendrás que contestar la siguiente pregunta: ¿si lo quiero, qué necesita pasarme para que lo obtenga? Y entonces, creer que a través de tu esfuerzo, aun a través de prueba y error si es necesario, tus metas son posibles.

Grandes agentes inmobiliarios, están muy familiarizados con el refrán “Actúa como si fuera imposible fallar” y construyen sus carreras bajo este enfoque. El pensamiento de posibilidades combinado con las acciones adecuadas te empuja, no sólo dentro del reino de las posibilidades, sino más allá, te lleva dentro del reino de las más grandes posibilidades.

*“Siempre he pensado en grande. Las oportunidades en el sector inmobiliario son ilimitadas”.*

Gregg Neuman  
Profesional Inmobiliario Millionario  
San Diego, CA  
Ventas: \$113 millones de dólares.

De hecho he hablado con corredores de maratón principiantes acerca de cómo lograron su meta. Rumbo a 1 maratón, cada semana estaban logrando nuevos récords personales. Un fin de semana corrían 8 kilómetros y el siguiente fin de semana, 12 kilómetros y así sucesivamente, hasta que un fin de semana descubrían que podían correr medio maratón, es decir, 21 kilómetros. Para la mayoría de las personas, medio maratón sería un gran logro. Sin embargo, cuando tienes esa meta grande y un modelo para llegar ahí, medio maratón, es sólo una meta pequeña en tu camino. ¿No es sorprendente? Ellos logran estas pequeñas metas porque sus hábitos, su dieta y todo su entrenamiento reflejan una meta mucho más grande. Las Grandes Metas y los Grandes Modelos aceleran el logro de tu meta personal y te posibilitan para lograrla más rápido y fácil de lo que te pudieras imaginar.

Los mismos principios pueden aplicarse a tu carrera inmobiliaria. Digamos que es necesario cerrar normalmente alrededor de \$80 Millones en transacciones para ganar \$1 Millón. Para muchos de nosotros esos \$80 Millones en cierres podrían ser tan difíciles de lograr, como correr medio maratón. Parecería posible sólo para una élite privilegiada.

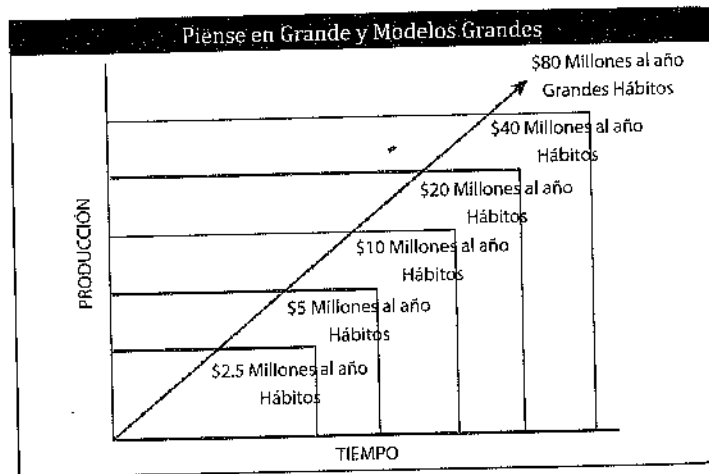


Figura 4

La figura 4 ilustra la distinción entre los bordes alrededor de \$2.5 Millones están los modelos y hábitos apropiados para esa meta. Pero si miras de cerca notarás que estos modelos son un subconjunto de lo que es necesario para vender \$5 millones. Si tan solo tienes los modelos y hábitos para esos \$2.5 millones, esos bordes serán una caja que tendrás que romper para poder lograr más. Antes de que puedas avanzar, tendrás que desechar los viejos modelos y los viejos hábitos y reinventarte con nuevos modelos y hábitos para alcanzar tu nueva Gran Meta. Por otro lado, si puedes empezar con los modelos y hábitos de alguien que está en el nivel de \$80 millones en cierres, entonces las fronteras simplemente serán peldaños que escalarás en el ascenso a la cima. Hellen Keller señaló que—uno nunca puede estar de acuerdo en arrastrarse cuando siente el impulso de volar—.

El truco de volar a tu máximo nivel es adaptar Grandes Metas y Grandes Modelos y entonces empezar a forjar los Grandes Hábitos sobre los que construirás.

*"Si no tienes un sueño, tu sueño será acerca de tus problemas. Tu futuro te organiza ahora. Es el poder del jalón futuro".*

Tim Wood  
Millonario Profesional Inmobiliario  
Big Bear Lake, California  
Ventas: \$38 millones de dólares.

### 3. PIENSA EN POSIBILIDADES

Si he aprendido algo en la vida es que si crees algo, entonces es posible que tiendas a enfocarte en los medios de construcción necesarios para hacer de esa posibilidad una realidad. También he aprendido a creer en lo contrario, si no crees que algo es posible, entonces estarás cegado para ver las formas en que se podría hacer. Es como una venda autoimpuesta.

Para cualquiera que desee llegar a ser lo mejor que pueda ser, esto se vuelve un motivo decisivo. Ahora que ya tienes un Gran Por Qué y que has decidido adoptar Grandes Modelos y Grandes Metas, para darles energía la pregunta es, ¿realmente crees que puedas llegar a ser un Millonario

*"No veo ningún límite para el tamaño de mi negocio. Mi visión es construir un negocio en el que mis hijos puedan tomar el relevo y que todavía me puedan pagar una renta a mi marido y a mí".*

Rachel DeHanas  
Millonario Profesional Inmobiliario  
Waldorf, MD  
Ventas: 52 millones de dólares.

El segundo pensamiento fundamental es Pensar en Metas Grandes y Modelos Grandes. Al Trabajar con grandes agentes inmobiliarios descubrimos que siempre que tratábamos de separar "metas grandes" y "modelos grandes", simplemente no funcionaba. Resulta que son como el Ying y el Yang de la filosofía oriental, donde una no puede existir sin la otra. Si tienes metas grandes, entonces, para alcanzarlas, inevitablemente iniciarás una búsqueda por un Gran Modelo. De la misma forma, los Grandes Modelos te llevarán hacia el logro de Grandes Metas, aun y cuando éstas no hayan sido tu intención.

Al menos, iniciando con el objetivo en la mente, el poder al tener Grandes Metas es realmente el poder de adquirir Grandes Hábitos. Los hábitos profesionales que construyas te harán poderoso o te restringirán. Lo que debes comprender es que tus hábitos te servirán como una poderosa plataforma de lanzamiento para el siguiente nivel de éxito, o de lo contrario, serán una trampa que te haga permanecer en tu nivel actual. Las Metas Grandes son cuestión de alcanzar tu verdadero potencial. Enfocándote en Metas Grandes, así estarás encaminándote a desarrollar Grandes Hábitos que siempre serán apropiados para alcanzar más altos niveles de éxito. Y dicho sea de paso, encontrarás que mientras creces, tus Grandes Hábitos jamás te detendrán. Metas Pequeñas tienden a facilitar Hábitos Pequeños. Las Grandes Metas tienden a facilitar Grandes Hábitos. Las Grandes Metas requieren Grandes Hábitos para conducir a Grandes Modelos.

Piensa sobre lo siguiente. ¿Por qué le decimos a nuestros niños que se sienten derechos en la mesa? ¿Es acaso cuestión de respeto y buenos modales? No. Una razón por la que queremos que se sienten derechos es porque sabemos que una mala postura puede dañar sus posibilidades de ser exitosos en deportes y luego en la vida, les puede ocasionar serios problemas de salud. Cuando vez a tu niño encorvarse en la mesa... y

El segundo pensamiento fundamental es Pensar en Metas Grandes y Modelos Grandes. Al Trabajar con grandes agentes inmobiliarios descubrimos que siempre que tratábamos de separar "metas grandes" y "modelos grandes", simplemente no funcionaba. Resulta que son como el Ying y el Yang de la filosofía oriental,

piensas que si sigue así no podrá jugar golf cuando tenga 50 años, y que mucho menos levantará una bolsa de mandado sin doblar la espalda—, es que piensas en Grandes Metas para tu hijo. Entonces le enseñas un Gran Modelo —Te sientas derecho, jalas los hombros hacia atrás y alzas el cuello. Ese es el tipo de Grandes Hábitos de Postura que no limitarán el potencial de tu hijo.

Así de simple. Tu meta es que asimile este concepto: "Para poder llegar a ser lo mejor que puedas ser, tendrás que pensar en grande y tener grandes modelos. Los hábitos que llegues a crear, te ayudarán a lograr estas metas o frustrarán tus intentos". Warren Buffet destaca que mucha gente descubre demasiado tarde que las cadenas de sus hábitos —son demasiado ligeras como para sentirse, hasta que son demasiado pesadas como para romperse—. Cuando empiezas con una meta grande en la mente, conscientemente creas los grandes hábitos que te servirán como bloques fundamentales de construcción para tu carrera completa.

Es sorprendente que las Grandes Metas y los Grandes Modelos tam-

bien tienen un poderoso efecto magnético, se jalan a través de las metas pequeñas. Quienes corren un maratón por primera vez entienden bien este concepto. Un maratón consiste de una carrera de 42 kilómetros, sin embargo, quienes nunca lo han corrido, incluso personas que no están en buena condición física y que adoptan

*Observé lo que otros agentes inmobiliarios estaban haciendo bien y empecé a hacer lo mismo. Cada año me pongo metas más altas. Duplicar era mi meta. Funcionó".*

Elaine Northrop  
Millonario Profesional Inmobiliario  
Ellicott City, MD  
Ventas: \$71 millones de dólares.

tan programas de entrenamiento se las pueden arreglar para correr un maratón completo. Para un corredor 42 kilómetros es una gran meta. Ahora, después de años de estudio y experimentación, Grandes Modelos están disponibles para cualquiera que desee correr un maratón. Adoro ver las noticias de la tarde después de un maratón y escuchar las entrevistas que hacen a quienes lo corren por primera vez. Señalan cosas como —antes de esta carrera nunca había corrido más de 5 kilómetros—, —no puedo creer que terminé—, —Nunca hubiera pensado que era posible— Es algo muy poderoso ver esa experiencia.



#### 4. PIENSA EN ACCIÓN

Cuando tienes Grandes Metas y Grandes Modelos con un Gran Por Qué motivándote, empiezas a pensar en posibilidades y a creer que todo es posible. Ahora cuando empiezas a creer que tu Gran Meta es posible, el resultado natural es que inicias a hacer planes y a enfocarte a que éstos sucedan, es una conclusión natural que el siguiente paso es Pensar en Acción.

*"Amo la acción. Es lo que más amo del negocio inmobiliario"*

Don Zeleznak  
Millonario Profesional Inmobiliario  
Scottsdale, Arizona  
Ventas: \$77 millones de dólares.

Hagamos una pausa y regresemos al personaje de Tom Hanks, Chuck, en la película *Náufrago*. Aunque el paquete con las alas de ángel era esencial a su habilidad de pensar en posibilidades y de sobrevivir, a lo largo de 4 años abandonado

en la isla desierta, lo más significativo fue que el paquete eventualmente inspiró en él la determinación y fe necesaria para tomar acción. Alimentado por la creencia de que podría sobrevivir construyó una balsa y se hizo a la mar en la inmensidad del océano con la intención de rescatarse a sí mismo o bien, permitirse ser rescatado. El pensamiento positivo debe ser seguido por las acciones para que estas posibilidades tengan oportunidad de ser cumplidas completamente.

El problema para muchos es que reúnen todo lo que necesitan para la búsqueda del éxito y en lugar de tomar acciones para hacer lo necesario, dejan la balsa de su salvación descansando a la orilla de la playa y deciden seguir pensando y reflexionando. Se esconden detrás de una continua inacción mientras hacen como que están haciendo otra cosa, como si fuera investigación adicional, planeación y preparación, siendo simple y sencillamente postergación. Cuando estás listo, cualquier cosa que no sea la acción simplemente es inaceptable e inadecuada. En forma directa, la inacción no te lleva a ningún lugar. Y "ningún lugar" es precisamente un lugar al que no quieres llegar. Cuando sabes lo que tienes que hacer, llega un momento en que sencillamente debes callarte, pararte y ponerte a trabajar.

Los Millonarios Profesionales Inmobiliarios entienden claramente que para obtener resultados tienen que tomar acción de tal forma que

estén seguros de tomar acciones positivas en busca de sus Grandes Metas todos los días. La verdad sea dicha, muchos grandes agentes inmobiliarios tienen una ventaja natural: tienden a ser decisivos y tienen un alto sentido de urgencia. Pero no pueden confiar en su estilo de comportamiento natural todos los días, también necesitan ayuda para alcanzar Grandes Metas.

Los Grandes Modelos ayudan a ponerse en acción y permanecer ahí a los agentes inmobiliarios que por naturaleza están orientados a la acción y también a los que no lo están. Los modelos representan un plan previamente preparado, y cuando están sistematizados adecuadamente, deben manifestarse en un conjunto de acciones totalmente alineadas y consistentes durante los días, semanas y meses. Los modelos ayudan a poner enfoque en tus acciones, aun y cuando tú no estés tan enfocado. Ayudan a meter tus acciones al proceso de toma de decisiones de manera que cada día tu labor esté clara, tus metas sean evidentes y tus acciones sean poderosas. Ese enfoque total, al implementar un Gran Modelo, requiere "grandes habilidades" que están ampliamente fuera de la ecuación y que pueden ayudar a cualquiera a llegar a ser un agente orientado en la acción.

*"Si haces lo correcto, el dinero llegará"*

Barbara Wilson  
Millonario Profesional Inmobiliario.  
Medina, Ohio  
Ventas: \$57.3 millones de dólares.

Hemos encontrado que el Gran Por Qué enfocado en Primero la Acción, "desactiva tus misiles" y los condena a fallar. Un enfoque mental, combinado con un Gran Modelo que te de enfoque diario te dará un poderoso Punch de 1-2 para noquear a tus Grandes Metas. La conclusión es que aquellos que se concentran en implementar Grandes Modelos obtienen una enorme aceleración y empuje al vivir el principio de Pensar en Acción del Millonario Profesional Inmobiliario.

#### 5. PIENSA SIN MIEDO

Es sumamente interesante que uno de los más grandes obstáculos para muchas personas que desean Pensar en Acción es cuando se preparan para realizar las acciones necesarias sin poder dejar de Pensar sin Miedo.



Empiezas a avanzar y enfrentas algunos obstáculos que no paralizan, pero que te hacen perder la última vez que lo intentes—. La conclusión es que si nunca dejas de intentar nunca fracasarás.

La final de Patinaje de Velocidad de las Olimpiadas de Invierno del 2002 demuestra la conclusión anterior muy claramente. El patinador americano Apolo Anton Ohno era el amplio favorito para ganar el oro. Al llegar a la vuelta final de la carrera estaba en una gran posición de tomar el primer lugar del *podium*, pero entonces un patinador perdió el balance y empujó al resto y todos los líderes cayeron estrepitosamente en el hielo. Un grito se escuchó en la multitud y un sorprendido Steven Bradbury de Australia, quien era el último lugar y el único que no se cayó, cruzó la línea de meta para tomar el oro. Pero mientras todos los caídos quedaron paralizados por la creencia de que todo estaba perdido, Ohno tuvo la lucidez mental, levantándose y literalmente aventándose sobre la línea de meta para ganar la plata. Lo que hubiera sido un fracaso rotundo para muchos atletas en su lugar se transformó en lo que llegó a ser un momento emblemático de esas olimpiadas.

*"No hay fracaso. O ganas o aprendes. En cualquier caso, está bien".*

Tim Wood  
Millonario Profesional Inmobiliario  
Big Bear Lake, California  
Ventas: \$38 millones de dólares.

Cuando empiezas a enfocarte en tu miedo al fracaso ¡ya valiste! Cuando tú no puedes ver las posibilidades de éxito y las recompensas potenciales a tu éxito porque el miedo al fracaso te ha cegado, es tiempo de detenerte un rato y reflexionar. Si eres un pensador de posibilidades, significa que tú

crees que puedes lograrlo, y entonces se torna posible. Pero para hacerlo, tendrás que realizar algo, tomar acción. Si tomas acción, parafraseando la famosa frase "LAS FALLAS SUCEDEN" (*Setbacks Happen*), posiblemente te equivocarás o podrías quedarte corto en las metas que esperabas. La buena noticia es que las fallas a lo largo del camino no representan un fracaso total y nunca deberían interponerse a menos que tú se los permitas. Como lo discutiremos en la siguiente sección, al Pensar en Progreso, estas fallas momentáneas pueden incluso representar acciones positivas como oportunidades de aprendizaje. Así que nunca permitas que el miedo al fracaso te congele y te lleve a la inacción. Muy pocas cosas buenas te pueden suceder mientras estés inactivo.

Irónicamente para algunas personas, el miedo al fracaso las motiva a tomar acciones decisivas, lo cual es bueno. Podría ser incluso una parte de su Gran Por Qué. Muchos grandes inmobiliarios han alcanzado su máximo potencial puesto que no podían tolerar una idea alternativa.

Mira, todos tenemos nuestra historia de intentos fallidos, es simplemente la forma en la que los vemos. Los intentos fallidos no son fracasos, así que nunca temas hacer un intento. ¡Y sigue intentando! Charles Kettering nos lo advierte al escribir —la única

*"Nunca tengo miedo en llamar a la gente o tocar sus puertas. Así es como haces que los negocios sucedan".*

Joe Roth  
Millonario Profesional Inmobiliario  
Katy, Texas  
Ventas: \$107 millones de dólares

Tener un Gran Por Qué te ayudará a mantener el enfoque de lo que un Millonario Profesional Inmobiliario vive: el poder y la motivación que te llega cuando tu más grande miedo no interfiere con tu meta. Esto te permitirá disminuir la velocidad de las fallas sin perder nunca tu fe ni tu *momentum*. El Millonario Profesional Inmobiliario le puede temer al fracaso total, pero es indomable cara a cara con los intentos fallidos. Los grandes agentes perseveran a través de "las fallas a lo largo del camino", así que no fallan al final del día.

## 6. PIENSA EN PROGRESO

Pensar en Progreso es cuestión del conocimiento de que el crecimiento frecuentemente llega a través de la perseverancia y el entusiasmo. Mientras que esto está relacionado con Pensar sin Miedo, Pensar en Progreso lleva tu pensamiento más adelante. Estadísticamente hablando, mientras más veces lo intentes, será mayor tu posibilidad de éxito. Si un científico te dice que las probabilidades son una de 1,000 en contra de que logres cierto resultado, también te están diciendo que si lo intentas 1,000 veces, está garantizado que lograrás ese resultado. Pensar en Progreso, es cues-

*"Si eres consistente y construyes un gran equipo a tu alrededor, te lloverá dinero".*

Sherry Wilson  
Millonario Profesional Inmobiliario  
Purcellville, Virginia  
Ventas: \$102.6 millones de dólares.

jo y el otro grupo sería calificado con base en la cantidad de trabajo. El maestro fue muy directo sobre su criterio de calificación. El grupo que sería calificado en calidad produciría una vasija que requería ser perfecta para obtener un 10. El grupo de la cantidad tendría que pesar la cantidad de vasijas creadas, si producían 25 kg de vasijas obtendrían un 10, pero si producían menos su calificación bajaría. Los resultados fueron reveladores, el grupo de la calidad pasó mucho tiempo planeando la vasija perfecta, pero cuando llegó la hora de hacerla cometieron errores o simplemente no tenían las habilidades desarrolladas para realizar su visión. Por otro lado, el grupo de la cantidad fabricó vasija tras vasija y en el proceso aprendieron de sus errores y fueron perfeccionando técnicas más avanzadas. Si no te lo imaginaste, el grupo que se enfocó en la cantidad no sólo fabricó más vasijas, sino que generó un producto de mejor calidad.

El Millonario Profesional Inmobiliario no ve consecuencias en términos positivos o negativos, si algo tiene un resultado ya sea positivo o negativo, le llaman progreso, puesto que Piensan en Progreso, saben que las fallas son peldaños, que son parte del proceso de aprendizaje y que no permiten que los resultados negativos descarrilen su entusiasmo. Estos altamente exitosos agentes inmobiliarios también saben que la perseverancia y la repetición, eventualmente rendirán tremendos resultados. Piensan en Progreso todo el tiempo.

ción de cantidades y repeticiones. El éxito está en los números.

David Bayles y Ted Orland en su enriquecedor libro, "Art & Fear" nos cuentan la historia de un maestro de cerámica que dividió su clase en dos grupos. Uno de los grupos sería calificado solamente con base en la calidad de su trabajo

*"Nunca sabes lo que puedes alcanzar, hasta que lo intentas. No hay límites".*

Jerry Mark  
Millonario Profesional Inmobiliario  
Puyallup, Washington  
Ventas: \$93 millones de dólares

Sin lugar a dudas cometerás algunos errores en el camino para llegar a ser un Millonario Profesional Inmobiliario, recuerda que los errores son progreso. Leyendas de negocios dicen que el famoso capitalista Andrew Carnegie una vez llamó a un hombre a su oficina. El hombre, cuya decisión equivocada le había costado a Carnegie una pérdida de \$1,000,000 de dólares, empezó la conversación disculpándose y diciendo que él entendía la razón por la que iba a ser despedido. Carnegie le contestó —¿Por qué habría de despedirte cuando acabo de invertir un millón de dólares en tu educación?—. El Progreso es importante y usualmente lo logra la persona que hace la mayor cantidad de intentos. La calidad está en la cantidad.

## 7. PIENSA COMPETITIVA Y ESTRATÉGICAMENTE

Muchos de nosotros cuando nos sentamos a jugar un juego de mesa esperamos divertirnos. Y debido a que perder es un tema de orgullo o bien, sobre quién hará el quehacer, tú no te reprimas. Tratas de ganarle a tus amigos siendo más inteligente y audaz. Cuando aconsejo a agentes inmobiliarios a Pensar Competitiva y Estratégicamente realmente les digo que tomen su carrera al igual que como toman un juego.

He jugado Risk con mi hijo y he sido testigo de la transformación que un pequeño y adorable niño sufre convirtiéndose en un pequeño Napoleón. Si todos, incluidos los niños más dulces que conozco, son capaces de este nivel de competitividad, ¿por qué no aplicamos el mismo nivel de estrategia y competitividad a nuestras carreras?

Y por cierto ¿por qué nuestro trabajo no puede ser tan entretenido? Casi todos los Millonarios Profesionales Inmobiliarios con los que hemos trabajado o entrevistado para este libro son por naturaleza gente muy competitiva, aman lo que hacen. Son competitivos y tienden a pensar es-

*"Quiero ganar. Espero obtener el acuerdo. No gané ningún premio Cy Young como lanzador de Grandes Ligas, pero me he ganado ese nivel de premio en el sector inmobiliario".*

Mike Mendoza  
Millonario Profesional Inmobiliario  
Phoenix, AZ  
Ventas: \$60 millones de dólares.

trágicamente, como resultado, su trabajo ha tomado las maravillosas características de un competitivo y divertido juego de mesa.

Cuando van a una cita de listado, la están analizando, ingeniando el mejor enfoque para el éxito..., y cuando logran ese listado, ¡wow!

Una vez moderé un panel de discusión, ahí se encontraban algunos de los agentes más productivos de la ciudad. A uno de ellos le pidieron que expresara su opinión acerca del territorio y relató cómo su equipo había logrado la meta de "poseer" un área en particular. De hecho su equipo personal de ventas tuvo en algún momento un 20% del mercado de esta área. Otra participante relató la historia de cómo este agente había reaccionado cuando ella decidió ir tras un listado en el corazón del área mencionada. Bueno, él la llamó y en pocas palabras le dijo que haría lo que fuera necesario para conseguir ese listado, y lo decía muy en serio. A través de la competitividad intensa obtuvo ese listado así como el respeto de su contrincante y amiga. Jugar para ganar no es algo malo.

Anson Dorrance, el legendario coach de la Universidad de Carolina del Norte (UCN) del equipo de soccer femenino, batalló inicialmente en conseguir que sus deportistas jugaran igual de competitivamente en las prácticas que como lo hacían en los juegos. Derribarían a una compañera en una jugada agresiva y en vez de aventajarse se detendrían a disculparse. Dorrance sabía que si el equipo practicaba de esa manera probablemente jugarían igual. Les tuvo que enseñar que el jugar agresivo y competitivamente entre amigos es algo que debe ser respetado en vez de evitado. Incorporó un sistema en el que los entrenadores evaluaban meticulosamente a cada atleta en las simulaciones y prácticas. Eran cronometradas en los juegos amistosos y premiadas con puntos por ganar 50/50 balones, etcétera. Cada tarde los entrenadores transcribían sus resultados y evaluaban a cada jugador, la lista era publicada en la puerta de la oficina del entrenador. La atmósfera de las prácticas cambió dramáticamente. Al principio nadie quería ver su nombre al fondo de la lista. Después la competitividad se volvió una fuente mental de orgullo. Ellas esperaban que sus compañeras usaran lo mejor de ellas mismas en la práctica y algo menor a esto mostraba una falta de respeto. La competencia se volvió una gran parte de la cultura del equipo y ellas experimentaron un éxito tremendo como resultado. En los primeros 22 años del programa, la UCN ganó 17 campeonatos nacionales. Una vez cuando

Dean Smith, un coach de la UCN del cuadro de honor, le preguntaron qué sentía al compartir la fama con el recientemente exitoso programa de fútbol, respondió —Esto es una escuela de soccer para mujeres. Sólo intentamos mantenernos a la vanguardia—.

Tratarlo como un juego también se trata de Pensar Estratégicamente. El problema es que la mayoría de los agentes inmobiliarios no saben distinguir entre las reglas (cómo se debe jugar) y las estrategias (cómo se logra ganar). En bienes raíces nuestras reglas no tienen nada que ver con ganar dinero. Se tratan de la conducta, la ética y el protocolo. Tú puedes ser maestro de conducta, ética, protocolo y ¡seguir siendo pobre! Ahora, no estoy insinuando de ninguna manera, que necesites romper las reglas para tener éxito. Las reglas son los requisitos y limitaciones necesarias. Yo sugiero jugar con reglas, sin embargo, las estrategias se encuentran en las áreas grises entre las reglas. No te puedo contar cuántas veces he escuchado el siguiente tipo de comentario:

**AGENTE DE METAS CORTAS:** —¿Podemos hacer eso?—

**AGENTE DE METAS ALTAS:** —¿Por qué? ¿Alguien dijo que no podíamos?—

Las personas que viven de las reglas viven en un mundo literal. Los que crean estrategias ejercitan su creatividad y viven fuera de esas limitaciones. Cuando pienso en los grandes creadores de estrategias, pienso en personas como William "Candy" Cummings, quien en 1863 introdujo la bola curva al béisbol, imagina la escena, la primera vez que lanzó una pelota que se veía justo como una gruesa, lenta y perfectamente bateable bola, hasta que cambió de dirección. Los bateadores deben haberse aferrado a su conocimiento tratando de batearla y apuesto, que se quejaron diciendo cosas como estas: —¡Esto no es justo!—, —¡El no puede hacer eso!—, las reglas del béisbol definen precisamente la distancia del lugar del pitcher a la base de bateo, lo que define una bola perdida y un strike y media docena de otros elementos, pero nunca menciona que la bola debía ir derecho. Cummings entendió eso, como resultado, tomó su lugar en el Salón de la Fama de Cooperstown, Nueva York. Este juego cambió por siempre gracias a su pensamiento estratégico. Un jugador de béisbol te dirá que cualquiera puede batear una bola rápida, pero que se necesita a un jugador de las ligas mayores para batear una bola curva de las ligas mayores. Cualquier deporte y profesión tiene su propio "Candy"

Cummings, pensadores estratégicos que no solo encuentran éxitos increíbles, sino que también tienen el poder para moldear sus respectivas profesiones.

Cuando vas a trabajar para sacar lo mejor de tu carrera debes tener la misma actitud que cuando te sientas a jugar un pasatiempo. Piensa Competitiva y Estratégicamente. Empieza donde las reglas acaban y reta a tu competencia a "te atrape, ¡si puede!".

## 8. PIENSA EN ESTÁNDARES

Si piensas ser exitoso en bienes raíces, realmente exitoso, tienes que adoptar los estándares. Los estándares son cuestión de definir niveles de desarrollo y después rendirte o exigirte cuentas que iguallen o excedan esos niveles. Piénsalo de esta manera, definimos los estándares de nuestros hijos en la escuela creando consecuencias si no llegan a tener buenas calificaciones. Creamos un estándar y si no llegan a este desarrollo y vuelven a casa con una calificación más baja del estándar, los hacemos rendir cuentas he implementamos consecuencias. Cuando tienes un negocio individual tu reto es encontrar, implementar y llevar a cabo esos estándares como propuesta valiosa. Cuando tienes empleados, tu reto es definir claramente tus estándares, vivirlos personalmente y hacer que tus empleados se rindan cuentas a ellos mismos y a ti, al igual que tú.

Puesto que tú estás haciendo el negocio y conoces tus propios estándares, Pensar en Estándares es poco probable que sea un asunto serio hasta que contrates a tu primer asistente. El problema que la mayoría de nosotros tenemos es comunicar nuestros estándares y hacerlos valer. Cuando los agentes inmobiliarios dan el paso que los transforma en jefes de un grupo, comúnmente son puestos al límite y necesitan una gran ayu-

*"Pusimos a toda nuestra gente de CC a través de Boot Camp y les enseñamos cómo vender bienes raíces a nuestro nivel. Nosotros les decimos que están en un equipo de Super Bowl. Esperamos lo mejor".*

Chris Cormack

Millonario Profesional Inmobiliario

Ashburn, VA

Ventas: \$70 millones de dólares.

da solo para manejar la carga mental. Por eso agradecen comúnmente el tener ayuda y no piensan en imponer a nuevo empleado sus estándares personales.

Sólo tienes que ser disciplinado y paciente cuando inicies el proceso de contratación, la experiencia muestra que el contratar a un asistente efectivo debería duplicar tu volumen de ventas (si aún no tienes un asistente ¡vuelve a leer el último enunciado!). Un mal asistente, bueno, puede ser difícil recuperarse de eso. Muchos de nosotros cometemos el error de contratar por conveniencia en lugar de por estándares. La hija de tu amigo se gradúa y necesita un trabajo; como tú necesitas ayuda o quieres hacerle un favor a tu amigo la contratas. Contratamos por conveniencia y familiaridad en vez de buscar personas que compartan nuestros estándares desde un inicio. He aquí un secreto que las personas con grandes metas han descubierto, pero la mayoría de las personas lo pasan por desapercibido: cuando tienes los empleados correctos que te pueden llevar a ganar 20 millones, probablemente te podrán llevar a ganar 80 millones. Todo se trata de a quién contrates y de los estándares con los que les haces rendir cuentas.

Así que cuando llega el tiempo de que tu negocio crezca a través de las personas tendrás que expresarte claramente y hacer valer tus estándares desde un inicio. Un "asunto prioritario" merece "atención prioritaria" y debes regularmente "inspeccionar tus expectativas". Los más exitosos agentes inmobiliarios piensan en estándares por ellos mismos y por todos los que los rodean.

## 9. PIENSA EN SERVICIO

Virtualmente cada agente de los más productivos con los que hemos trabajado, tienen un profundo y casi inherente sentido de servicio. Tienen un corazón servicial y siempre están pensando en servir. En la búsqueda por grandes ventas exitosas muchos agentes pueden no siempre mostrar a sus competidores este lado servicial, pero creeme, está ahí. Está en el corazón y alma de tu negocio. Y como hemos estudiado y probado esto, hemos descubierto que su enfoque de servicio existe en tres niveles. Primero, saben el propósito subyacente de la profesión de bienes raíces. En



esencia conocen exactamente por qué deben ser contratados. Segundo, tienen un sentido claro de cómo logran este propósito. Los agentes exitosos pueden explicar fácilmente qué servicios proveerán a cualquiera que los contrate. Hemos logrado llamar a estos servicios la propuesta valiosa del agente. Tercero, tienen una continua motivación para colocar siempre las necesidades de sus clientes por encima de todo lo demás. A esto lo llamamos compromiso fiduciario. Analicemos más de cerca estos tres aspectos del servicio.

### Propósito

Los agentes inmobiliarios exitosos siempre entienden claramente por qué deben ser contratados y son capaces de decirlo a cualquier persona en algún momento. Para los vendedores la meta es conseguir una red que les dé la mayor cantidad de dinero, en el menor tiempo posible, con la menor cantidad de problemas. Para los compradores la meta es encontrar la propiedad indicada, al mejor precio, en el tiempo indicado, con la menor cantidad de problemas. Un gran servicio comienza con un propósito claro de por qué alguien debería trabajar contigo.

### Propuesta valiosa

Aún más allá de su sentido de propósito los mejores agentes inmobiliarios son capaces de traducir este propósito y la razón por la cual la gente los debería contratar por paquetes específicos de los servicios que van a proveer. Hemos llegado a llamar a esto la propuesta valiosa del agente. Esta propuesta valiosa expone en detalle qué servicios va a recibir el comprador o vendedor. Cuando nos enfocamos en lo que realmente es importante, descubrimos que hay 10 áreas de servicios específicas para el comprador y 10 para el vendedor. Estas son delimitadas y definidas en los gráficos de las figuras 5 y 6.

### Fiduciario

Para los mejores agentes inmobiliarios hay un nivel de servicio que proporcionan que va más allá incluso de su propósito y su valiosa propuesta. Es el compromiso que hacen con el comprador y vendedor para actuar como un verdadero fiduciario, el colocar los intereses de sus clientes an-

Las 10 áreas más importantes de la propuesta de valor para un vendedor	
1. Necesidad de análisis	6. Negociando para vender
a) Ayuda a clarificar los motivos y razones para vender.	a) Evalúa las ofertas
b) Determina el tiempo requerido por el vendedor.	b) Revisa los términos y las condiciones finales.
2. Estrategia de listado	7. Venta
a) Determina la mejor estrategia respecto al precio de venta usando condiciones del mercado actual.	a) Prepara una lista de trabajo post contrato.
b) Muestra el resultado en una red gráfica.	b) Aconseja reparaciones y servicios.
3. Preparación de la propiedad	8. Preparación pre cierre
a) Aconseja reparaciones y mejoras.	a) Coordina y supervisa la preparación del documento.
b) Provee estrategias.	b) Provee una consulta pre cierre.
4. Estrategia de mercado	9. Cierre
a) Desarrolla un plan de marketing.	a) Revisa los documentos de cierre.
b) Establece un tiempo de marketing.	b) Resuelve los problemas de último minuto.
5. Recibiendo una oferta	c) Completa la transacción.
a) Evalúa las ofertas.	10. Post cierre
	b) Coordina la mudanza.
	c) Ayuda con los temas post cierre.

Figura 5

Las 10 áreas más importantes de la propuesta de valor para un comprador	
1. Análisis de necesidades	b) Aconseja sobre los mejores términos y los temas relevantes de su oferta.
a) Analiza las necesidades y los deseos del comprador.	c) Ayuda a la redacción y revisión del contrato de promesa de compraventa.
b) Ayuda al comprador a tener una visión clara de su propiedad ideal.	6. Negociando para comprar
2. Precalificación o preaprobación	a) Presenta la oferta.
a) Acompaña al comprador con un agente hipotecario.	b) Negocia en representación del comprador.
b) Obtiene la precalificación o preaprobación.	7. Coordinación de ventas
c) Ayuda a seleccionar el mejor plan hipotecario.	a) Aconseja y supervisa la selección de vendedores.
3. Información de la zona	b) Coordina los servicios de los vendedores.
a) Crea un documento de búsqueda que ayude a perfilar la zona.	8. Preparación pre cierre
b) Provee una lista de colonias potenciales y de la información relevante a cada una.	a) Coordina y supervisa la preparación de documentos.
4. Búsqueda de propiedad	b) Provee consultoría pre cierre.
a) Organiza y programa el proceso de búsqueda de propiedad.	9. Cierre
b) Actualizaciones constantes, recorridos y demostraciones de las propiedades disponibles.	a) Revisa los documentos de cierre.
5. Ofrecimiento	b) Resuelve temas de último minuto.
a) Compara propiedades y toma decisiones	c) Completa la transacción.
	10. Post cierre
	a) Coordina la mudanza.
	b) Ayuda con los temas de post cierre.

Figura 6

tes que los intereses de todos los demás. Incluso el propio. Este compromiso de servicio fiduciario nos parece, a nuestra opinión, que va más allá del asunto técnico de la representación de agencias. Además de que el agente fiduciario se somete a los requerimientos legales impuestos por su profesión, también trata a sus clientes con un gran cuidado fiduciario. De hecho, éste puede ser un momento apropiado para resaltar la

distinción entre los tipos de servicios provistos en la industria de bienes raíces: **Funcionario vs. Fiduciario**. Un funcionario es aquel que está en una relación específica con sus clientes: hace su trabajo. Mientras que un fiduciario es aquel que no sólo mantiene una relación específica con sus clientes, sino que forma relaciones de alta confianza y se hace totalmente responsable del resultado. La figura 7 muestra de manera gráfica y clara las diferencias entre el agente funcionario y el fiduciario.

Es interesante, un fiduciario puede realizar con facilidad el trabajo de un funcionario, pero para un funcionario sería muy complicado desempeñar la labor de un fiduciario. Los agentes más exitosos comprenden esto y, como resultado, trabajan arduamente para proveer servicios fiduciarios a todos sus compradores y vendedores. De muchas maneras ésta es la verdadera diferencia entre un servicio promedio y uno excepcional. El servicio fiduciario es la más alta calidad de servicio que puede proveer cualquier comprador o vendedor con quien trabajes.

La diferencia entre un agente funcionario y un agente fiduciario	
FUNCIONARIO	FIDUCIARIO
1. Bajo nivel	1. Alto nivel
2. Baja relación	2. Alta relación
3. Asume poca responsabilidad	3. Acepta alta responsabilidad
4. Usa pocas habilidades	4. Es un maestro de muchas habilidades
5. Registra información	5. Percibe la información
6. Responde a las necesidades	6. Anticipa las necesidades
7. Procesa los datos	7. Interpreta los datos
8. Punto de vista reducido	8. Punto de vista amplio
9. Entrega información	9. Aconseja y da consultoría
10. Otros lo dirigen	10. Se autodirige
11. Responsabilidad legal mínima	11. Máxima responsabilidad legal
12. Empleado	12. Socio
13. Hace la tarea	13. Es dueño del resultado
14. Habla y vende	14. Educa y guía
15. Se mantiene ajeno a la toma de decisiones	15. Está involucrado en la toma de decisiones
16. Sigue reglas y procedimientos	16. Usa su juicio e intuición
17. Remplazable	17. Es irremplazable
18. Se le paga poco	18. Es muy bien pagado

Figura 7

## LAS TRES P'S DEL MILLONARIO PROFESIONAL INMOBILIARIO

Hay un impresionante principio en la vida, el cual cuando lo entendemos completamente, probablemente cambiará nuestra vida para siempre. Se llama el Principio de Pareto o la regla del 80:20. Esta verdad universal fue originalmente descubierta por el italiano economista Vilfredo Pareto en 1906 cuando notó que 80% de la tierra agrícola en Italia era poseída por 20% de la población. Pareto, también subsecuentemente notó que 20% de las semillas rendían 80% de la producción agrícola. Esta fue toda la validación que necesitó para iniciar un estudio intensivo de esta teoría tan maravillosamente consistente que establece que 80% de nuestros resultados vienen de 20% de nuestras acciones. Personalmente creo que la regla del 80/20 es la más entendida, pero asimismo la menos utilizada en lo que se refiere a la "fórmula de logros" en los negocios. Richard Koch, en su innovador libro *The 80/20 principle*, describe esta regla como: "El principio del mayor resultado en el tiempo y esfuerzo empleado". La mayoría de las personas creen que el tiempo y esfuerzo obtienen resultados por



si mismos y aunque esto puede ser cierto, la regla del 80/20 nos enseña que el tiempo y esfuerzo en 20% es el que realmente importa y que nos producirá 80% del resultado que buscamos. Ver figura 8

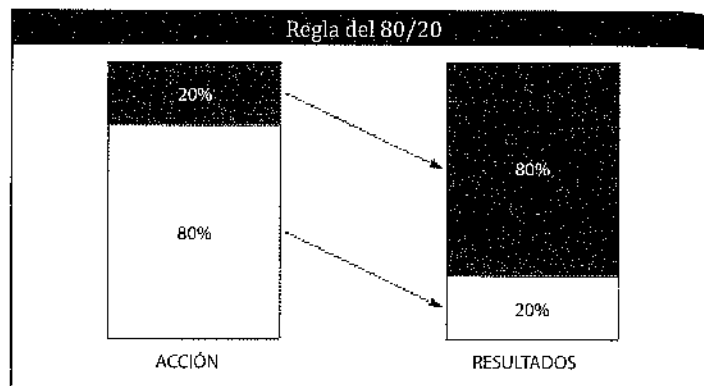


Figura 8

Como nos lo demuestra la figura 8 de arriba, lo contrario también se muestra como cierto. Cuando estamos enfocados en el 80% menos importante tendemos a obtener solo 20% de los resultados que queremos. La verdad es que cuando nuestras acciones no están enfocadas en el 20% importante, el resultado que queremos usualmente no se logra. Hacer muchas cosas nunca es un buen sustituto de hacer lo que debemos.

Como todas las cosas, las ventas en el negocio inmobiliario tienen su 20%. El 20% de las cosas en que se enfocan los Millonarios Profesionales Inmobiliarios son las Tres P's: Prospectos, Propiedades y Palancas. Cuando te estás enfocando en Prospectos, Propiedades y Palancas te estás concentrando en las actividades clave que te van a rendir el mayor resultado para tu negocio. Recordemos de nuevo por qué estas áreas deberían estar siempre muy presentes en nuestra mente y vayamos un poquito más a los detalles.

PATROCINADO POR EL CANAL : <https://t.me/cardinglatinotg>

PROSPECTOS (CONTACTOS): GENERACIÓN VS.

## RECEPCIÓN DE CONTACTOS

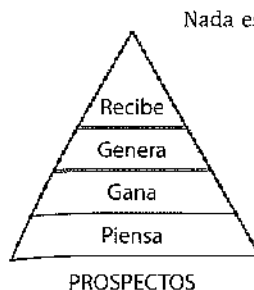


Figura 9

Nada es más importante en tu carrera de ventas que tener contactos de compradores y vendedores para tener un negocio viable; simple y sencillamente debes tener contactos. Para tener un negocio exitoso te pague mucho dinero debes poseer muchos contactos. Me parece interesante que algunos agentes inmobiliarios pierdan enfoque en este punto tan poco sutil y terminen gastando su tiempo en otras actividades con menos recompensas. No te puedo decir por qué sucede esto, pero vamos a dejar este punto bien claro en este libro, SI NO TIENES CONTACTOS NO TENDRÁS VENTAS.

Debemos tener contactos y de hecho, si te ayuda, deberías pensar que realmente estás en el negocio de "generación de contactos". Muchos dirán —Pero si yo estoy en el negocio inmobiliario— a lo que yo responderé —Ok, entonces trata de permanecer en el negocio inmobiliario sin contactos, sin clientes—. Si te hace sentir bien, recuerda que todos los negocios están de hecho enfocados además de a lo que se dedican, al negocio de "generación de contactos". Debes aceptar el hecho de que el número de contactos calificados que puedas lograr van a hacerte crecer, mantenerte en el negocio o de lo contrario, a llevarte a la quiebra. Ninguna otra cosa tendrá un impacto mayor en tu negocio como el número de contactos calificados que puedes generar. Por esta razón los Contactos son la primera "P" de nuestro modelo. Sin ellos, los otros dos no son importantes.

Cuando di una clase de entrenamiento de ventas a agentes nuevos, algunas veces comencé un debate en mi clase con prospectos preguntando a la audiencia —Si les dijera que hay un comprador extranjero que acaba de llegar esta mañana, el cual pagará en efectivo y necesitará comprar una

*"Sin cables no estaríamos en el negocio".*

Chris Cormack

Millonario Profesional Inmobiliario

Ashburn, VA

Ventas: \$70 millones de dólares.

casa esta semana, alguien de ustedes lo podría ayudar? — y todos levantan la mano. — Bueno yo les garantizo que si hay un comprador extranjero hoy, con efectivo y necesita una casa ahora. El problema es que no sabemos dónde o quién es este comprador. Y ese es el reto del negocio inmobiliario—. En un mercado próspero usualmente hay muchos agentes apoyados en generadores pasivos de contactos, referencias casuales y suerte para crear tratos. Yo llamo a esto recepción de contactos. Desafortunadamente los agentes inmobiliarios que están en el negocio de recepción de contactos pueden encontrarse a sí mismos vendiendo muy pocas casas cuando el mercado cambie. Sin embargo, si te activas y sistemáticamente te concentras en la Generación de Contactos a través de la prospección directa y actividades de *marketing*, siempre estarás haciendo lo mejor que puedas aún en mercados que están cambiando. En la batalla de Generar Contactos vs. Recibir Contactos, Generar Contactos siempre gana sin importar qué mercado. Si cuentas con un mercado que te entrega contactos solo en tiempos prósperos puedes contar con que te los va a quitar cuando los tiempos sean malos. Lo que es otorgado también puede ser arrebatado...

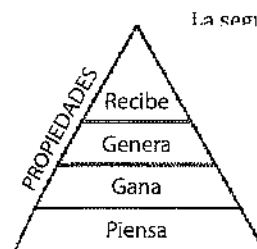
Una de las primeras preguntas que hago en las consultorías uno a uno con alguien que quiere ganar más es —¿Tienes suficientes contactos que si cerraras tratos con ellos cumplirías tu meta?—. Si su respuesta es sí, entonces parecería que tienen un problema de conversión. Si su respuesta es no, les digo que dejen todo lo pendiente y vayan a conseguir más prospectos. El tema de contactos siempre debería estar como prioridad en tu conciencia de negocio.

El detalle es que la generación de contactos no es algo que pueda ser simplemente prendido o apagado. Algunos generadores de contactos muy buenos cometen el error de detenerse cuando piensan que tienen más tratos de los que pueden manejar. Si se detienen y 6 meses después se dan cuenta de repente que el mercado ha cambiado un poco, no tendrán suficientes contactos. Si sus métodos siguen funcionando y trabajan rápidamente, serán capaces de volver a subirse a la montaña rusa. Si se dan cuenta que sus métodos no son tan efectivos como lo eran antes, probablemente estén en problemas. Los generadores de contactos deben permanecer activos aun cuando el volumen aparente sea sobrecogedor. Esto no es un problema. Demasiados prospectos es algo bueno. Ahora cuentas con opciones que antes no tenías. Cuando tu método de generación de contactos esté dando constantemente más tratos de los que creas

que puedes manejar actualmente, será cuando sabrás que es tiempo de hacer "lo mejor" al contratar a alguien. O puedes escoger "lo bueno" y referir el resto de los tratos.

Los prospectos son la P principal del Millonario Profesional Inmobiliario. Necesitas asegurarte de no estar en el tipo de negocios que reciben prospectos y estar siempre en el que genera contactos (y permanece ahí). Hasta que tengas suficientes contactos para exceder tus metas no hay otro tema de importancia. Y si quieres ser un Millonario Profesional Inmobiliario, nunca son demasiados.

## PROPIEDADES: EL GRAN MÉTODO DE LAS PALANCAS, UNA GANANCIA MÁXIMA



PROSPECTOS

Figura 10

La segunda P en orden de importancia se refiere a las propiedades. Aunque los contactos son esenciales, tener un amplio listado de propiedades es crucial para impulsar tu negocio a su nivel máximo de rendimiento con el menor costo y la red más amplia.

Exploremos una situación hipotética. Pretende por un momento que estás en una situación donde tienes que escoger entre trabajar con alguien que quiere enlistar su casa de 200 mil dólares y trabajar con alguien a quien le gustaría comprar una.

Ninguno de los dos se ofenderá si escoges al otro, entonces ¿a cuál escogerías? ¿La oportunidad de la propiedad o la de la compra?, yo esperaría que todos ustedes escogieran la oportunidad de la propiedad.

¿Por qué? Les explicaré las razones...

*"Las propiedades hacen los negocios y las firmas son la mejor fuente de contactos".*

David y Judie Crockett  
Millonarios Profesionales Inmobiliarios  
Concord, Ohio  
Ventas: \$53 millones de dólares.

### Las virtudes del vendedor que se enfoca en propiedades

1. Vender propiedades significa oportunidad de *marketing*, puedes:
  - a) Poner un anuncio de tu listado en el jardín delantero (y tal vez también la dirección).
  - b) Promocionar la propiedad por c-electrónico, en redes, etcétera.
  - c) Promocionar el listado en periódicos, revistas, sitios web.
2. Tienes más control de tu tiempo. Normalmente no hay tantos asuntos de urgencia inmediata con los vendedores y sus potenciales compradores si la tienen; por tanto, deberías ser capaz de controlar tu agenda o tu horario un poco más.
3. Vender propiedades maximiza tu compensación por hora, normalmente toma mucho menos tiempo obtener y promocionar una propiedad antes de venderla, del tiempo que toma el mostrar varias y vender una a un comprador.
4. Volumen, volumen, volumen. En nuestra experiencia un agente altamente enfocado y activo puede trabajar de 15 a 25 propiedades al mes y continuar haciéndolo por un largo tiempo.
5. Al vender propiedades estás muy cerca del tema de valuación. Lo cual se traduce a un necesario conocimiento profundo del mercado.
6. Las propiedades promocionadas correctamente te traen más negocios porque en las oportunidades múltiples de promoción, que son parte del proceso de la propiedad, hemos encontrado que en promedio, una propiedad bien anunciada generará un comprador serio, dispuesto a pagar. Por eso si te concentras en tener propiedades y anunciarlas, deberías ser capaz de conseguir todos los compradores que necesitas. Es la versión de bienes raíces del "dos por uno".

Figura 11

Los compradores presentan mucho menor (si acaso hay alguna) oportunidad de mercadotecnia. En el mejor de los casos, los compradores nos llevan al trabajo de campo, aseguran que conocemos el mercado actual con lujo de detalle y que podemos generar un trato. En el peor de los casos, un comprador indeciso puede necesitar semanas, si no es que meses, de nuestra atención antes de comprar, o peor aún, decidir esperar hasta el siguiente año. Sencillamente, hay demasiadas ventajas en las propiedades como para concentrarnos en otras cosas. Entonces, si decidieras escoger a los clientes vendedores antes que a los compra-

dores en la situación hipotética que se describió antes, ¿por qué no estás colocando a los clientes vendedores como prioridad de tu negocio? He ahí muchas razones para dedicar todo tu tiempo y esfuerzo a obtener y anunciar propiedades.

El Millonario Profesional Inmobiliario se aferra a las grandes ventajas de generar, obtener y promocionar las propiedades y tiene como enfoque primario la generación de contactos, casi exclusivamente. Con el tiempo contratarán a uno o a varios especialistas en compras para trabajar el lado de los clientes compradores del negocio. Y concentrarán su energía en el remunerador e impulsador negocio de las propiedades (una vez que esto esté bien pulido podrán contratar también a un agente de propiedades que trabaje en el lado vendedor del negocio).

Propiedades es la segunda P en las 3 P's del Millonario Profesional Inmobiliario. Todos los *Profesionales Inmobiliarios Millonarios* con los que hemos trabajado y que hemos entrevistado dedicaban su tiempo a las propiedades primero. Los compradores con los que trabajaban normalmente eran resultado de su enfoque a los vendedores o su enfoque a las remisiones y los tratos repetidos. Al conseguir propiedades en tu enfoque principal, éstas te ayudarán a obtener más control sobre tu tiempo, dinero y las recompensas que obtengas de tus esfuerzos serán muy altas.

### PALANCAS: EL QUIÉN, CÓMO Y POR QUÉ DEL NEGOCIO DE BIENES RAÍCES

Lo interesante acerca de la tercera P, Palancas, es que si te enfocas en las primeras dos P's y haces un buen trabajo, even-



Figura 12

te no tendrás otras opciones más que ganarnos dinero o ser impulsado y apalancado ro nivel. Un enfoque efectivo en prospectos y propiedades, en algún momento te llevará a un punto en el que tendrás más tratos de los que puedas manejar solo y eso creará la oportunidad para que empieces a concentrarte en palancas. Y así debería ser. Hasta que sobrepases lo que puedes realizar a través de las 3 P's, no deberías estar contratando a otra persona. ¿Por qué? Luz roja, luz

verde, haz lo que realmente necesitas.

Recordemos la analogía de escalar una montaña. Si el camino para ser un Millonario Profesional Inmobiliario es como escalar el monte Everest, entonces las palancas podrían ser como contratar un *sherpa*, o sea el escalador nativo que te asistirá en tu intento de subir el Everest. Sólo un pequeño puñado de excursionistas han escalado el monte Everest solos. Ninguno de los Millonarios Profesionales Inmobiliarios con los que hemos trabajado o entrevistado dicen haber alcanzado el nivel de éxito que tienen por sí solos. Véase de esta manera:

Las palancas responden tres preguntas clave del negocio

1. ¿Quién lo va a hacer? Las personas.
2. ¿Cómo lo vas a hacer? Con sistemas.
3. ¿Con qué lo vas a hacer? Con herramientas.

Podrías decir que las Palancas es el "quién, cómo y con qué" del negocio de bienes raíces cuando no eres el único que lo está haciendo.

Agregar gente a tu negocio de ventas para trabajar contigo tiene el

*"Nuestro equipo es la clave para nuestra libertad. Con un equipo ya no tienes que lidiar con cada pequeño problema".*

Ronnie y Cathy Mathews  
Millonario Profesional Inmobiliario  
Houston, Texas  
Ventas: \$99.5 millones de dólares.

potencial de impactar tremendamente a tu negocio. Ahora el reto es agregar a las personas correctas, porque ese impacto puede ser positivo o negativo dependiendo de quiénes son y qué hacen. El gran talento es irremplazable. Un gran talento iguala y excede tus estándares y tiene la capacidad de crecer contigo y a tu negocio. Contrataciones malas,

por otro lado, pueden hacer mucho daño. Buen talento no debe ser confundido con un gran talento. Bueno es bueno y gran es gran. Y aunque bueno puede ayudar, gran puede cambiar tu negocio para siempre. Por lo mismo, es crucial que evites conformarte con gente que simplemente llene lugares y no tenga la capacidad de crecer. Un agente y amigo mío de toda la vida, una vez explicó entre bromas el porqué muchos profesionistas se conformaban con buen, en vez de gran talento en su

negocio, dijo: "¡Guay! Después de haber contratado a alguien malo, ¡lo bueno es grandioso!". Eso es verdad. Pero la verdad absoluta es que "una vez que experimentaste algo grandioso, lo bueno simplemente no es suficientemente bueno".

Al principio buscarás apalancarte de gente que te ayude con los deberes administrativos como contestar teléfonos, procesar transacciones y colocar los anuncios que hagas. Ellos son los coordinadores de transacciones. Contrata managers, especialistas en mercadotecnia, contadores y algunas veces encontrarás a alguien que sea todo eso en uno. En algún momento si son lo suficientemente talentosos te ayudarán a crear e implementar sistemas para administrar tu negocio de una manera más eficiente y consistente.

Cuando busques personas para que te ayuden como palancas en lo administrativo del

negocio, nunca subestimes la importancia de las primeras contrataciones. Hemos descubierto que los grandes administradores tienen la habilidad para manejar un negocio de bienes raíces y probablemente en el momento que el negocio crezca tomarán tu lugar y tú recibirás las ganancias. ¿Por qué? Porque ellos no son agentes de bienes raíces por sí mismos, sus ambiciones no contrarrestan las tuyas. La oportunidad de manejar un negocio multimillonario parece una posición deseable, además, como dueño del negocio existen menos probabilidades de que un administrador quiera quitarte el negocio. Buscar un remplazo para ti es el último paso para convertirte en un Millonario Profesional Inmobiliario, este punto tan difícil se discutirá en la etapa final de este proceso. Recibir un Millón. Teniendo una imagen completa del proceso para Pensar en un Millón, se debe tener en cuenta que el verdadero inicio de Recibir un Millón es cuando contratas a tu primer administrador extraordinario.

Estoy convencido que uno de los mejores agentes de bienes raíces de nuestros tiempos es Ebby Halliday de Dallas, Texas. La primer asistente

*"Dar el acto de fe: contratar a alguien. Se abrirá hacia arriba y te liberará".*

Valerie Fitzgerald  
Millonario Profesional Inmobiliario  
Los Angeles, CA  
Ventas: \$160 millones de dólares.

PATROCINADO POR EL CANAL : <https://t.me/cardinglatinotg>

administrativa de Ebby era Mary Francis Burleson. Hoy, 30 años después, Mary se ha convertido en la presidenta de *Ebby Holiday Realtors*, una compañía que en la actualidad cuenta con más de 35 oficinas en Dallas ¡Nunca subestimes la importancia de tu primera contratación! Sharon Gibbons fue mi primera administradora en 1983 y, como la mayoría de las primeras contrataciones, ella estaba a cargo de "todo", desde transcribir hasta contestar el teléfono. Pero fue hasta la década de los 90 que Sharon tomó la responsabilidad de todo el departamento financiero. Y de ahí, año con año, las responsabilidades fueron aumentando. Es por esto que realizar una buena contratación es de vital importancia, ya que si lo haces de la manera correcta podría ser de por vida.

Entonces el primer paso en la palanca será la ayuda administrativa que eventualmente te ayudará a crear e implementar sistemas. Los sistemas son simplemente procesos repetidos que nos permiten duplicar fácilmente magníficos resultados. Puedes crear una lista de tareas para tus citas de las propiedades o un plan de 10 puntos para el *marketing* de las mismas. Cual sea el caso será definido por tus estándares y repetible por otros. Tu personal administrativo también deberá traer consigo herramientas. Las herramientas son aquellas con las que se realice el trabajo desde hace años. Conforme progreses, querrás invertir menos y menos tiempo seleccionando e implementando herramientas. La palanca del personal puede apartar de ti estas tareas y permitir que te concentres en las actividades que producen el dinero, como la generación de contactos, ir a las citas de

las propiedades o el contratar y entrenar talento adicional.

Sólo después de tener una gran ayuda administrativa de quienes traen los sistemas y las herramientas y porque ayudaron a que tu negocio creciera al punto en el que haya más clientes de los que puedes manejar, podrás empezar el proceso de contratación

de agentes inmobiliarios, los cuales servirán como palancas. Los asistentes compradores deberán ir primero (probablemente en la forma de un asistente que madurará en un comprador-asistente completo) y mucho, mucho después, un especialista en propiedades. En Gana un Millón grafi-

camos el crecimiento organizacional sugerido que te llevará de Gana Un Millón a Recibe Un Millón. Por ahora simplemente diremos que las personas son las mejores palancas. Contrata cuidadosamente, busca a aquellos quienes puedan exceder tus estándares, no te conformes con menos. Y, recordando nuestra discusión sobre luz roja y luz verde, añade palancas que ¡incremente constantemente! Las palancas muy a menudo representan salario, que será el costo más alto en tu Estado de Resultados. Cuando contrates a una persona adicional, debes obligarlo a una rendición de cuentas, a traer un crecimiento directamente relacionado con su labor. Solamente después de que hayas creado una Palanca nueva en tu negocio ya sea persona, sistema o herramienta) y ésta trabaje a un magnífico nivel, entonces y sólo entonces deberás implementar otra.

La Palanca llega a ser el "Quien, Cómo y Con Qué" de tu negocio cuando realmente quieres crecer, de tal forma que cuando te des cuenta que has llegado a tu nivel máximo de productividad y a tu límite, será tiempo de pensar en agregar apalancamiento a tu negocio para escalar a un nivel más alto.

## LAS 8 CATEGORÍAS DE METAS DEL MILLONARIO PROFESIONAL INMOBILIARIO

Estamos en el cuarto cuarto, rápido, ¿cuál es el marcador?, ¿quién tiene el balón? Y ¿cuánto tiempo queda? ¿Esperarías que todos los integrantes de tu equipo favorito de fútbol supieran estos datos? Claro que lo esperarías. Todos esperan que los jugadores del equipo tengan la información clave sobre los datos esenciales del juego en cualquier momento durante el juego. Estás en el mundo de los negocios y deberías considerarlos como un juego. Tú y todos los miembros de tu equipo ¡necesitan conocer sus números todo el tiempo!

Las 8 categorías de Metas del Millonario Profesional Inmobiliario son cuestión de conocer tus números. Simplemente no puedes manejar un

*"Debes tener una visión y construir una piscina de talento para lograrla".*

Chris Cormack  
Millonario Profesional Inmobiliario  
Ashburn, VA  
Ventas: \$70 millones de dólares.

*"Tienes que realizar un seguimiento de las cifras".*

Bill Ryan  
Millonario Profesional Inmobiliario  
Chandler, AZ  
Ventas: \$54 millones de dólares.



negocio adecuadamente sin medir los gastos y los resultados finales de tus esfuerzos. Se trata de guiarte a través de ellos y concentrarte en el proceso de fijación de metas. Cualquier Director General que merezca llamarse como tal, debería poder darte los números exactos de desempeño de su empresa en cualquier momento (gastos, utilidades, participación en el mercado, etc.), tanto para el año anterior como para el actual. Podrías entonces seleccionar cualquier categoría y preguntarle cuál es su meta para este año. Eso es lo que esperarías de alguien que de manera responsable dirige un negocio. Y como persona de negocios inmobiliarios necesitas empezar a pedirte eso para ti, de tal forma que necesitas darle seguimiento a tus números y fijar metas en categorías clave. Como Director General de tu negocio necesitarás conocer y manejar estos números, al derecho y al revés.

Hay dos tipos de números que el Millonario Profesional Inmobiliario, siempre debe tener presente.

- 1) Números de Metas (Proyección)
- 2) Números actuales (Realidad)

El primer set de números define tus metas para el presente año. El segundo set de números, si es monitoreado ya sea semanal o mensualmente, funciona como una brújula. Cada vez que midas tus números reales obtendrás una visión muy clara de cómo vas en comparación con tus metas anuales. Si te estás quedando corto en alguna área, podrás corregir el rumbo utilizando todos tus recursos para volver a alinear tus números con tus metas antes de hacer cualquier otra cosa. Cuando te encuentres encaminado a exceder tus metas, sabrás que es tiempo de pensar en subir las un poco. Aún utilizando un equipo de billones de dólares para las misiones de los transbordadores espaciales, un viaje al espacio no es simplemente trazar en un mapa un curso y llevarlo conforme al mismo. Los riesgos son tan altos que la NASA está literalmente midiendo el progreso de la misión en nanosegundos, y de hecho en una misión promedio hace cambios y correcciones en su curso miles de veces. La NASA considera este tema de "conocer tus números" como un tema del "Semáforo" y así lo lleva al extremo.

Los Millonarios Profesionales Inmobiliarios conocen sus números meta y monitorean su avance para asegurarse cómo van en todo mo-

mento. Utilizando un conjunto de categorías específicas, establecen grandes metas "a largo plazo" ya sea a tres años, a uno, a un mes e incluso semanalmente. En nuestra experiencia, estas categorías de metas pueden abreviarse en las ocho más importantes de un negocio inmobiliario.

*En estado buscando en mi práctica de bienes raíces cómo un negocio logra... Ahora sé que son el seguimiento de todos los números y ver mis P y L.*

Rachel DeHanas  
Millonario Profesional Inmobiliario  
Waldorf, MD  
Ventas: \$52 millones de dólares.

#### Las 8 categorías de metas del Millonario Profesional Inmobiliario

- 1) Prospectos generados
- 2) Propiedades
- 3) Contratos realizados
- 4) Cierres
- 5) Dinero
- 6) Personas (Talento)
- 7) Sistemas/Herramientas
- 8) Educación personal

Para cada una de estas categorías debes determinar específicamente "el tiempo" en el que se van a lograr.

Figura 13

Al crear categorías clave la selección de metas se hace simple y enfocada. Sólo tienes que recorrer la lista y llenar los espacios vacíos:

1. Para alinear a mis metas a "largo plazo" ¿Cuántos contactos debo generar al año? ¿Cuántos al Mes? ¿Cuántos a la semana?
2. Para alinear a mis metas a 3 años, así como a cualquier día ¿Cuántas propiedades en exclusiva debería tomar este año? ¿Cuántas este mes? ¿Cuántas esta semana?
3. Para alinear a mis metas a 3 años, así como a cualquier día ¿Cuántos contratos debería realizar este año? ¿Cuántos este mes? ¿Cuántos esta semana?



4. Para mí parece a mis metas a "largo plazo"? ¿Cuántos tratos debería cerrar este año? ¿Cuántos este mes? ¿Cuántos esta semana? Y así sucesivamente.

Esta es por mucho, la mejor forma de plantear metas, enfocar tu atención y esfuerzos en esas áreas que impactarán fuertemente a tu negocio.

*"Funciono como un negocio. Puedo hacer el seguimiento de todos mis números en un gran tablero en mi oficina ..."*

Cristina Martínez

Millonario Profesional Inmobiliario

San Jose, CA

Ventas: \$136.3 millones de dólares.

Si no tienes un sistema que pueda ser reusado cada año con pocos cambios, realmente tendrás que trabajar para ponerte metas. Para muchas personas esto resulta muy cansado y terminan enfocándose solamente en un par de resoluciones de año nuevo y se pasan los siguientes doce meses reaccionando a todas las otras áreas de su vida. Las categorías funcionan

como archiveros, cuando las tomas en consideración antes de empezar con el proceso de establecimiento de metas o de evaluación de procesos, es muy difícil olvidar o simplemente ignorar las áreas que necesitan prioritariamente tu atención.

## LA PRIMERA CATEGORÍA DE META DEL MILLONARIO PROFESIONAL INMOBILIARIO: CONTACTOS GENERADOS

Los Contactos son el número más importante que necesitas conocer. Debes saber cuántos contactos debes generar para llegar a todas tus otras metas (Propiedades en exclusiva aceptadas, contratos escritos, tratos cerrados). Cada vez que recibas un e-mail o que suene tu teléfono deberías tener un registro de los contactos que estás recibiendo. Esperamos que te estés dando cuenta de dónde están saliendo tus contactos. Darle seguimiento a esto te ayudará a tomar mejores decisiones acerca de cómo invertir tu presupuesto de generación de contactos. Eventualmente podrás llegar a trabajar en sentido contrario y encontrar cuál es la forma de generación de contactos que sea la mejor para ti.

Una de las cosas más importantes que puedes aprender de darle seguimiento a tus contactos es la tasa de conversión para ti y para tu equipo.

estás trabajando para obtener dos tasas de conversión clave:

1. Tasa de conversión de llamadas en citas para tomar exclusivas.
2. Tasa de conversión de llamadas en citas para mostrar propiedades.

Con el tiempo también llegarás a tener una sensibilización de cuántas citas para mostrar una propiedad requieres para llegar a cierto número de exclusivas. En ese momento podrás darte cuenta cuántos clientes compradores y clientes vendedores necesitarás para cerrar cierto número de tratos. Una vez que comprendas estos números te resultará más sencillo predecir la relación entre los prospectos que llegan a tus manos y su transformación a tratos cerrados e ingreso neto. Si analizas estos números de una manera más profunda podrás descubrir muchos más detalles, pero la meta final es que logres ser capaz de predecir el número de prospectos que necesitarás generar para alcanzar cualquier meta de producción.

## LA SEGUNDA CATEGORÍA DE META DEL MILLONARIO PROFESIONAL INMOBILIARIO: PROPIEDADES

Esta categoría es la segunda en el orden de importancia y es necesario que un Millonario Profesional Inmobiliario la conozca. Todo tu modelo de negocio debería estar construido alrededor de tener cierto número de propiedades cada mes o año. Las propiedades, tal como lo mencionamos antes, son buenas palancas y constituyen oportunidades de ganancia máxima en esta industria. Las propiedades enlistadas a un precio correcto generarán más prospectos y contactos con vendedores. Si no los consigues, tu modelo fallará rápidamente.

En Gana un Millón prescribiremos cierto número de propiedades que deberías luchar por conseguir mensualmente o anualmente. Tu rango de conversión dictará qué tanta generación de contactos es necesaria para conseguir el número correcto de acuerdos con vendedores y así lograr tus metas de propiedades. Si escoges enfocarte sólo en dos áreas de tu negocio, escoge los contactos y las propiedades.

## PATROCINADO POR EL CANAL : <https://t.me/cardinglatinotg>

### LA TERCERA CATEGORÍA DE META DEL MILLONARIO PROFESIONAL INMOBILIARIO: CONTRATOS ESCRITOS

He aquí lo que necesitas saber de tus contratos escritos:

1. El número de unidades (escritas).
2. Volumen total (escrito).
3. Ingreso neto (escrito).

La mejor práctica es rastrear cuántos de tus contactos escritos corresponden a propiedades y cuántos a compradores.

### LA CUARTA CATEGORÍA DE META DEL MILLONARIO PROFESIONAL INMOBILIARIO: CONTRATOS CERRADOS

Para fijar metas debidamente y rastrear los contactos de ventas cerradas necesitas saber:

1. Número de unidades cerradas.
2. Volumen total cerrado.
3. Ingreso neto cerrado.

Al igual que con los contratos, también querrás rastrear cuántos de tus contratos cerrados corresponden a propiedades y cuántos a compradores.

### LA QUINTA CATEGORÍA DE META DEL MILLONARIO PROFESIONAL INMOBILIARIO: DINERO

Estamos tratando esto como un negocio, por lo cual el dinero y los asuntos relacionados a éste deben ser considerados y respetados siempre. Los grandes asuntos para rastrear dinero son:

1. Ingreso neto cerrado ¿Cuánto dinero ganamos?
2. Presupuesto ¿Cuánto dinero gastamos?
3. Ingreso neto ¿Cuánto dinero obtuvimos de ganancia?
4. Compensación del agente ¿Cuánto logré yo, como agente, llevarme a casa?

## PATROCINADO POR EL CANAL : <https://t.me/cardinglatinotg>

### LA SEXTA CATEGORÍA DE META DEL MILLONARIO PROFESIONAL INMOBILIARIO: PERSONAS

Las personas son la primera y la más importante palanca que puedas aplicar a tu negocio de ventas. Cuando haya más trabajo del que consigas manejar, debes contratar ayuda adicional. Nadie puede maximizar su potencial por sí mismo, así que necesitarás ayuda. Las tres áreas de meta clave que tendrás que direccionar respecto a tu personal son:

1. Reclutamiento: ¿Qué necesidad de personal tengo?
  - a) ¿A quién necesito y qué necesito que haga?
  - b) ¿Dónde lo puedo encontrar?
2. Entrenamiento: ¿Qué necesidades de entrenamiento tengo?
  - a) Ahora que tengo a alguien, ¿cómo y cuándo voy a enseñarle qué hacer y cómo hacerlo bien?
3. Consultoría: ¿Qué asuntos de rendimiento o contabilidad tengo?
  - a) Ahora que mi personal está contratado y entrenado, ¿qué/cómo/cuándo podrá apoyar y rendir cuentas, para poder sobresalir?

Aun cuando por el momento no tengas necesidad de personal, es importante que mantengas este tema como clave para lograr tus metas. ¿Comenzarás con el fin en mente verdad? Si estás llevando los otros aspectos de tu negocio debidamente, probablemente empezarás a fijar metas en esta categoría mucho antes de que necesites una contratación. Ya verás que el número de tus prospectos va incrementando y con ellos, también observarás un aumento correspondiente en el número de propiedades y contratos escritos y cerrados. Eventualmente estarás viendo hacia el futuro y diciendo —si esto continúa por más tiempo necesitaré contratar ayuda—.

Considerando esta información como parte de tus metas en todo momento te llevará a cuestionarte lo anterior por anticipado y no tardíamente. La ventaja que te dará esto es la oportunidad de tomarte un momento y buscar un candidato sobresaliente. Como tú ya estás rastreando tu crecimiento en áreas determinadas, también tendrás una ventaja inicial creando una profesión que cubra tus necesidades de hoy y las futuras.

## LA SÉPTIMA CATEGORÍA DE META DEL MILLONARIO PROFESIONAL INMOBILIARIO: SISTEMAS/HERRAMIENTAS

Después del personal, los sistemas y las herramientas son el resto de las palancas. Antes de que contrates personal es necesario que pienses qué sistemas y herramientas vas a necesitar. Un sistema puede ser solamente documentar tus métodos, el reto será que las demás personas sean capaces de seguir tu sistema y duplicar tus resultados. Crear sistemas puede ser un gran reto. Tu primera contratación, que debe ser tu ayuda administrativa, te ayudará a crear un sistema inicial, el cual también podrás utilizar con tus siguientes contrataciones para el área de ventas. Todo lo que hay son herramientas, desde las computadoras, los sistemas telefónicos, el equipamiento, hasta algo tan simple y vital como la descripción del trabajo.

En verdad la descripción del trabajo es una herramienta muy importante para establecer tus estándares de desempeño y comportamiento. La descripción debería ser detallada y completa. Si te es de ayuda, intenta pensar en ella como el programa o plan de estudios de una asignatura, que se le entrega el primer día de clase a un profesor de universidad. Un típico plan de estudios no sólo provee una descripción del material que se estudiará, sino que también marca estándares para aprobar o reprobar. Tu personal necesita comprender cómo podrán llegar al éxito contigo o cómo de la misma manera podrían fallar. La administración de casi todas las herramientas pueden ser delegadas a tu personal.

La categoría de meta sistema/herramientas se manifiesta por sí misma en cualquiera de las siguientes preguntas:

- ▣ ¿Qué necesitamos agregar a nuestras herramientas o a nuestros sistemas?
- ▣ ¿Cuáles de los sistemas y de las herramientas actuales tenemos que mejorar?

Puesto que las palancas de sistemas y/o de herramientas toman tiempo para investigarse, crearse y desplegarse, deben siempre estar presentes en tus metas. Deberás predecir estas necesidades por adelantado por lo que tienes que prestarles atención y tiempo conforme lo requieran.

## LA OCTAVA CATEGORÍA DE META DEL MILLONARIO PROFESIONAL INMOBILIARIO: EDUCACIÓN PERSONAL

Si es que hay una cosa que hayamos descubierto con nuestra experiencia a lo largo de los años, es que los Millonarios Profesionales Inmobiliarios siempre se enfocan en el crecimiento personal. Van a seminarios, buscan consultorías y exigen a sus empleados que hagan lo mismo. Siempre están buscando formas de mejorar la manera de trabajar de de su personal y la propia.

Tu categoría meta de educación personal se mostrará al pensar así:

1. ¿Qué conocimiento necesito aprender? ¿Qué habilidades necesito adquirir?
2. ¿Qué conocimiento necesitan los miembros de mi equipo? ¿Qué habilidades necesitan adquirir los miembros de mi equipo?

Siempre debe existir una necesidad de mejorar tu entendimiento de las áreas claves del negocio. Debes continuar en el camino de ser cada día mejor, por lo que la escuela nunca se acaba.

Haber tenido en cuenta las categorías de metas fue una de las cosas que cambió mi vida como empresario. En 1979 asistí a un seminario impartido por Lewis R. Timberlake, el cual se trataba de fijar metas. Timberlake usaba las categorías de metas y en menos de lo que me imaginaba comencé a hacer notas de cuál debería ser el conjunto de categorías para ser un exitoso agente de bienes raíces. Esas categorías fueron probadas y examinadas originalmente por mí. Ahora y durante el transcurso de mi carrera han presenciado mi escrutinio personal, así como mis dudas y el escepticismo de miles de agentes inmobiliarios, quienes han tenido consultorías conmigo. No obstante que las categorías de metas son mágicas y pueden traer un gran enfoque a tu vida empresarial, no deberían ser aplicables solamente a tu vida de negocios. Yo te exhorto también a explorar tomando ventaja de las categorías de metas en tu vida personal.

Piensa en un Millón está diseñado sólo para comenzar tu conversión a ser un Millonario Profesional Inmobiliario. Con suerte este capítulo te ha brindado visión valiosa de la manera en que los grandes empresarios piensan y la forma en la que los principios dictan sus acciones. Comienza pensando en las nueve maneras que un Millonario Profesional Inmobiliario, piensa, enfócate en las tres P's para convertirte en un Millonario Profesional Inmobiliario y usa los marcadores metódicamente que describimos en los 8 marcadores de un Profesional Inmobiliario Millonario. Si tú puedes hacer estas cosas, estarás preparado para aplicar los modelos que estudiaremos en el siguiente capítulo, para Ganar Un Millón y para empezar a cambiar tu carrera inmobiliaria y llevarla a un nivel más alto.

Si ahora sientes que puedes Pensar en Un Millón, entonces ¡felicidades! ¡Vas por buen camino! Es tiempo de moverse y comenzar a explorar Gana Un Millón.

#### PUNTOS PARA RECORDAR: Piensa en Un Millón

- Pensar que es sumamente importante el pensar en grande al principio, es como construir una carretera de 20 carriles para tu visión del futuro.
- Trabaja para aprender, antes de trabajar para ganar; porque aprender será más efectivo y de hecho terminará permitiéndote ganar más dinero al final.
- Las 9 maneras en las que piensa un Millonario Profesional Inmobiliario:
  - Piensa en Grande motivado por un Gran Por Qué: Teniendo un propósito, misión o necesidad claros te permitirá estar enfocado y mejorar tus acciones.
  - Piensa en Grandes Metas y Grandes Modelos: Grandes Metas y Grandes Modelos fomentan Grandes Hábitos y te empujan a través de pequeñas metas a Grandes Metas.
  - Piensa en Posibilidades: Cree que todo es posible y luego actúa como si fuera imposible fallar.

- Piensa en Acción: Cuando estés listo, cualquier pequeña oportunidad de actuar será apropiada. Cállate, párate y ¡comienza a actuar!
- Piensa sin Miedo: Intentos fallidos no es lo mismo que el fracaso, así que nunca le temas a los intentos. El único intento en el que podrías verdaderamente fallar es cuando te dieras por vencido y no lo intentaras.
- Piensa en Progreso: El éxito está en los números. La calidad está en la cantidad. El éxito llega a la persona que hace más intentos.
- Piensa Competitiva y Estratégicamente: La amenaza es como un juego de aprender a pensar estratégicamente. Los ganadores se atreven a competir.
- Piensa en Estándares: Tú tienes estándares, tu reto es aprender a comunicarlos claramente y a implementarlos en tu equipo
- Piensa en Servicio: Conoce el propósito de tu profesión, articula los detalles de tu valiosa proposición e impártelos con ímpetu.
- La regla 80/20 en el trabajo es siempre con 20% de enfoque en Prospectos/Propiedades/Palancas que te darán 80% de los resultados.

- La generación de contactos no debe ser de manera pasiva.
- Las propiedades son la palanca más alta y la máxima oportunidad para ganar en el negocio de bienes raíces.
- Las palancas son el Quién, el Cómo y el Con Qué de un poderoso equipo de bienes raíces.

- Las categorías metas traen poder a tu vida de negocios. Implementar metas se vuelve más fácil y efectivo cuando tienes una consistente lista de categorías de metas.

- Las personas de negocios conocen sus números, saben sus metas de números y sus números actuales. Así deberías saberlo tú. Las ocho categorías de un Millonario Profesional Inmobiliario son: Contactos Generados, Propiedades, Contratos Escritos, Contratos Cerrados, Dinero, Personas, Sistemas/Herramientas y Educación Personal.

## GANAR UN

## MILLÓN: Etapa 2

*"Si un hombre conoce el puerto en el que quiere desembarcar, cualquier viento es el indicado."*

Séneca



Figura 1

### LA CIENCIA DEL ÉXITO

Lograr usar tu potencial máximo es una ciencia y un arte en la carrera de bienes raíces. El arte es la motivación e inspiración que viene de examinar tus paradigmas y la forma en la que piensa un

Millonario Profesional Inmobiliario. Aun así, la motivación es ir por una ruta sin un mapa a seguir, sin manera clara de convertir tus sueños en realidad. Es como una puerta misteriosa sin nada detrás de ella y se puede percibir como una promesa en falso.

El enfoque de este libro hasta ahora ha sido en su mayoría de visión y perspectiva, enfrentar tus miedos y pensar en grande. Hemos estado estudiando el arte del éxito de las ventas en bienes raíces. Ya es tiempo de enfocar nuestra atención en algo más, es tiempo de enseñar el sistema. Hemos visto el arte, ahora es tiempo de estudiar la ciencia.

Como hemos comentado, los modelos son herramientas muy importantes para ayudarnos a alcanzar nuestras metas. Simple y sencillamente, los modelos sí importan y los modelos más adecuados importan aún más. Si no sabes a dónde vas, imagino que cualquier modelo bastará. Pero si realmente deseas llegar a ser lo mejor que puedas ser, necesitarás Grandes Modelos para alcanzar tus Grandes Metas. Ahora que has hecho a un lado tus paradigmas y has aprendido a pensar como un ganador es tiempo de empezar a trabajar para convertirte en uno. En el negocio de las ventas, ya sea que se den cuenta o no, todos están siguiendo algún modelo. La diferencia entre la generalidad de los agentes inmobiliarios y los ganadores, es que los últimos seleccionan Grandes Modelos en las áreas clave que son más importantes de forma que alcancen su más alto potencial. Comprenden que deben estar enfocados en el 20% importante de su negocio y de los Modelos Grandes que ayudan precisamente a enfocar los esfuerzos en ese 20% que lleva a lograr el 80% de resultados. Uno de nuestros descubrimientos al trabajar y entrevistar a Millonarios Profesionales Inmobiliarios es que los exitosos parecen utilizar cuatro modelos clave: 1. Modelo Económico, 2. Modelo Generador de Prospektos, 3. Modelo de Presupuesto y 4. Modelo Organizacional.

#### Los 4 Modelos Fundamentales de Negocios del Millonario Profesional Inmobiliario

- |                                  |                          |
|----------------------------------|--------------------------|
| 1. Modelo Económico              | 3. Modelo de Presupuesto |
| 2. Modelo Generador de Contactos | 4. Modelo Organizacional |

Figura 2

Resulta que estos cuatro modelos son fundamentales. Representan las cuatro áreas que todos los agentes de bienes raíces deben dominar en algún momento para lograr metas altas en el negocio inmobiliario. En resumen, esto es lo que enseñan:

1. **Modelo Económico:** Usa fórmula que te dice cómo insertar en el modelo números específicos para lograr: 1. Tus metas en áreas específicas, y 2. Recibir un ingreso neto determinado.
2. **Modelo Generador de Prospektos:** El acercamiento específico que debes lograr para generar sistemáticamente un número determinado de prospektos.
3. **Modelo de Presupuesto:** Un patrón de categorías específicas de presupuesto que debes analizar y el porcentaje que debes gastar del ingreso neto en cada una de las categorías.
4. **Modelo Organizacional:** Los puestos específicos del personal que debes emplear y las responsabilidades de trabajo que les asignarás conforme crezca tu negocio.

Simplemente piensa en estos cuatro modelos como si agregaras una fórmula que dice: para conseguir la cantidad de ingreso neto que deseas debes (generar X número de prospektos) - (gastar X cantidad de dinero en áreas específicas) + (contratar X número de personas para hacer que todo funcione)

En las siguientes dos páginas encontrarás dos diagramas indispensables que te darán una vista general de los 4 modelos, los cuales muestran dos perspectivas diferentes. La primera perspectiva es un análisis de alto nivel a las áreas clave de cada modelo, y la segunda resume todo en dos rubros, uno son los temas específicos y el otro son las cantidades determinadas que necesitarás para enfocar tu motivación al camino de ser un Millonario Profesional Inmobiliario.

Por favor toma unos momentos para analizar las figuras 3 y 4 de las siguientes páginas y analiza la información antes de que empecemos la ciencia del éxito al nivel de un Millonario Profesional Inmobiliario. Intenta no darle tanta importancia a los números mostrados en la figura 4, ya que serán explicados con más detalles en la segunda mitad de este capítulo. Por ahora sólo queremos que observes el rumbo que tomaremos.



Los 4 modelos  
Las áreas clave

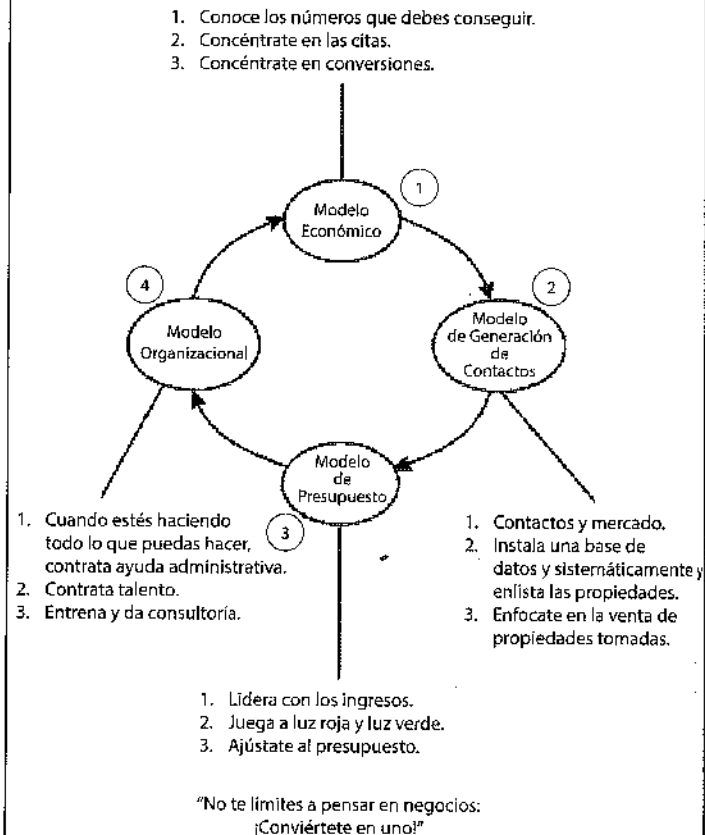


Figura 3

Los 4 modelos  
Los problemas y números del Millonario Profesional Inmobiliario

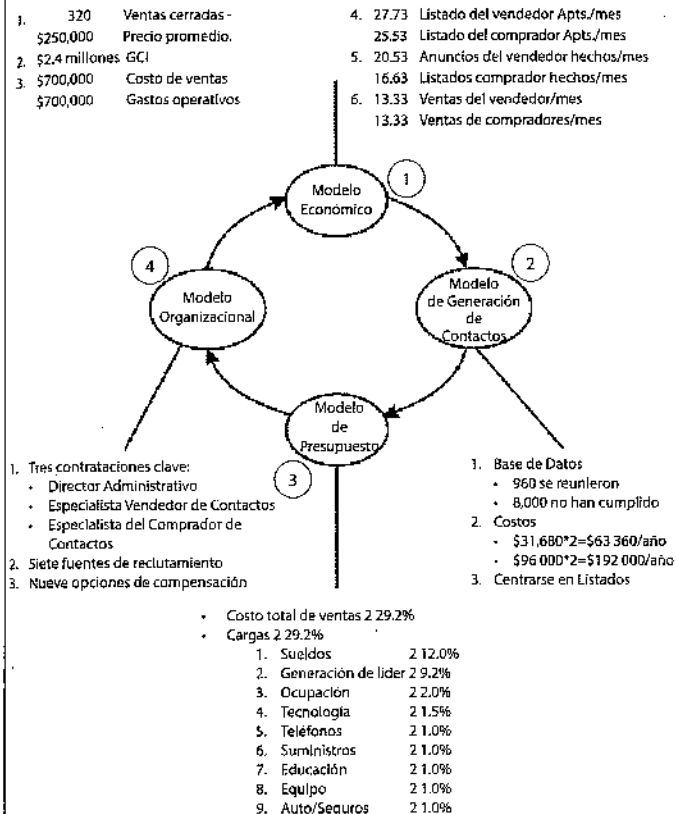


Figura 4

En las siguientes páginas te llevaré a través de los fundamentos de estos cuatro modelos firmes y probados. Entonces, una vez que tengamos los conceptos dominados, te mostraré cómo los Millonarios Profesionales Inmobiliarios los aplican en sus esfuerzos de generar Un Millón dentro de su ingreso anual. De cualquier manera, antes de que comiences a asimilarlos y te veas tentado a implementarlos, es el mejor momento y el más apropiado para recordarte nuestro estudio anterior respecto a los modelos y la creatividad. Creo que hasta que hayas implementado y trabajado con un modelo, no tendrá caso que intentes cambiarlo o mejorarlo. Recuerda, confía en aquellos que han vivido antes que tú. Y si has investigado correctamente, hay razones convincentes para seleccionar los modelos que has escogido. Necesitas tener fe en tu investigación, el tiempo de dudar era entonces. Ahora es tiempo de darle al modelo toda tu fe y esfuerzo, la experiencia personal que nos han transmitido es el único camino verdadero para obtener un entendimiento claro de esto en el caso de que el cuándo o el cómo te desvíen de un modelo fundamental.

Extrañamente y contrario al consejo, la gran mayoría de los agentes empiezan por implementar sus ideas propias y modelos. Parecería que siempre quisieron hacer las cosas a su manera y ser creativos, entonces empezaron su vida empresarial con la creatividad, después, como resultado del éxito o fracaso, añadieron más creatividad a la mezcla mucho antes de que tuvieran una base sólida en la cual pudieran haber estructurado, pensado y actuado. Es cuando la estructura de sus negocios se empieza a ver como "un jacal" de ideas y de creatividad, sin un plan o una visión que los impulse. La creatividad es el centro de sus negocios. Nosotros creemos que las mejores casas y los mejores negocios son construidos con planos claros, con bases sólidas y estructuras probadas.

Si alguna vez has tratado de encontrar un atajo en un vecindario en el cual no estás familiarizado, probablemente entiendas este fenómeno. La historia más común es así: tú vas manejando a visitar a tus clientes a través de una avenida muy transitada y descubres que te puedes ahorrar 5 o 10 minutos si entras por un atajo entre calles pequeñas en donde hay

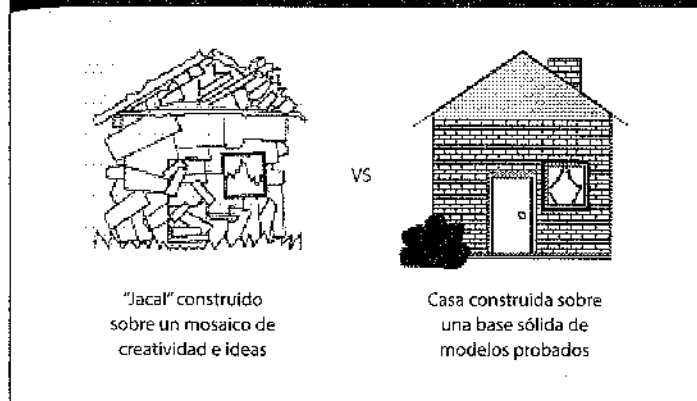


Figura 5

menos tráfico. Entonces das vuelta a la derecha, manejas por unas cuantas cuadras y entras a otra calle que aparenta ir paralela a la avenida en la que estabas. Todo se ve muy bien hasta que unas cuantas cuadras más adelante de donde comenzó tu creatividad pasa algo inesperado, y esta maravillosa calle empieza a desviarse en una dirección equivocada, lejos de tu destino deseado. Entonces compensas esto con más creatividad y decides volver a recorrer las calles para regresar al camino correcto. Bueno, probablemente sabes cómo termina esta historia, en algún momento tendrás que disculparte con tus clientes, estacionarte y sacar el mapa (el que llevabas contigo todo el camino). En vez de ahorrar 5 min perdiste 15 y ahora tienes que retroceder en tus pasos para llegar a donde estabas en un principio y volver a empezar, sin mencionar la pena que sientes y la pérdida de confianza que tus clientes probablemente tendrán.

Hay muchos caminos al éxito en el negocio inmobiliario, sin embargo, estos caminos no están trazados físicamente como calles de una ciudad, así que pueden no ser tan notorios como desearías que lo fueran. La intuición y un buen sentido de ubicación probablemente no sean suficien-

tes para llevarte hacia el éxito, que es a donde deseas ir explorando infinitos caminos sin pavimentar.

Lo puedes ver gráficamente de esta manera: En el diagrama de abajo (figura 6) la línea recta representa los modelos y la línea punteada la creatividad. Cuando empieces con modelos siempre tendrás una base sólida y probada con la cual podrás trabajar. El modelo sirve como un punto de referencia que te posibilitará para conocer el por qué tomaste una decisión creativa y cómo regresar al modelo si esa creatividad falla. Cuando no tengas un modelo que te dé dirección y enfoque, tu último esfuerzo creativo se volverá el punto de referencia, de manera que te podrás perder fácilmente. La buena noticia es que los modelos presentados en las siguientes páginas representan un camino probado y bastante transitado a tu destino final. Si confías en ellos lo suficiente y los consultas regularmente, podrán ser tu mapa y tu ruta principal. Hasta en Venecia, Italia, la ciudad más complicada para transitar, los turistas principiantes pueden encontrar el camino hacia la famosa casa de ópera desde un pequeño café en las calles más angostas, puesto que se toman el tiempo para consultar en cada esquina el mapa en el cual confían.

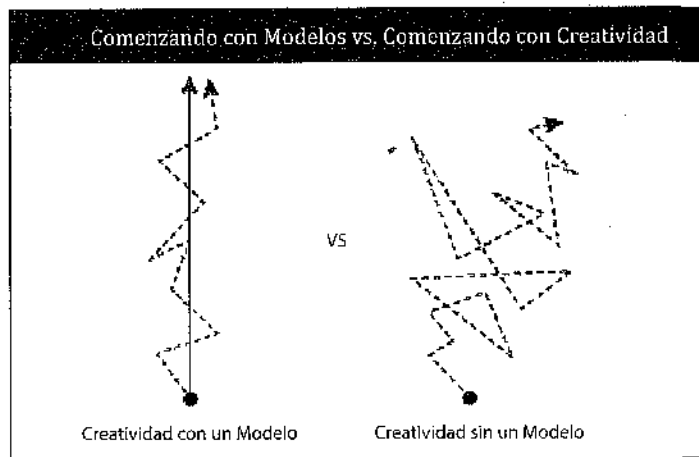


Figura 6

PATROCINADO POR EL CANAL : <https://t.me/cardinglatinotg>

Empieza con el modelo que ya esté probado sólo cuando estés confiado de que tengas todo en orden y conozcas tus puntos de referencia, atrévete a iniciar un nuevo camino con creatividad.

Cuando los agentes no siguen modelos tienden a decir cosas como —Estoy reinventando mi negocio este año—. Muy frecuentemente es otra manera de decir —Estoy perdido y volveré a empezar—. Cuando estés basado en modelos, ocasionalmente necesitarás ajustar o cambiar pequeños detalles, pero cuando estés apoyado en la creatividad tendrás que volver a empezar. Hay una gran diferencia entre estas dos.

## UNA LECCIÓN DE

WARREN BUFFETT

Warren Buffett, uno de los mejores inversionistas de todos los tiempos, entendió cómo ser fiel a los modelos. En la maestría de la universidad, Buffett estudió los modelos del economista Benjamin Graham, autor de *Security Analysis*, una guía clásica para la inversión. Este libro es una revisión de las estrategias y modelos para el inversionista. Graham publicó cuatro ediciones de 1934 a 1962. En *Buffettology*, los autores escriben que Buffett cree que —Uno aprende a través de la experiencia, y si no es de la experiencia, es de aquellos con experiencia—. En otras palabras, el mejor inversionista de nuestro tiempo, posiblemente de todos los tiempos, entendía el poder de aprender de otros y de seguir modelos. Después de obtener experiencia profesional en inversiones, Buffett juró no hacer otra inversión hasta haber leído 12 veces más *Security Analysis*. Es decir que no estaba conforme con sólo estar familiarizado con el modelo, sino que quería ser un verdadero estudiante de estos modelos. Por cierto, aun tiene en su escritorio las cuatro ediciones del libro de Graham y las consulta regularmente, haciendo pequeños cambios cada año basados en su experiencia continua de trabajo y las diversas aplicaciones de los modelos. Para Warren Buffett los modelos correctos sí importan y su gran éxito prueba que seguir los modelos correctos otorga *Grandes Recompensas*.

Esperamos que los cuatro modelos fundamentales del *Profesional Inmobiliario Millonario* te sirvan así como la teoría de *Security Analysis* sirvió a Buffett. Empieza aplicándolos como son. Conforme los vayas implementando y entendiendo más profundamente, tendrás la necesidad ocasional de modificar y buscar qué funciona mejor para ti en tu mercado. Al final todos tendrán su propia versión personalizada del modelo. Aunque éste sea fiel a los principios fundamentales que establecimos, reflejará tu estilo y tu mercado. Sólo recuerda fundamentar tus esfuerzos en un modelo sólido y probado en vez de creatividad inestable e improvisada.

## LOS CUATRO MODELOS FUNDAMENTALES EN EL ÉXITO INMOBILIARIO

Según nuestra experiencia e investigación, los cuatro modelos clave son la base para un negocio inmobiliario altamente exitoso. Seguir estos modelos debería colocarte en el camino más seguro y rápido al verdadero logro y éxito del negocio de bienes raíces. Nuestro estudio de estos 4 modelos será dividido en dos partes, conforme a las ilustraciones anteriores. Primero, como repaso, vamos a explorar brevemente las áreas clave de cada modelo, después analizaremos con mucho más detalle los temas particulares y los números de cada modelo, mismos que se relacionan específicamente con las metas del *Millionario Profesional Inmobiliario*. Caminaremos sobre la superficie de los modelos para familiarizarnos con ellos y después profundizaremos en éstos para alcanzar el entendimiento que necesitarás al aplicarlos para un alto nivel de rendimiento.

Para ser exitoso en tu carrera como agente inmobiliario es importante que entiendas que necesitas no sólo pensar como una persona de negocios, sino que necesitas convertirte completamente en una persona de negocios. Debes tomar y aplicar acciones de los negocios exitosos para lograr tener uno. Los modelos son de acciones. Estos cuatro modelos representan las Grandes Áreas en las cuales debes tomar acción efectiva para llevar tu carrera inmobiliaria al nivel máximo de éxito.

## TU MODELO ECONÓMICO

piensa en tu Modelo Económico como la fórmula que describe la forma en la que trabaja tu negocio. Es una ecuación para el éxito. Esencialmente, el Modelo Económico describe la relación entre una serie de actividades y los resultados específicos que éstas producen. De hecho, puedes utilizar fácilmente la fórmula en el otro sentido. Si estableces un resultado esperado éste dictará las acciones específicas que necesitarás para lograrlo.

Ahora, si lo logras o no, como quiera ya tienes un Modelo Económico. Todos los negocios tienen uno. El asunto no es tener un Modelo Económico, sino entender el modelo que tienes y analizar si te conducirá a lograr el resultado que quieres. Un Modelo Económico útil debería lograr tres cosas básicas:

1. Mostrarte de dónde viene el dinero (Ingresos Brutos).
2. Mostrarte a dónde va el dinero (Gastos).
3. Mostrarte cuánto dinero queda para ti (Ingreso Neto).

Esto es economía básica y suena muy simple, pero en la actualidad muchas personas siguen modelos económicos muy inestables:

1. No están seguros de dónde viene el dinero.
2. No están seguros de cuáles costos son importantes y cuáles no.
3. No pueden estar seguros de cuánto ingreso tendrán este año.

El problema es que su Modelo Económico está basado en actividades sin ingresos proyectados. Han caído en la falacia común de que si trabajan arduamente e invierten en su negocio de alguna manera merecen el dinero que quieren. Lo siento, simplemente no funciona así. Afortunadamente muchos agentes inmobiliarios exitosos vivieron antes que nosotros y ahora tenemos muchos ejemplos que nos pueden guiar. Ahora podemos construir un Modelo Económico básico y comprobado por muchos agentes inmobiliarios, que te llevará a tu potencial máximo.

El Modelo Económico que proponemos es sencillo, tu economía, el negocio inmobiliario de una manera que funciona incluso para cualquier negocio de bienes raíces, ya sea de operaciones personales o de un equipo grande y dinámico. Los Grandes Modelos funcionan para todos y llevan a todos a lograr Grandes Metas. De hecho, el modelo que presentamos aquí no conoce límites.

## LAS TRES ÁREAS CLAVE DE TU MODELO ECONÓMICO

Hay tres áreas críticas en tu Modelo Económico. Inicialmente necesitarás concentrarte en conocer los números importantes a los cuales quieres llegar. Luego requerirás conocer cómo los diferentes aspectos de tu negocio interactúan para producir resultados financieros, lo cual es esencial para tomar buenas decisiones. Entonces tendrás que enfocarte en la cantidad de citas que debes agendar, los números actuales de tu modelo económico y la tasa de conversión que debes lograr, que es la parte variable de esta ecuación. Demos un vistazo rápido a estas tres.

### 1. Concentrarse en los números que debes lograr

Lo mejor del Modelo Económico es que te dirá qué números debes lograr para obtener el ingreso que deseas. La fórmula que mostramos en la figura 7 es más simple de lo que probablemente pensabas.

*"Empezamos con una meta mental. Conocemos los números que deseamos lograr y no los perdemos de vista".*

Chris Cormack  
Millonario Profesional Inmobiliario  
Ashburn, VA  
Ventas: \$70 millones de dólares.

Con un modelo así podrás completar las cifras de rendimiento y ver de forma clara cómo los números mayores o menores a lo deseado en un área afectan a las demás. Una vez que hayas logrado sensibilizarte a la forma en la que interactúan los números, podrás darte a la tarea de calcular los números que planeas alcanzar y fijar metas en áreas determinadas para lograr resultados específicos.

La fórmula básica para el Modelo Económico del Millonario Profesional Inmobiliario			
Para Vendedores		Para Compradores	
—	Citas para exclusivas de propiedades.	—	Citas para mostrar propiedades.
3 — %	Tasa de conversión de exclusivas	3 — %	Tasa de conversión de exclusivas
5 —	Exclusivas tomadas	5 —	Exclusivas de comp. tomadas
3 — %	Tasa de Conversión de ventas	3 — %	Tasa de Conversión de compras
5 —	Propiedades vendidas	5 —	Compras hechas
3 —	Precio promedio de ventas	3 —	Precio promedio de compra
5 —	Volumen de ventas	5 —	Volumen de compras
3 — %	de Comisión	3 — %	de Comisión
5 —	Remuneración neta de ventas.	5 —	Remuneración neta de compradores.

5 — Remuneración neta  
2 — Gastos  
5 — Ingreso neto

Figura 7

### 2. Concentrarse en el número de citas

Al revisar tu Modelo Económico podrás observar claramente que tiene un inicio y un fin. El fin es lograr obtener el ingreso que quieres recibir, qué actividades son las iniciales para lograr un ingreso: Citas. Hay citas para lograr exclusivas con los vendedores y citas con los clientes compradores. (Nótese que en este libro nos referimos como prospectos a los dos casos ya sea de vendedores o compradores). Las exclusivas de propiedades son acuerdos de servicios, las de los compradores son acuerdos de representación. "Prospectamos" a ambos, compradores y vendedores.

*"Cada día trabajo en 15 archivos y tengo tres citas de exclusivas".*

Mike Mendoza  
Millonario Profesional Inmobiliario  
Phoenix, AZ  
Ventas: \$60 millones de dólares.

Simple y llanamente, si no tienes citas, literalmente, Nada Pasarás. Por lo tanto estos son puntos críticos de enfoque en tu Modelo Económico. Las citas son lo que impulsará el ingreso. Así que consigue citas, primero consigue las más que puedas manejar y parte de ahí.

### 3. Concentrarse en las tasas de conversión

Tu Modelo Económico dicta que te tienes que concentrar en conseguir citas para tener alguna oportunidad de generar ingresos. También deja en claro que la cantidad de citas que puedas convertir en acuerdos de exclusivas para luego convertirlas en ventas, determinará en verdad cuánto ingreso puedes generar. Dicho esto, podemos afirmar que debes convertir tus citas en negocios tangibles. Podríamos resumir el Modelo Económico en una frase: "Las citas convertidas a exclusivas, ya sean de comprador o de vendedor, convertidas en tratos, dan por igual a tu ingreso neto". Las tasas de conversión son las variables fundamentales en la ecuación de tu ingreso.

*"Hemos descubierto que cuanto más dominamos nuestros guiones y diálogos, las mejores tasas de conversión son nuestras".*

Gary y Nikki Ubaldini  
Millonario Profesional Inmobiliario  
Palm Harbor, FL  
Ventas: \$28 millones de dólares.

Ahora el Modelo Económico nos ha resaltado algo más, las habilidades clave que debes adquirir o desarrollar para convertir prospectos en citas, y éstas en exclusivas. No cometas errores, dominar tus presentaciones, escritos y diálogos es lo que te va a llevar a tu tasa de conversión.

Si das un vistazo a tu Modelo Económico, algo debería resaltar muy claramente. Convertir los prospectos en citas y convertir las citas en exclusivas son un gran impulsor de tu economía. Ambos se logran con una habilidosa presentación que tenga diálogos y escritos firmes. Si no puedes hacer una presentación convincente, utiliza escritos concretos o busca un diálogo efectivo, no serás exitoso sin importar cuántos prospectos logres tener, si no los conviertes.

PATROCINADO POR EL CANAL : <https://t.me/cardinglatinotg>

MODELO DOS

## EL GENERADOR DE CONTACTOS

Así como tu Modelo Económico es importante, el Modelo Generador de Contactos también lo es. ¿Por qué? Uno depende del otro, los dos van de la mano. Una vez que sepas cuántas citas debes tener, tendrás que empezar a generar los contactos necesarios para lograr estas citas. Ahí es donde entra tu Modelo Generador de Contactos. Los contactos son el combustible de tu motor económico. Y he aquí un dato del cual no debes apartar nunca la vista: Nunca puedes tener suficientes buenos contactos. Nunca.

## LA BATALLA DEL POSICIONAMIENTO

Una de las veces más trascendentes que "me cayó el veinte" fue algo que descubrí mientras leía *Positioning: The Battle for Your Mind*, escrita por Al Ries y Jack Trout. Este libro propagaba la idea de que la mente humana es un "contenedor inadecuado". La idea básica que comparte es que bajo un constante bombardeo de propaganda y publicidad, la mente humana se satura de marcas y sólo puede retener un número exacto de marcas a la vez. Ries y Trout citaron el trabajo de un psicólogo de Harvard, George A. Miller, afirmando que la cantidad máxima que podemos recordar de marcas de un producto por categoría (punto de saturación de marcas en la mente) es siete. Fue ahí cuando me cayó el veinte. Su libro trata de las grandes marcas y sus campañas multimillonarias detrás de las bebidas, aerolíneas, carros y restaurantes de comida rápida. Me hizo cuestionarme cómo aplicaría esto para la publicidad de un agente inmobiliario hacia su mercado. Las probabilidades son, que si una persona promedio no puede nombrar más de siete marcas de papas fritas, no podrán nombrar más de dos agentes inmobiliarios en su mercado.

Los datos de 2002 de la Asociación Nacional de Corredores de Bienes Raíces (ANCR) en el perfil de compradores y vendedores respaldan lo anterior. De acuerdo a la investigación de la ANCR, 76% de todos los vendedores contactaron sólo a un agente inmobiliario y sólo 16% contacta-

PATROCINADO POR EL CANAL : <https://t.me/cardinglatinotg>



ron a dos agentes. En el lado del comprador las estadísticas son igual de reveladoras. Según la investigación de la ANCR, 59% de los compradores contactaron a un agente y 22% contactaron sólo a dos!

A partir de esto podemos ver claramente lo que Ries y Trout querían decir: compartir el espacio mental entre agentes inmobiliarios es imposible. Considerando toda la información con la que llenamos a las personas, se tiende a bloquear toda la información, excepto por una mínima fracción. Es sólo como defensa personal. Claramente, con tantas opciones, las personas limitan la información que retienen. Promediando las estadísticas de la ANCR, podemos ver que casi 86.5% de todos los compradores y vendedores tienen espacio en sus mentes para sólo uno o dos agentes

*"Invertir en ti: Mercado con tu nombre y tu presencia".*

Elaine Northrop  
Millionario Profesional Inmobiliario  
Ellicott City, MD  
Ventas: \$71 millones de dólares.

inmobiliarios. En la batalla entre los agentes por un espacio en la mente del cliente, ¿eres el primero o el segundo?, ¿simplemente estás fuera de la competencia?, ¿eres uno más del resto y te confundes entre las masas? o ¿eres el muchacho chicho de la película?

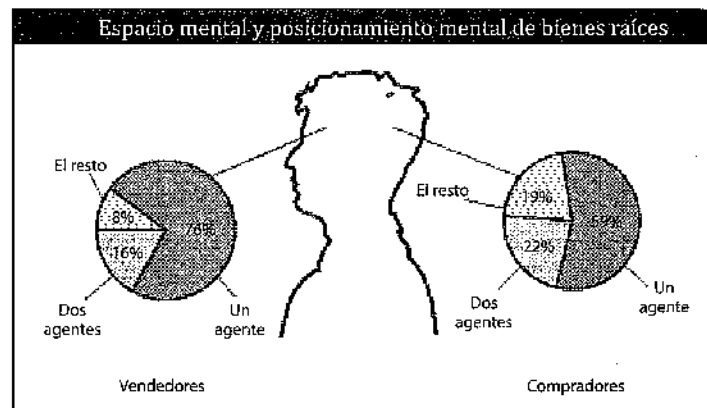


Figura 8

Así que la gran pregunta es: ¿cómo ganar estas primeras dos posiciones en la porción mental de bienes raíces con suficientes personas? La respuesta es: "A través de una sistemática generación de contactos".

## JUGANDO EL JUEGO DE LOS NÚMEROS

La innegable verdad es que entre más alta sea la calidad de tus prospectos, mejores serán tus tasas de conversión. Esta verdad es tan evidente que muchos agentes inmobiliarios concentran la mayoría de su esfuerzo de generación de contactos en conseguir contactos con calidad. Pero esta verdad puede ser riesgosa. El verdadero tema es más grande que las tasas de conversión, y me refiero a tus resultados netos: el número de contactos que logres convertir y el volumen de ventas en el que se traducen. Tasas de conversión altas te harán generar el mismo ingreso si tienes pocos contactos que si tuvieras tasas de conversión bajas. Pero las tasas de conversión bajas pueden ser igual de efectivas que las altas mientras puedas atender a un gran número de contactos. Entonces, aunque tu tasa de conversión es muy importante, el número de contactos que generas es aún más crítico. La calidad de tu combustible es irrelevante si no tienes suficiente para que te transporte a donde quieres. Los grandes destinos en el negocio inmobiliario necesitan un gran número de contactos.

Los agentes inmobiliarios más exitosos te dirán que —la calidad está en la cantidad—. Mientras en un área específica la mayoría de los agentes generan contactos modestamente y obtienen modestos resultados, un pequeño conjunto hace una generación masiva de contactos y logra recompensas masivas, este conjunto pequeño lo conforman los Millonarios Profesionales Inmobiliarios.

Esto es interesante puesto que muchos agentes son seducidos por la búsqueda de la imagen de mercadotecnia perfecta invirtiendo grandes cantidades de tiempo y dinero en este propósito. No hay duda de que tu imagen de mercadotecnia y el mensaje que transmite son muy, pero muy importantes. Aun así, debemos mantenerlo en perspectiva, nuestra experiencia con agentes exitosos nos ha enseñado que aunque tu imagen y mensaje son importantes, hay una correlación más grande entre las ventas generadas por los contactos y la consistencia y frecuencia de tu mensaje, que

*"Hemos aprendido a jugar el juego de los números. Cuanto más jugamos, más éxito tenemos".*

Jim y Linda McKissack  
Millonario Profesional Inmobiliario  
Denton, TX  
Ventas: \$34.2 millones de dólares.

entre tus ventas y la creatividad del mensaje. No importa cómo lo mires, la generación de contactos siempre será un juego de números. Por más efectiva que sea tu generación de contactos necesitarás ser sistemático (frecuente y consistente) e ir por un gran volumen.

El plan de generación de contactos debe ser siempre más ambicioso que tus metas. Emerson estaba en lo correcto cuando escribió —Nosotros apuntamos arriba del blanco para llegar a la marca—. Y eso nunca fue más acertado que al aplicarse a la generación de contactos. El cambio de mercado, la tasa de conversión y las cosas que pasan a través del tiempo podrían ocasionar que requieras más contactos de los que creías necesarios. Tu mejor defensa contra estas posibilidades imprevisibles es ir a la defensiva y construir un plan de generación de contactos que produzca más de los que creas necesarios. Si terminas entonces con más de los que habías planeado originalmente ¿será algo malo? No, pero lo contrario sí lo sería. Es un juego de números, siempre lo ha sido y siempre lo será.

## LAS TRES ÁREAS CLAVE EN EL MODELO GENERADOR DE CONTACTOS

Hay tres áreas clave en tu Modelo Generador de Contactos. Primera está la prospección y aspectos de mercadotecnia donde generas contactos y los mueves hacia los círculos interiores, reflejados en la figura 9. Después está el trabajo de generar una base de datos y actualizarla constantemente. Por último está la mercadotecnia sistemática hacia esa base de datos para generar nuevos, repetidos y remuneradores negocios. Profundicemos un poco en estas tres áreas.

### 1. Prospección y mercado

La meta de tus "Grandes Logros" y programa de generación de contactos es una moneda de dos caras: generar contactos y construir relación

entre tus ventas y la creatividad del mensaje. No importa cómo lo mires, la generación de contactos siempre será un juego de números. Por más efectiva que sea tu generación de contactos necesitarás ser sistemático (frecuente y consistente) e ir por un gran volumen.

El plan de generación de contactos debe ser siempre más ambicioso que tus metas. Emerson estaba en lo correcto cuando escribió —Nosotros apuntamos arriba del blanco para llegar a la marca—. Y eso nunca fue más acertado que al aplicarse a la generación de contactos. El cambio de mercado, la tasa de conversión y las cosas que pasan a través del tiempo podrían ocasionar que requieras más contactos de los que creías necesarios. Tu mejor defensa contra estas posibilidades imprevisibles es ir a la defensiva y construir un plan de generación de contactos que produzca más de los que creas necesarios. Si terminas entonces con más de los que habías planeado originalmente ¿será algo malo? No, pero lo contrario sí lo sería. Es un juego de números, siempre lo ha sido y siempre lo será.

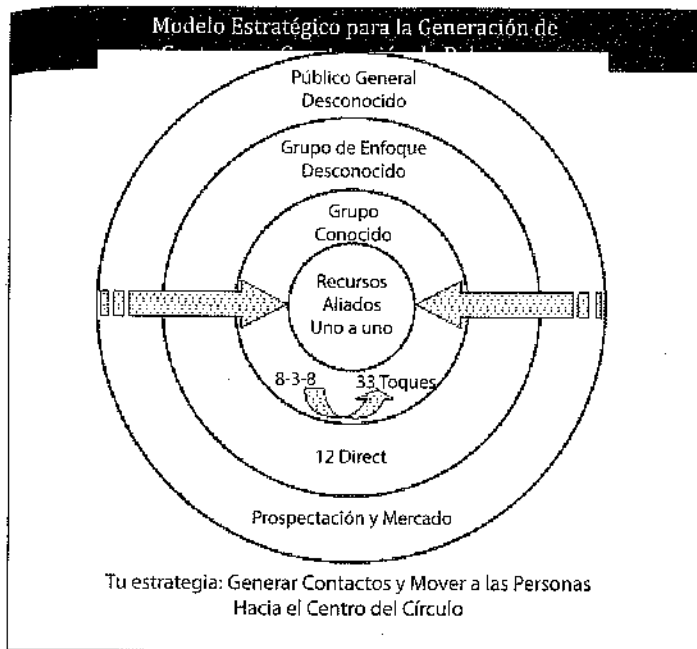


Figura 9

*"Nuestro negocio viene de las referencias y de la reputación, pero aun así hacemos mucha publicidad. Mandamos un mail a nuestra base de datos cada 3 meses y mensualmente a nuestro grupo de enfoque".*

Jill Rudler  
Millonario Profesional Inmobiliario  
Westerville, OH  
Ventas: \$58 millones de dólares.

Vamos a analizar brevemente el modelo estratégico. El público general es sólo eso, personas a quienes no has conocido y que no te conocen. Utilizarás una gran variedad de *prospectación*, es decir encontrarlos, y *marketing*, es decir atraerlos y dejar que ellos te encuentren. Esas son las formas de generar prospectos en esta categoría. En nuestra experiencia hay dos grandes categorías en la prospectación y 11 categorías de mercadotecnia de las cuales puedes escoger (figura 10). El mercado, tus preferencias, tu presupuesto y tus metas dictarán normalmente los tipos de fuentes de publicidad que decidas utilizar.

Prospección (Proactiva y Directa)	Mercadotecnia (Proactiva e Indirecta)
<b>1. Telemarketing</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>☐ Ventas directas</li> <li>☐ Exclusivas expiradas</li> <li>☐ Casas recién vendidas</li> <li>☐ Casas recién exclusivadas</li> <li>☐ Clientes pasados</li> <li>☐ Recursos aliados</li> <li>☐ Área geográfica</li> <li>☐ Apartamentos</li> <li>☐ Empresas / Corporativos</li> <li>☐ Constructores</li> <li>☐ Bancos</li> <li>☐ Otras empresas</li> </ul>	<b>1. Publicidad</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>☐ Periódicos</li> <li>☐ Vehículos personales</li> <li>☐ Radio</li> <li>☐ Revistas</li> <li>☐ Paradas de camión</li> <li>☐ Espectaculares</li> <li>☐ Directorios telefónicos</li> <li>☐ Televisión</li> <li>☐ Carritos de mercados</li> <li>☐ Camionetas</li> </ul>
<b>2. Cara a cara</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>☐ Recursos aliados (comidas)</li> <li>☐ Cambareo (puerta por puerta)</li> <li>☐ Open houses</li> <li>☐ Fiestas con clientes</li> <li>☐ Eventos de redes sociales</li> <li>☐ Eventos sociales y comunitarios</li> <li>☐ Seminarios</li> <li>☐ Ferias y exposiciones</li> <li>☐ Conferencias y clases</li> <li>☐ Oportunidades</li> </ul>	<b>2. Artículos promocionales</b> (linanes, calendarios, etc.) <b>3. Sitios de internet</b> <b>4. Mail directo</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>☐ Campañas de postales</li> <li>☐ Campañas de boletín de noticias</li> <li>☐ Tarjetas de recién listado / recién vendido</li> <li>☐ Tarjetas de eventos especiales</li> <li>☐ Actualizaciones del mercado por trimestre</li> </ul>
	<b>5. Sistemas computacionales automáticos</b> <b>6. Difusión</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>☐ Mail</li> <li>☐ Fax</li> <li>☐ Teléfono</li> </ul>
	<b>7. Letreros, lonas, banderines, folletos</b> <b>8. Camisetas con logo, gafetes, carros con logo</b> <b>9. Columna de nuevos listados y consejos</b> <b>10. Promociones</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>☐ Por área geográfica</li> <li>☐ Por clase demográfica</li> </ul>
	<b>11. Patrocinios</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>☐ Eventos de caridad</li> <li>☐ Equipos deportivos de ligas amateurs</li> <li>☐ Eventos comunitarios</li> </ul>

Figura 10

Las probabilidades son que si ya estás en el negocio de bienes raíces, aún tienes un gran número de oportunidades de generación de contactos por explorar. Explorar todas las opciones podría debilitar la fuerza de tu campaña. Te recomendamos hacer una lista de las estrategias que utilizas actualmente y añadir el mismo número de opciones nuevas al listado. Puede que ya estés yendo a eventos sociales y comunitarios, pero no te concentres tanto en la generación de contactos mientras estás ahí. Los anuncios son utilizados como una forma de mercadotecnia, éstos pueden ser adaptados a otros formatos fácilmente y con un bajo costo. Busca la manera de "matar dos pájaros de un tiro".

Cuando hayas terminado con la lista, sistematízala. Crea un plan escrito que contenga el cómo propones atender cada una de las áreas en los siguientes doce meses. Proporciona un tiempo específico para cada una y realiza una cuenta regresiva que actualices cada semana. Nuestras entrevistas con los agentes inmobiliarios más exitosos han revelado claramente que a propósito utilizan una gran variedad de técnicas para un número más alto del promedio de contactos. Piensa en cómo ir diversificando tu portafolio de generación de contactos. Los múltiples métodos y fuentes no sólo te llevarán a un negocio mejor en tiempos prósperos, sino que también te diversificarán y ayudarán a proteger tu negocio en tiempos difíciles.

El Grupo de Enfoque consiste en las personas que no has conocido y que no te conocen, pero difiere del público general en que ya los categorizaste como aquellos con los que específicamente te gustaría hacer negocios. Como resultado de esto podrás realizar una campaña de mercadotecnia específica hacia el Grupo de Enfoque para generar posibles contactos de entre ellos en un futuro.

El Grupo de Conocidos son aquellos individuos que te conocen porque los contactaste, ya sea por teléfono o en persona. Tu meta es lograr lanzar una campaña más concreta y fuerte a este grupo con la intención de generar una relación más estrecha y más negocios por persona que en el Grupo de Enfoque.

Por último, los recursos aliados comprenden una subcategoría muy selecta del Grupo de Conocidos. Son los individuos de los que esperas tener negocios haciendo tratos u obteniendo contactos de ellos cada año. Este es el grupo más importante en tu base de datos, así que además de la campaña

publicitaria para este Grupo de Conocidos, deberán recibir una comida cara a cara, una visita o una fiesta varias veces al año. Algunos de ellos, los de más influencia o más alto nivel deberás verlos con frecuencia.

*"Si usted no tiene una red (base de datos), no tendrá éxito".*

William Barnes  
Millonario Profesional Inmobiliario  
Taylors, SC  
Ventas: \$59 millones de dólares.

eres muy bueno en lo que haces, que tienes conocimientos que puedes compartir y que prefieres hacer negocios basado en referencias. Estás "pidiendo ayuda" al decirles que te contacten si tienen algún conocido que esté considerando comprar o vender una propiedad. Estos dos pasos son las áreas en las cuales tu eficiencia con los guiones y los diálogos serán más útiles. La última área es recompensar, se trata de un enfoque sistemático para recompensar la referencia. Tienes que tener un sistema para recompensar inmediatamente cuando te hayan recomendado a un cliente. Tu regla principal debería ser: "Tratar a la fuente de la referencia mejor que a la referencia". Muestra tu apreciación en cada momento, en la llamada de la recomendación, cuando conozcas al referenciado y cuando la transacción haya sido completada. Muchos agentes cometen el grave error de recompensar sólo a aquellas referencias que se convierten en tratos cerrados. ¡Recompensa el comportamiento correcto! Tu esfera de influencia no es el seleccionar a los clientes que te van a referenciar antes de que lo hagan. El simple hecho de haberte recomendado o referenciado a alguien debe ser recompensado significativamente. Pues es lo que quieres que hagan una y otra vez.

Estos cuatro grupos: Público general, Grupo de Enfoque, Grupo de Conocidos y Recursos Aliados representan la población total de la cual estarás intentando generar contactos. La meta es prospectarte y mostrarte ante estos grupos de manera que sea posible con el tiempo, colocarte en el número dos o el uno en su espacio mental de bienes raíces. Esto

Si existe una fórmula básica para trabajar con tu grupo de Recursos Aliados podría ser algo así: Educa, Pide Ayuda y Recompensa. Cada vez que te comuniques con contactos de tu base de datos deberías estar "educándolos"; en otras palabras, debes reforzar la idea que tienen de que tú estás en el negocio inmobiliario, que

los puede llevar a lograr negocios inmediatamente o a futuro contigo o a referirte en negocios próximos o futuros. Para una visión completa de cómo generar referencias de tus recursos aliados, por favor consulta el Programa de Generación de Referencias de Recursos Aliados (figura 11).

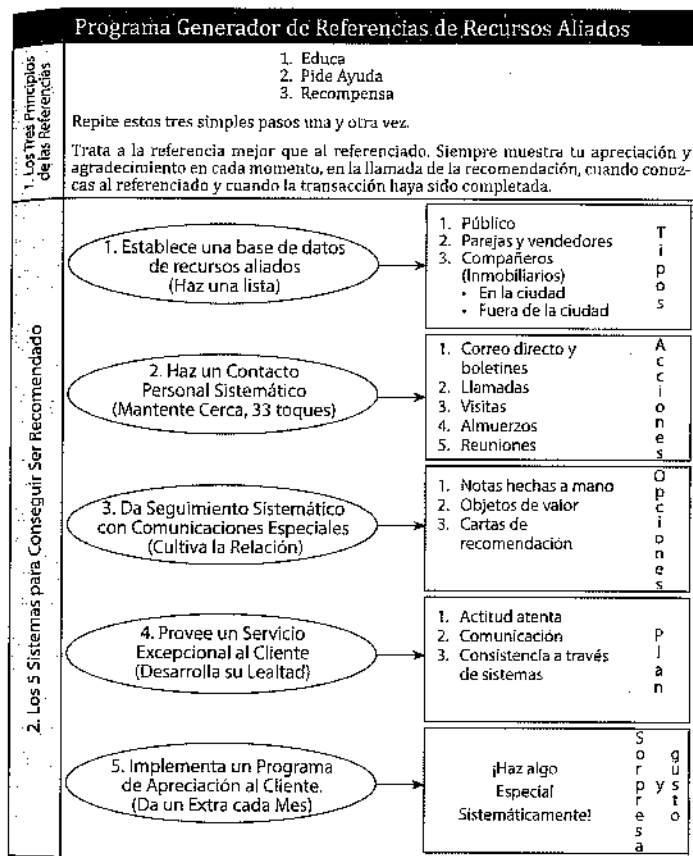


Figura 11

PATROCINADO POR EL CANAL : <https://t.me/cardinglatinotg>

## 2. Hacer una base de datos y alimentarla

Una grande, poderosa y manejable base de datos con todos tus contactos será el corazón de tu programa de generación de prospectos. Piensa en los nombres de las personas de tu base de datos y la relación que llevas con ellas como "tu negocio". Cuando escuches de alguien que está en la industria de servicios que está vendiendo su negocio: ¿Qué crees que quieran decir? ¿Qué es lo que un doctor o un abogado vende en realidad? Ya que ellos no tienen un producto físico lo que realmente venden se reduce a unas cuantas cosas, su personal; sus sistemas y su base de datos.

Hace muchos años fui a mi doctor para un chequeo anual para las alergias, imagina mi sorpresa cuando un doctor, al cual nunca había visto u oído de él, entró a su consultorio y se presentó como mi nuevo alergólogo. Resulta que había comprado el "negocio" de mi ex alergólogo que ahora estaba retirado. Bueno, de todas las cosas que pudo haber comprado de mi doctor anterior, ¿qué fue lo más importante que compró? ¡Yo! Mi nombre en una base de datos y mi relación con el doctor anterior, ¡fue por lo que compró el negocio! Si te has exaltado por la simplicidad de este concepto, entonces has entendido uno de los conceptos más importantes de este libro, uno muy simple. Tu base de datos es tu negocio. Construir y lograr un número de nombres y una relación con ellos es realmente el núcleo de la construcción de un negocio de bienes raíces. Piénsalo de esta manera: El tamaño de tu negocio de bienes raíces va en proporción directa con el tamaño y la calidad de tu base de datos.

*"Vengo del negocio de seguros, por lo que sé cómo construir una base de datos de clientes que logra traerme negocios repetidos".*

Russell Shaw  
Millonario Profesional Inmobiliario  
Phoenix, AZ  
Ventas: \$50.6 millones de dólares.

El mejor enfoque para la generación de contactos es crear un modelo para ejecutarlo de manera sistemática. Una vez que tienes el modelo, tu enfoque va completamente dirigido a implementarlo. Una serie de sistemas que puedas seguir te hará esto mucho más fácil. ¡Sólo necesitas hacerlo!

PATROCINADO POR EL CANAL : <https://t.me/cardinglatinotg>

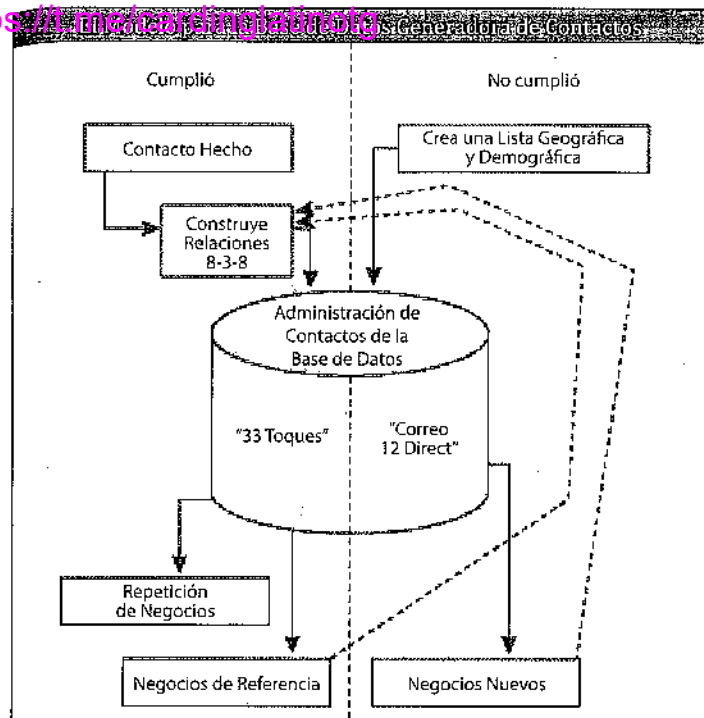


Figura 12

Para operar tu modelo de base de datos, primero necesitas darte cuenta que tendrás que generar contactos de dos grupos: 1) Grupo de personas Conocidas; 2) Grupo de Enfoque que aún no conoces. Nos referimos a estos grupos en la estrategia de generación de contactos como *los Conocidos y los Desconocidos*.

La mercadotecnia y la prospección hacia tus Conocidos y Desconocidos de tu base de datos acapará tres tipos de negocios: los negocios nuevos (del grupo de desconocidos), los repetidos (del grupo de los conocidos) y referenciado (muy probablemente del grupo de los conocidos).



Mientras la prospección y el hacer contactos con estos dos grupos es un enfoque muy poderoso, no es muy impulsor. De forma más simple, si te enfocas únicamente en pura prospección, probablemente no podrás generar suficientes exclusivas como para lograr tu potencial máximo. Para ser altamente exitoso necesitarás asegurarte de que tu generación de prospectos esté basada en la mercadotecnia. Ahora, un enfoque puramente publicitario hacia tu grupo de desconocidos podría funcionar, pero nuestra investigación sugiere que probablemente necesites un programa de prospección para llevar exclusivas a tu negocio y protegerlo ante los cambios del mercado. Para tener un desempeño máximo en las ventas requerirás tener un modelo sistemático de generación de contactos basado en la mercadotecnia, que después sea perfeccionado con un modelo de prospección personal. De esta manera podrás disfrutar de los beneficios de ambos.

Esto quiere decir que aunque hayas aceptado mentalmente que tienes dos profesiones: la generación de contactos y los bienes raíces; puede ser difícil mantener tu enfoque completamente en un programa de generación de contactos. Esto es aún más cierto cuando el ciclo de tu negocio es muy alto y aparenta tener un sinnúmero de fuentes de contactos. El peligro de debilitar tu programa y no seguir en todo momento un sistema basado en la mercadotecnia, generador de contactos y de prospección mejorada, es que cada vez que el mercado cambie (y siempre cambia), tendrás que reinventar tu enfoque hacia la generación de contactos. Los mejores en la industria nunca permiten que su sistema de generación de contactos caiga presa del flujo y entusiasmo del mercado. Sistematizan de manera que poca energía o entusiasmo sea requerido para mantener el sistema funcionando en todo momento. Su plan es continuo con mejoras mensuales y hasta semanales. Su planeación e implementación de generación de contactos y de juntas de revisión en su calendario es prioritaria y conservada fielmente. Para ser extremadamente exitoso a largo plazo, tu enfoque para la generación de contactos debe ser con propósito y consistente. El entusiasmo empresarial inicial no es suficiente para el largo camino. Simplemente hay mucha variabilidad en ese enfoque. Recuerda, el éxito en el juego de la generación de contactos está en los números, así que simplemente no te puedes exceder nunca. Permíteme reiterarte que nunca puedes tener demasiados contactos.

Conforme vayas prospeccionando y utilizando mercadotecnia en tu Público General, tu Grupo de Enfoque y el Grupo de Conocidos estarás evaluando constantemente el tamaño de tu base de datos y los nombres en ella. Concíbela como un ser vivo que necesita ser alimentado constantemente para mantenerse vivo. Necesitarás agregar personas regularmente conforme vayas adquiriendo nuevas relaciones y perdiendo relaciones anteriores. Alimenta tu base de datos, aliméntala, pero haz lo que hagas, ¡no la pongas a dieta!

### 3. Sistemáticamente utiliza mercadotecnia con tu base de datos

El negocio inmobiliario es un deporte de contacto. De hecho es un deporte de contacto cercano y los mejores jugadores opinan que es no solo de contacto cercano, sino frecuente y sistemático. Para ser exitoso en las ventas de alto nivel debes comprometerte a tener un contacto frecuente con la base de datos con la intención de construir relaciones cercanas. Y necesitas tener un enfoque sistemático para asegurarte de lograrlo.

*"La clave está en conseguir que las personas te llamen. Yo hago todo tipo de mercadotecnia: Internet, boletines de noticias, revistas de bienes raíces, periódicos y grupos de inversionistas".*

William Barnes  
Millonario Profesional Inmobiliario  
Taylors, SC  
Ventas: \$58.8 millones de dólares.

Aquí se proponen tres enfoques generales para cuando utilices mercadotecnia y prospección en tus dos públicos generales de conocidos y desconocidos. Todos tienen un tema en común: ¡Excederse! ¿Por qué? Porque no importando qué tan enfatizada sea la sistemática y frecuente generación de contactos, la mayoría de los agentes inmobiliarios tienden a quedarse cortos. Una idea de esto sería que cuando te promocionas personalmente ante un mercado hacia una audiencia, necesita ser algo sistemático, de tal forma que tu público sea "tocado" numerosas veces de manera consistente. Recomendando tres métodos para lograr esto: 8-3-8, 33 Toques y

8 3 8	12 Directos
33 Toques	

Figura 13



## 1. 8-3-8

Todas las personas que hayas conocido (tu Grupo de Conocidos) pasan primero por tu programa 8-3-8. Este programa es una forma sistemática de establecer relaciones con las personas y cimentar en sus mentes quién eres y las oportunidades que representa tu negocio. De forma sencilla, una vez a la semana por ocho semanas tendrás un contacto significativo con estos individuos vía cartas, tarjetas y llamadas telefónicas, apuntando hacia

## 8-3-8

- **Semana 1:** Manda una carta de presentación, tu folleto personal, un reporte de mercado y tu tarjeta de presentación.
- **Semana 2:** Manda una tarjeta de consejo, tarjeta inspiracional, calendario comunitario o estadísticas del mercado.
- **Semana 3:** Manda una tarjeta de consejo, tarjeta inspiracional, calendario comunitario o estadísticas del mercado.
- **Semana 4:** Haz una llamada telefónica.  
"Hola, habla \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ bienvenidos raíces. ¿Es este un buen momento para llamarle? ¿Cómo está? ¿De pura casualidad recibió el \_\_\_\_\_ que mandamos? ¿Tuvo la oportunidad de checarlo? La razón por la que llamo es para saber si usted conoce o sabe de alguien que esté considerando vender o comprar una casa..."
- **Semana 5:** Manda un reporte gratuito.
- **Semana 6:** Manda un consejo de inversión inmobiliaria o de mantenimiento de una propiedad.
- **Semana 7:** Manda un imán, libreta o regalo útil (algo útil, no basura) con tu nombre, logo e información de contacto.
- **Semana 8:** Haz otra llamada telefónica.  
"Hola, habla \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ bienvenidos raíces ¿Es este un buen momento para llamarle? ¿Cómo está? ¿De pura casualidad recibió el \_\_\_\_\_ que mandamos? Qué bueno ¿Tiene alguna pregunta? Como puede notar, en verdad espero que me permita ser su agente inmobiliario. Y si me permite recordarle que si acaso conociera a alguien que pudiera estar considerando vender o comprar una casa, podría compartir su nombre conmigo o mi nombre con esta persona..."

**El 8-3-8 Trata de Construir Relaciones Personales  
y de Ganar la Batalla de "Posicionamiento Mental".**

Figura 14

convertirte en el Agente Inmobiliario Número Uno en su Mente. Recuerda que si no eres el segundo o el primero en su mente, probablemente no lograrás el negocio. Este programa logra posicionarte en el espacio mental de una forma muy poderosa. La figura 14 describe lo que un programa 8-3-8 típico puede incluir.

Para tal vez funcione igual de bien cuatro envíos y cuatro llamadas telefónicas. O tal vez escojas extender el programa a doce semanas en vez de ocho. Puedes adaptar el programa a tus fortalezas personales, pero deberías mantenerte firme a la idea original de no menos de ocho toques durante ocho semanas. Este número ha sido comprobado como el mínimo de toques requeridos para establecer un vínculo entre el individuo y tú. Recuerda siempre que cada toque debe tener un recuerdo que incluya instrucciones de cómo referenciarte a otros negocios.

Asegúrate de separar tiempo cada semana para el programa 8-3-8. Ya que hayas completado el programa, estos nuevos contactos se mueven al Grupo de Conocidos de tu base de datos, incluyéndolos en tu programa de 33 Toques continuo.

## 2. 33 Toques

Tu programa 33 Toques será una mercadotecnia sistemática y técnica de prospectación que asegurará el contacto con el Grupo de Conocidos durante el año. Como con cualquier otra tarea, recomendando separar tiempo cada semana para asegurarse que este contacto se dé de manera correcta, aceptándolo como un básico, pero crucial trabajo en tu negocio: tu éxito final depende de ello. La siguiente gráfica (figura 15) muestra los elementos que un programa 33 Toques debería incluir.

## 33 Toques

- **18 Toques.** Una combinación de 18 correos electrónicos, correos, envíos, cartas, tarjetas (que pueden incluir tu tarjeta de presentación) y puede ser una de las siguientes: Una carta de presentación, tu folleto personal, reportes del mercado, tarjetas de recién listado/recién vendido, tarjetas de festividades, tu boletín de noticias personal, recetas o consejos, tarjetas acerca de propiedades, noticias o artículos de los bienes raíces, calendarios de la comunidad, invitaciones, directorios de servicios, artículos promocionales, etcétera.
- **8 Toques.** Tarjetas de agradecimiento o que demuestren que pensaste en el cliente.
- **3 Toques.** Llamadas telefónicas.
- **2 Toques.** Tarjetas de cumpleaños (esposo y esposa).
- **1 Toque.** Día de las madres
- **1 Toque.** Día del padre.

**33 Toques cada año**

Figura 15

Aunque los correos electrónicos son baratos y convenientes, es recomendable que anticipes las llamadas telefónicas con un correo real, con lo que para romper el hielo se hace más sencillo decir —¿Recibió el \_\_\_\_\_ que le enviamos?—. Cada toque deberá incluir un recordatorio de que buscas negocios referenciados y las instrucciones de la mejor manera en la que ellos te los puedan otorgar. Cada artículo promocional que envíes deberá ser un artículo de valor que puedan usar. Si tiene un largo tiempo de vida, como un imán de refrigerador o una libreta, será mucho mejor.

Al igual que en el programa 8-3-8, la idea fundamental es que tengas 33 contactos sistemáticos o toques breves a través del transcurso del año. Por favor toma en cuenta que aunque puede ser que con 24 sean suficientes, puede ser que no lo sean. 12 toques al año definitivamente no son los suficientes para garantizar que eres el agente inmobiliario número uno o dos en su mente cuando piensan en bienes raíces. En cuanto a la frecuencia del mensaje, la investigación que hemos hecho nos respalda.

Nuestra investigación nos demuestra que lo que este conjunto de acciones hará con tu negocio es lo siguiente: Por cada 12 personas en tu base de datos que conozcas en el grupo y a quienes te expongas treinta y tres veces (33 Toques), podrás esperar razonablemente lograr 2 ventas, de las cuales probablemente dará un negocio repetido y otra uno referenciado. La mercadotecnia utilizada con el Grupo de Conocidos de tu base de datos es muy probablemente la forma más efectiva de generar prospectos basada en costos. En términos de lograr metas de producción anual usando la relación de 12:2, si quieres hacer 50 ventas al año, necesitarías 300 personas en tu base de datos dentro del Grupo de Conocidos, a quienes hayas pasado por el programa 8-3-8 y se encuentren en el de 33 Toques. Esto representa mucho tiempo y esfuerzo, no hay duda de ello. A pesar de esto, la base de datos y tu relación con ella será el corazón de tu negocio. Mi pregunta para ti si no estás haciendo esto es ¿Qué estrategia comprobada y probada históricamente estás siguiendo para la generación de contactos?

### 3. 12 Direct

El programa de 12 Direct es de cómo trabajas con la porción del Grupo Desconocido de tu base de datos. Se trata de 12 piezas o correos directos enviados anualmente. Ahora, tu Grupo Desconocido en tu base de datos inclu-

ye tu lista de correos de áreas rurales y/o diferentes grupos demográficos. Considerando el tiempo que implica y que el trabajo puede ser delegado, no hay duda que es una forma muy poderosa de generación de contactos. Las llamadas personales y las visitas no son necesarias, así que en la misma cantidad de tiempo que utilizarías para trabajar en un grupo pequeño de nombres de tu Grupo Conocido, podrías bien redactar mensajes para mandarlos a miles de personas de tu Grupo Desconocido.

Nuestra investigación y experiencia nos ha mostrado que, por cada 14 personas a las cuales te expongas doce veces al año, podrás esperar razonablemente generar una venta. En una relación de 50:1, tendrías que obtener 2,500 personas en tu base de datos para lograr una meta anual de 50 tratos cerrados. Lograr una base de datos con 2,500 personas de tu mercado puede parecer algo caro y difícil, pero no lo es. De cualquier forma, requerirá algo de esfuerzo, enfoque y tiempo dedicado a conseguir los nombres, capturarlos en la base de datos y planear tu programa de 12 Direct cada año. Para ahorrar tiempo y dinero, te sugiero que planees y empieces a llevar a cabo una campaña cada doce meses, una vez al inicio del año y después de planearla podrás ejecutarla automáticamente por el resto del año.

La palabra clave, utilizada una y otra vez, es SISTEMÁTICA. La razón por la cual uso esta palabra hasta desgastarla es porque es el concepto crucial detrás de tu programa generador de prospectos. Cuando logras llevar tu programa a un nivel SISTEMÁTICO, muy probablemente lo hayas llevado a un nivel automático. ¡Es ahí cuando en verdad Tú Eres un Negocio! ¡Es más que sólo una forma!

## CONCENTRARSE EN PROPIEDADES LISTADAS

Hay un ángulo creativo en tu programa generador de contactos que querrás dominar, que es el crear tu mensaje, tu imagen pública y los métodos para generar contactos de propiedades que puedas tomar como exclusivos. ¿Por qué? La investigación nos ha enseñado que si tu programa generador de contactos te da constantemente propiedades en exclusivas, podrás contar con que la mercadotecnia de estas exclusivas te va a atraer contactos compradores. El gráfico de arriba, titulado "El balance natural

El estudio de los contactos dentro del negocio de un vendedor y el Comprador de Propiedades		
GCI	Exclusivas de vendedores cerradas	Exclusivas de compradores logradas
\$40 Mil	4	6
\$80 Mil	8	11
\$150 Mil	15	16
\$250 Mil	25	25
\$750 Mil	64	56

Figura 16

entre el vendedor y el comprador de propiedades" (figura 16) es el producto de un estudio que realizamos usando los datos que recopilamos de más de diez mil agentes.

El gráfico nos ilustra que al crecer el negocio de un agente su porcentaje de propiedades también crece. Aunque el balance natural es logrado en un cuarto de millón GCI, pues más allá de este punto el número de propiedades vendidas depende en gran parte de las metas y prioridades de los agentes. Nuestras entrevistas con los mejores agentes del negocio nos llevaron a creer que una propiedad promocionada y mercadeada propiamente, llevará a una o más ventas por la generación de prospectos que haga. Así que si quieres tener cincuenta ventas al año, necesitarías en verdad un plan generador de contactos que te dé 25 propiedades bien

ubicadas en el mercado y luego hacer una campaña de *marketing* alrededor de la propiedad. Si no estás seguro de cómo hacer lo anterior, consulta los cuatro pasos básicos para la mercadotecnia de propiedades (figura 17).

Recuerda siempre la siguiente verdad absoluta: Si te concentras en

la mercadotecnia de tus propiedades en exclusiva ¡los clientes llegarán! Intencionalmente he mantenido nuestra discusión sobre la genera-

1. Estrategias para el listado y el precio de mercado.
2. Letrero y/o lona de "En venta", letreros en los alrededores, letreros direccionales en el camino y banderines.
3. Caja o paquete con volantes, distribución de volantes en el vecindario.
4. Volantes en la casa/libro con información de la propiedad/tarjetas de comentarios.
5. MLS.
6. Listado en internet con visita virtual (ubicado en una página planeada estratégicamente).
7. Propiedad promocionada a través de artículos promocionales (calendarios, etcétera).
8. Programa para mostrar la casa o propiedad (*Open House*).
9. Difusión a través de correo electrónico/difusión de voz.
10. Dar seguimiento a los resultados y obtener retroalimentación.
11. Mercadotecnia enfocada a un grupo.
12. Actualizaciones semanales al cliente.
13. Recorridos por la propiedad.
14. Ideas creativas para la mercadotecnia (TV, periódico, etcétera).

Verdad: La única diferencia real entre agentes es que algunos sólo "listan" las propiedades y otros las "promueven". ¿Qué tipo de agente eres tú?

Figura 17

ción de contactos dentro de los aspectos más fundamentales, los cuales tendrán el mayor impacto en el programa. Pero no cometes errores, hay otros asuntos en juego, como el número de habilidades que irás desarrollando a través de la experiencia y el entrenamiento para hacer tus esfuerzos de generación de contactos realmente efectivos.

Estas son las disciplinas de los diálogos y guiones para las ventas. Si no has planeado tus guiones y diálogos para las presentaciones cara a cara con los clientes compradores o vendedores, de tal forma que puedas enfrentar cualquier situación que se te presente con confianza; tus actividades generadoras de contactos muy probablemente no logren los resultados que describimos aquí. La clave está en la confianza, si dominas (completamente) tus guiones y diálogos, te sentirás seguro y poderoso cuando vayas tras negocios intimidantes, o a hacer y recibir llamadas de alta importancia, acercarse a personas importantes y trabajar con tus recursos aliados. En

*"Cuando se enlista con éxito, todo lo demás parece caer en su lugar".*

Gary y Nikki Ubaldini  
Millonarios Profesionales Inmobiliarios  
Palm Harbor, FL  
Ventas: \$28 millones de dólares.

resumen, tu eficiencia con tus guiones y diálogos construye la confianza a cual te llevará a tomar acciones decisivas.

Una generación de contactos, basada en la mercadotecnia y desarrollada al máximo respaldada por un buen diálogo y guión dominado, es la mejor fórmula para crear el mayor número de contactos en tu negocio.

## MODELO TRES:

### TU MODELO DE PRESUPUESTO

*"En los últimos cuatro años me he concentrado más en mis ganancias. Ahora reviso mi progreso casi a diario".*

Gregg Neuman

Millonario Profesional Inmobiliario

San Diego, CA

Ventas: \$113 millones de dólares.

se trata de los gastos, o más concretamente, de tratar de minimizar tus gastos para maximizar tus ingresos.

### COSTO VS. INVERSIÓN

En la realidad, probablemente para ti un seminario acerca del presupuesto sea como un concurso de bostezos ¿cierto? Admítelo. Y no estás solo. La mayoría de los agentes no pueden concebir la idea de que un presupuesto es una poderosa herramienta de planeación financiera. Tienden a ver el presupuesto como un mal necesario, más como un registro del ingreso para la deducción de impuestos y audiencias legales que como cualquier otra cosa. Estoy aquí para decirte que este es un pensamiento erróneo y espero cambiar tu paradigma, tu forma de pensar acerca de los presupuestos.

cuando las personas se sientan a discutir acerca del refinanciamiento de una hipoteca o tal vez del costo potencial para cambiar o renovar su cocina —aparte de todas las matemáticas y los cálculos—, ¿no tienden a renovar su energía? Claro que sí. Se emocionan porque entienden que en estas operaciones queda implícito que tienen la oportunidad de ahorrarse miles de pesos en su hipoteca o bien, saben que la renovación de la cocina aumentará el valor de su casa. Pasa lo mismo con tu presupuesto. Cuando ves tus gastos (costos) como el simple precio por hacer negocios, presupuestar sigue siendo una tarea por hacer. De cualquier manera, cuando veas cada peso que gastas como una inversión en tu futuro, lograrás ver el presupuesto con más emoción y con mayor nivel de interés. Los presupuestos pueden ser interesantes y ya es tiempo de que cambies tu perspectiva.

Tu filosofía debería ser que por cada peso invertido en el negocio, deberías recibir múltiples pesos como resultado. Peso por peso no es suficiente. ¿Por qué? Si vas a invertir un peso para recibir un peso a cambio: ¿Para qué tomarse la molestia de gastarlo en primer lugar? Es más sencillo conservar el peso y ahorrar tiempo. Por otro lado, si puedes recibir una mayor cantidad de dinero como resultado de tu inversión, sabrás que no estás perdiendo el tiempo. Cada peso gastado en tu negocio debería ser así, de tal forma que tus costos se vuelvan inversiones y así podrás ver al presupuesto como la poderosa herramienta de planificación financiera que ciertamente lo es.

### LAS 3 ÁREAS CLAVE DE TU MODELO DE PRESUPUESTO

Cuando se trata de tu modelo de presupuesto querrás concentrarte en tres áreas en particular. Primero querrás implementar el "Invertir las Remuneraciones" como lema financiero, después querrás desarrollar el hábito de hacer el juego mental de luz verde,

*"Analicamos nuestro presupuesto mensualmente y hemos mejorado en el control de nuestros gastos".*

David y Judie Crockett

Millonarios Profesionales Inmobiliarios

Concord, OH

Ventas: \$53 millones de dólares.

PATROCINADO POR EL CANAL : <https://t.me/cardinglatinotg>

luz roja con tus gastos. Esto se trata de incrementar resultados con aumentos muy pequeños a los gastos a través de la contabilidad. Por último, tendrás que desarrollar autodisciplina para apegarte al Modelo Económico que hayas desarrollado. Vamos a dar un vistazo rápido a estas tres áreas clave.

## 1. Invierte sólo las Remuneraciones

La clave del presupuesto de gastos es el implementar una disciplina crítica: Invertir solo las remuneraciones (no gastar más). La idea básica es gastar únicamente lo que el negocio ha producido. Dicho de manera más sencilla, es generar el dinero antes de gastarlo. La belleza del negocio inmobiliario es que el costo, asociado con conseguir un cliente comprador o vendedor, realmente es muy bajo. Con una proporción muy pequeña de inversión puedes generar las remuneraciones en tu negocio, que financiarán en su momento el crecimiento del mismo. La clave es enfocarse en esto lo más rápido que se pueda y mantenerlo como una disciplina a través de tu carrera.

Comúnmente la diferencia entre el inicio de un negocio exitoso y uno que fracasará es determinada incluso antes de que el negocio abra. Las compañías que minimizan sus gastos iniciales y deudas antes de abrir el negocio y empiezan a generar remuneraciones en un corto periodo, tienen más oportunidades de sobrevivir. Tal como con la empresa del "punto com y su rápido desarrollo", algunas compañías que eran percibidas como grandes, terminaron sobreviviendo menor tiempo que otras compañías más pequeñas, por haber seguido mejores prácticas financieras. Un buen ejemplo de esto es la compañía de software de mi lugar natal que quebró, que es un ejemplo perfecto de la importancia de lo que llamamos "invertir sólo las remuneraciones". He ahí que la compañía invertía en anuncios multimillonarios del Super Bowl mucho antes de tener remuneraciones de su negocio. Desafortunadamente muchos agentes inmobiliarios toman un paseo por el campo soñador y toman otro enfoque, como —si gasto, las remuneraciones vendrán—. Piensan que si gastan mucho dinero o que si construyen la infraestructura de un gran negocio desde un inicio, los tratos cerrados vendrán. Si te mantienes fiel al enfoque de invertir solo las remuneraciones, te forzarás a invertir sólo lo que generes de los contactos, las ventas y a no

generar gastos extras como el tiempo de punto com, que nos ayuda a recordar que cuando utilizas gastos extras como recursos de inversiones, en lugar de forzar al negocio a aumentar las remuneraciones, lo sentencias a una pérdida total.

## 2. Jugar a Luz Roja - Luz Verde

Nunca deberías estar más preocupado por el dinero que gastas que por los resultados que obtienes al gastarlo. En algún punto de tu carrera, necesitarás gastar dinero para lograr una mayor cantidad de dinero, así que con el paso del tiempo vete preparando para invertir en tu negocio para poder construirlo. El gastar dinero no es el problema. El problema es el rendir cuentas del resultado al dinero que gastas. La solución de esto es el juego mental de Luz Roja-Luz Verde. Así que comienza el proceso con invertir las remuneraciones y una vez que estés invirtiendo el dinero que tu negocio ya haya generado, tu trabajo será el manejar la rendición de cuentas de esta inversión.

En algún punto probablemente ocurrirá "un error", pero para minimizar los riesgos, sigue las prácticas sencillas que te recomendamos, como la de invertir las remuneraciones y jugar a Luz roja - Luz Verde. Cuando tus costos aumenten sin un incremento correspondiente en los resultados puedes correr un riesgo. A esto lo llamamos "Buen dinero con mala práctica" o "echarle dinero bueno al malo". Esto se corrige haciendo una pausa en la inversión para revaluar el gasto. En términos de asegurar tu compañía contra los cambios del mercado, querrás mantener al mínimo los gastos fijos y necesarios (como renta, salarios y préstamos). Si tienes gastos fijos muy altos y hay una disminución en las remuneraciones, te verás tentado a recortar el presupuesto en muchas variables y gastos diversos (como la generación de contactos), lo cual detendría el motor de tu negocio. Esto puede crear una situación adversa como que "te salga el tiro por la culata", en la que la caída de tus ingresos te haga detenerte en

*"Hago todos mis propios presupuestos, el seguimiento de P y G y tengo un gran contador que entiende de negocios".*

Don Zeleznak  
Millonario Profesional Inmobiliario  
Scottsdale, AZ  
Ventas: \$77 millones de dólares.



invertir en las actividades que son las que podrían incrementar tus ingresos. Mantén tus gastos fijos tan bajos como sean prácticos y con prudencia mantén los gastos con una alta rendición de cuentas para obtener los resultados adecuados.

### 3.- Mantente fijo al Presupuesto

Obviamente, mientras tu negocio esté creciendo de una fase a la siguiente, tus costos reales serán diferentes; sin embargo, tus porcentajes no lo serán. Lo que hemos descubierto es que sin importar en dónde te encuentres en tu proceso, los porcentajes permanecen notablemente estables. Las figuras 18 y 19 ilustran algunos ejemplos generales de cómo pueden verse los presupuestos a diversos niveles de producción.

Los presupuestos deberán repetirse. Ahí están por una razón, están para guiarte mientras inviertes en tu negocio. Hacer investigaciones para determinar cuánto dinero deberías gastarte en tu negocio para después no hacerlo, podría resumirse en dos palabras... "Una tontería".

### RITMO NATURAL

Finalmente, hay algo que te quiero remarcar, que hay un ritmo natural en los negocios, el cual requiere que examines tus libros al menos una vez al mes. Voy a ir tan lejos como para recomendarte que llesves tus presupuestos mensuales y los revises semanalmente. ¿Por qué?, pues porque Liderar con los Ingresos y con El Semáforo requiere que estés al tanto de tus gastos. Algunos agentes deciden revisar sus números más frecuentemente.

(volumen de venta en millones) USD	{6M}	{10M}	{16.7M}	{26.7M}	{40M}
GCI al 3%	\$180,000	\$300,000	\$500,000	\$800,000	\$1,200,000
Costo de ventas*	\$21,000	\$21,000	\$100,000	\$250,000	\$350,000
Ganancia bruta	\$159,000	\$279,000	\$400,000	\$550,000	\$850,000
	88%	93%	80%	69%	71%
Gastos	\$59,300	\$93,000	\$152,500	\$238,000	\$344,000
	33%	31%	31%	30%	29%
Ingresos netos	\$99,700	\$186,000	\$247,500	\$312,000	\$506,000
	55%	62%	50%	39%	42%

\*Asumiendo que el costo de ventas incluye los honorarios administrativos de la empresa, distribuidores, comisiones y salarios pagados a agentes compradores o vendedores que ayudan en el negocio, así como las regalías y las tasas de referencia.

\*\*Todos los porcentajes se han redondeado al valor más cercano.

Figura 18

DETALLE DE GASTOS (USD)					
1. Salarios	\$20,000 11.1%	\$36,000 12%	\$65,000 13%	\$100,000 12.5%	\$144,000 12%
2. Generación de contactos	\$18,000 10%	\$30,000 10%	\$50,000 10%	\$80,000 10%	\$120,000 10%
3. Ocupación	\$1,500 0.8%	\$2,500 0.8%	\$3,000 0.6%	\$4,000 0.5%	\$5,000 0.4%
4. Tecnología	\$4,000 2.2%	\$4,500 1.5%	\$7,500 1.5%	\$12,000 1.5%	\$18,000 1.5%
5. Teléfono	\$2,600 1.4%	\$3,000 1%	\$5,000 1%	\$10,000 1.3%	\$12,000 1%
6. Suministros	\$1,800 1%	\$3,000 1%	\$5,000 1%	\$8,000 1%	\$12,000 1%
7. Educación/Cuotas	\$1,800 1%	\$2,000 0.7%	\$5,000 1%	\$7,000 0.9%	\$12,000 1%
8. Equipo	\$3,600 2%	\$6,000 2%	\$6,000 1.2%	\$8,000 1%	\$12,000 1%
9. Seguro de auto	\$6,000 3.3%	\$6,000 2%	\$6,000 1%	\$9,000 1.1%	\$9,000 0.8%

Todos los porcentajes se calcularon como % de los ingresos brutos. Estos son una aproximación y se han redondeado a la décima más próxima del punto porcentual.

Figura 19

PATROCINADO POR EL CANAL : <https://t.me/cardinglatinotg>



Para los Millonarios Profesionales Inmobiliarios los presupuestos sólo son una fase fundamental de sus negocios, sino que han llegado a ser casi como un juego, por lo que me atrevo a decir que una vez que llegues a captar el concepto, entenderás pueden ser divertidos e interesantes.

## MODELO CUATRO:

### TU MODELO ORGANIZACIONAL

Si haces todo lo que puedas hacer, irás tan lejos como puedas llegar. Obtendrás todos los resultados que puedas obtener y cuando ya no puedas llegar más lejos será hora de pedir ayuda. Esta ayuda deberá venir en forma de una persona talentosa.

La gente constantemente me pregunta —¿cuándo es el momento correcto para contratar al primer asistente?—. Les digo que es algo así como cuando contratas una ama de llaves o un ayudante para tu casa. Podríamos hacer fácilmente todo el trabajo que se requiere en nuestras casas, pero en cierto momento de nuestras vidas nos damos cuenta de que nuestro tiempo podría ser invertido de una mejor forma en otras cosas. Empezamos a buscar ayuda en nuestras casas de una forma muy natural. Cuando no tienes a nadie que te haga esos trabajos es como si tuvieras un segundo empleo. Los jueves eres una doméstica, los sábados eres jardinero, y así sucesivamente. En otras palabras, si no tienes un empleado doméstico, tú eres uno. Si no tienes jardinero, eres un jardinero. Y en los negocios si no tienes secretaria, eres una secretaria!

Al inicio de tu carrera como agente inmobiliario eres un generador de prospectos y un mostrador de casas, eres un agente de vendedores, eres un contador, un chofer, un coordinador de llamadas y muchas otras actividades y todo en una sola persona. Cuando ya no te divierte o bien cuando te sientes abrumado por tanto trabajo, es el momento de que encuentres a alguien que te ayude con eso. No tienes suficientes manos y piernas para hacer todo de tiempo completo. De hecho, en algún momento en la vida, todos deberían aspirar a tener asistentes sólo para evitar quemarnos. Y el apalancamiento ¿qué te trae?, el contratar a alguien en tu negocio. Es el camino más rápido y seguro para continuar a llegar a ser un Millionario Profesional Inmobiliario.

## LAS 3 ÁREAS ESENCIALES DE TU

### MODELO ORGANIZACIONAL

Hemos identificado tres aspectos esenciales en tu Modelo Organizacional, que pueden hacer una gran diferencia en tus oportunidades de éxito. La primera área es acerca de reconocer cuando necesitas ayuda y entonces, buscar el tipo correcto de ayuda. No importa lo que pienses, la primera persona que contrates, debería ser siempre una asistente administrativa. Segundo: Necesitas contratar talento. Contratar talento es la clave en ganar apalancamiento en tu vida de negocios. Finalmente deberás aprender a entrenar y dar consejo a tu equipo. No tiene caso contratar talento si no planeas por un lado, enseñarles cómo hacer el trabajo y por otro, retarlos a crecer y aprender. Veamos rápidamente las áreas esenciales de enfoque en tu modelo organizacional:

1. Cuando estés haciendo todo lo que puedas hacer, contrata Apoyo Administrativo

Añadir equipo es sólo una de las tres formas en que puedes darle apalancamiento a tu negocio. Además de apalancamiento con personas, podrías también voltear a ver el tema de los sistemas y las herramientas. Mientras que el pensamiento tradicional te haría poner sistemas para llevarte más lejos, hemos descubierto un problema con ese tipo de pensamiento. Diseñar e implementar sistemas toma más tiempo del que crees necesario y requiere de habilidades muy específicas. Para la mayoría de los agentes inmobiliarios, el tratar de implementar sistemas múltiples por ellos mismos, finalmente les reducir su productividad. Crear sistemas efectivos puede ser tan complicado y será una pérdida de tiempo, por lo que muchos agentes regularmente abandonan la labor frustrados. La

*"Conforme mi negocio fue creciendo pude delegar a personas algunas responsabilidades para poder hacer lo que en verdad disfrutaba. No me daba miedo agregar personas a mi equipo, pues conseguí más tiempo para el dinero".*

Mike Mendoza  
Millionario Profesional Inmobiliario  
Phoenix, AZ  
Ventas: \$60 millones de dólares.

frustración puede llevarte a desarrollar sistemas ineficientes o peor aún, a no implementar ningún sistema.

Lo que hemos aprendido es que la mejor forma para implementar un sistema es contratar a una persona con las habilidades para documentar y posteriormente mejorar tus sistemas. Sé que puede sonar un poco loco, pero quiero decir que ¿por qué contratar a alguien para documentar algo que ya sabes cómo hacer y que haces tan bien? De hecho, ese es precisamente el punto. En este punto probablemente yo te conozca a ti, mejor de lo que tú te conoces. A pesar de mis mejores esfuerzos trabajando con cientos y cientos de agentes inmobiliarios a través de los años, solamente unos cuantos de ellos fueron capaces de documentar sus sistemas, ¡solitos, sin ayuda externa! Al principio pensé que los agentes que no documentaban sus sistemas eran los de carácter excéntrico. Ahora sé y me queda claro, que los agentes que sí documentaban sus sistemas, ¡eran los excéntricos! Así que aprendí mi lección, contratar una persona, específicamente un auxiliar administrativo viene antes, que incluso desarrollar completamente los sistemas y las herramientas.

Un punto muy importante que deberás atender desde el inicio es este: ¿Deberías contratar un asistente que sea un agente inmobiliario como tú o no? Hemos descubierto que hay casi tantos agentes con asistentes que son inmobiliarios como agentes con asistentes que no lo son. La tabla de abajo, provista por *The Jeff Hooper Team* de Ottawa, Canadá, muestra los pros y contras.

Los Pros y Contras de contratar un agente inmobiliario como asistente administrativo.	
LOS PROS	LOS CONTRAS
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. El asistente permite a los agentes enfocarse en la generación de contactos al tener conocimiento del negocio, experiencia y la habilidad para hacer otras tareas.</li> <li>2. El asistente ya ha decidido hacer una carrera en bienes raíces.</li> <li>3. El asistente entiende el concepto de trabajar por comisiones.</li> <li>4. El asistente ya está entrenado en el negocio.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. El asistente muy probablemente te costará más.</li> <li>2. El asistente tiende a traer sus propios clientes y quiere trabajar con ellos. Puede hacerse un enredo.</li> </ol>

Figura 20

PATROCINADO POR EL CANAL : <https://t.me/cardinglatinotg>

Contrata Talento : <https://t.me/cardinglatinotg>

El principio fundamental que guiará cualquier contratación que llegaras a realizar será este: ¡Siempre busca talento! Decimos que alguien es talentoso cuando tiene una gran afinidad con los criterios de selección que has establecido para una posición en particular. Al decir esto, queremos decir, que habilidades naturales, capacidades propias, experiencia y aspiraciones, todas están alineadas a la descripción del trabajo y le dan toda la razón para tener éxito al más alto nivel. Esto te permite evaluar candidatos bajo criterios claros en lugar de ponerte a evaluarlos como personas. En estos términos, un candidato deberá ser un "gran ajuste" o bien no será un "buen ajuste" a tu búsqueda, y no deberá ser juzgado como buena o mala persona. Puede sonar obvio, pero muy probablemente esto puede representar un cambio importante en tus paradigmas. Cuando te rodees de talento, tu vida no será la misma. Contratar una persona muy talentosa podrá llevar tu negocio mucho más lejos de lo que te puede llevar un camión lleno de gente menos talentosa. Te muestro la forma en como vas a saber que has contratado talento:

- El Talento impulsa para obtener respuestas.
- El No Talento tendrá que ser empujado para obtener respuestas.
- El Talento comparte y cumple tus metas como un resultado natural de cumplir las suyas.
- El No Talento no cumple tus metas y termina dándote pedacitos de su trabajo.
- El Talento sabe lo que quiere y busca activamente el saberlo.
- El No Talento no sabe lo que quiere y ni siquiera está buscando.
- El Talento te impulsa constantemente.
- El No Talento necesita que lo empujes.
- El Talento continuamente quiere levantar el nivel y se asocia con gente talentosa.
- El No Talento no sabe ni siquiera que existe un nivel o de qué nivel estás hablando.

Finalmente, puedes reconocer el talento por la forma en la que habla. Su lenguaje es el lenguaje del reto y del logro. Cuando trabajes con ellos, el talento es diferenciado como un gran árbol de encino entre puros huizaches. ¡El talento siempre sobresale!

*"Debes rodearte de talento, personas leales y fuertes que quieran trabajar, a quienes les guste trabajar y que sean productivas".*

Allan Domh  
Millonario Profesional Inmobiliario  
Philadelphia, PA  
Ventas: \$135 millones de dólares.

vaya?". Quiero defender exactamente el punto de vista opuesto. Cuando te dediques a contratar talento como si fuera tu negocio, quiero que te preguntes ¿qué tanto le puedo pagar para que se quede conmigo?

Si recuerdas nuestra discusión del semáforo, de mantener la rendición de cuentas de los costos incrementales, en referencia a los ingresos incrementales que éstos generan, entenderás que cuando contratas talento, él se pagará por sí mismo, y usualmente a lo grande. Por tanto, deberás recompensar a tu equipo, basado en lo que esperas que ellos hagan y luego mantenerlos amarrados a una rendición de cuentas de que efectivamente lo hayan hecho. Cuando tengas talento, cualquier pago que hagas, será realmente una inversión en la cual debes esperar rendimientos sustanciales. Es totalmente verdadero en la vida que obtendrás lo que pagues, de forma que deberás decidir qué quieres ¿talento o no talento? ¿Quieres obtener mucho o pagar poco?

Muchos profesionales inmobiliarios cuando hacen una mala contratación creen que solamente les costará dinero. La verdad es que no sólo les costará dinero, también les costará oportunidades perdidas. Una buena contratación, de hecho, te ahorrará dinero y probablemente no te costará ninguna oportunidad perdida. Una gran contratación no sólo te dará mucho dinero, sino que creará oportunidades para ti y para tu negocio. Por favor échale una buena mirada a los siguientes diagramas.

Como ilustran las figuras 21 y 22, el pago final que debes hacer a alguien no te dañará ni tantito, lo que lo hará será la mala contratación. Quitarte la idea de contratar talento cuando tengas más dinero. El talento costará más que la persona promedio, pero el retorno en tu inversión es obvio.

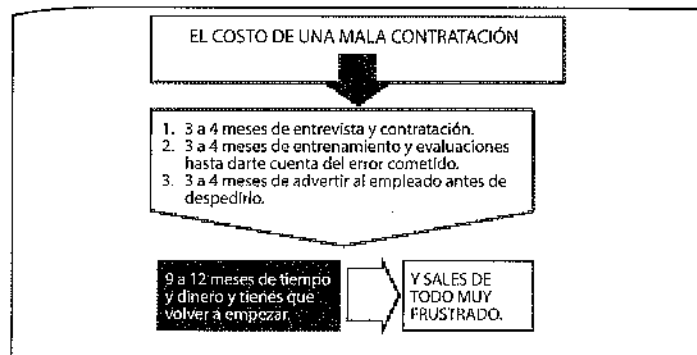


Figura 21

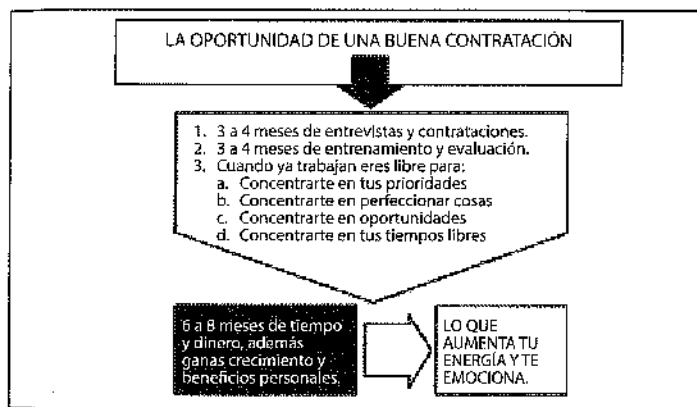
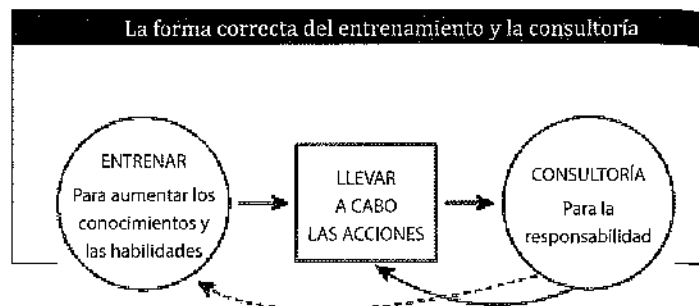


Figura 22

PATROCINADO POR EL CANAL : <https://t.me/cardinglatinotg>

### 3. Entrenamiento y Consultoría

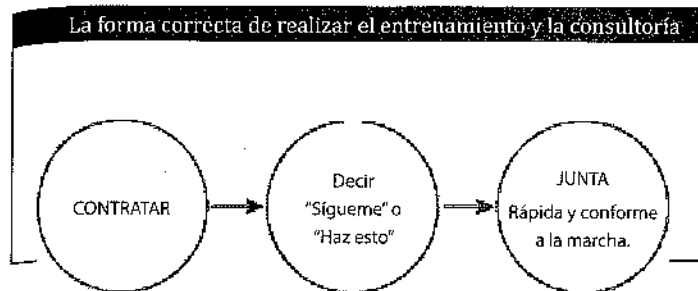
La última área esencial de tu Modelo Organizacional es el entrenamiento y la consultoría. Lo que le pagues al talento para que te ayude, será un gran porcentaje de tus costos anuales, de forma que siempre deberás asegurarte de obtener el mayor beneficio de tu inversión en tu gente (y esto es por su beneficio y ¡por el tuyo!). Obtendrás el máximo beneficio de la gente si haces dos cosas: Entrenamiento y Consultoría. Para tener una perspectiva de cómo funciona esto, dale una revisada al modelo de abajo.



Esta es la forma en que debe funcionar el entrenamiento y la consultoría: entrenarás a alguien inicialmente para que entienda el trabajo, aprenda las habilidades y desarrolle los sistemas requeridos para realizar el trabajo a un alto nivel de desempeño. Entonces empezarás a tomar acciones. Cada semana te juntarás con él a revisar sus metas, prioridades, tareas semanales y para la correspondiente rendición de cuentas. Como se requiera, también te deberás asegurar de que obtenga el entrenamiento adicional que necesite para continuar su crecimiento y mejorar sus habilidades para que llegue a la excelencia en su trabajo. De la misma forma que tú, el empleado deberá establecer metas anuales y desglosarlas en metas mensuales y semanales. Sus metas deberán contribuir a las tuyas. Y tus juntas semanales deberán diseñarse para mantenerlas en línea para lograr esas metas o excederlas.

Ahora, este es el modelo super concentrado de cómo debe hacerse el entrenamiento y la consultoría: Como probablemente te hayas dado

cuenta, más algo más vale la pena una sola vez. Empezarás con entrenamiento, consultoría y continuarás por tanto tiempo como tu empleado permanezca contigo. Muchos agentes solamente dan entrenamiento por un corto periodo después de la contratación de la persona o simple y sencillamente no le dan ningún entrenamiento.



Estos agentes están haciendo una administración tipo "gaviota". Dan escaso o nulo entrenamiento y luego simplemente te caen encima, como las gaviotas, haciendo mucho ruido y "popó" mientras vuelan sobre la gente y luego alejándose. No es ninguna sorpresa que estos agentes no puedan encontrar y menos retener a gente talentosa.

Hemos descubierto que a través del tiempo el talento no necesitará ser supervisado. Si entrenado, no supervisado. Darle consultoría sí, supervisado no. El evisar las metas semanalmente y luego dar consultoría de forma que puedan alcanzar sus metas típicamente, es suficiente. Si te encuentras supervisando a tu personal, después de 3 o 6 meses de su contratación, seguramente será No Talento y no estará motivado para alcanzar sus metas, que son las tuyas. Ese puede ser el caso y podrás dar-

*"Ahora sólo queremos personas que tengan una ética de trabajo y compartan nuestro sistema de valores. Necesitan desear el aprendizaje".*

Mary Harker  
Millonario Profesional Inmobiliario  
Dallas, TX  
Ventas: \$52 millones de dólares.

te cuenta que no has aprendido a permitir que el apalancamiento trabaje para ti y que estás supervisando en demasía a tu equipo.

Es posible que sepas que nada espanta tanto a la gente talentosa como la supervisión. El talento no la necesita, no la disfruta y no la va a tolerar. Espera que si excede sus metas y expectativas, tú lo entrenarás, le darás consultoría y lo amarrazarás a una rendición de cuentas, pero nada más. Típicamente la supervisión es algo que deberías evitar. Algunas veces los administradores sin experiencia prestan demasiada atención en algo y se atorán en "modo flotador". Sucede cuando tus empleados se sienten obligados a pasar todos los trámites a través tuyo y tú te sientes obligado a checar todo lo que ellos hacen. Ese es un mal lugar para colocarse y al final del día, nadie se siente facultado para tomar acciones decisivas. Demos un rápido vistazo a los 10 principios para facultar a tus talentos. Son grandes principios para administrar a tu personal con una comunicación clara sobre sus responsabilidades, tratándolos con respeto, principios que te ayudarán a tener el mayor éxito posible con la gente que contrates.

#### 10 Principios para empoderar a tu personal

1. Dile a la gente cuáles son sus responsabilidades. Llega a un acuerdo.
2. Dales autoridad al mismo nivel que sus responsabilidades asignadas.
3. Establece estándares de excelencia y guías de comportamiento.
4. Dales entrenamiento inicial y a lo largo de su carrera, lo que les permitirá lograr estándares (habilidades, conocimiento, etcétera).
5. Amárralos a una rendición de cuentas y define consecuencias.
6. Dales retroalimentación semanal en su desempeño.
7. Reconoce sus logros y dales premios en público y corrígelos en privado.
8. Confía en ellos, permite que crezcan y se desarrollen como líderes.
9. Dales permiso para fallar.
10. Trátalos con dignidad y respeto.

Figura 25

Darles consultoría a tus empleados es la parte esencial del proceso de empoderamiento. Aunque muchos agentes piensan en la rendición de

cuentas como un proceso de comunicación, quiero que pienses en ella como un proceso de dárles importancia humana. Lo haces porque te importan como personas. Cuando lo haces bien permites que las personas estén comprometidas con sus metas y su trabajo, en una forma puntal y de concordia. La consultoría empieza con establecer y estar de acuerdo en las metas específicas tanto anuales como mensuales y semanales. Tus juntas de consultoría semanales se deben cubrir si tus empleados están alineados con sus metas y deben ser muy directas. La figura 26 muestra la fórmula que usamos cuando consultamos desde una plataforma o meta común.

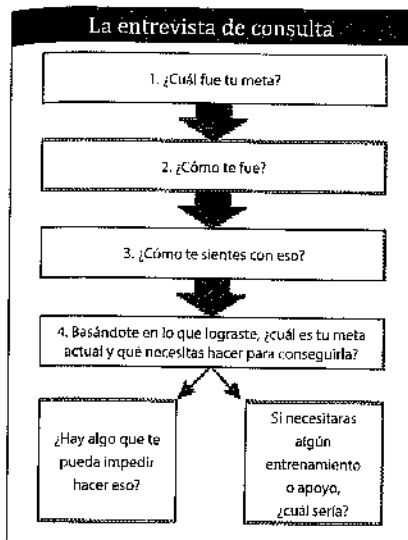


Figura 26

Esta fórmula es muy simple, pero también muy efectiva. Este sencillo proceso de hacer preguntas realmente trae rendición de cuentas. Tú no tienes que hacer nada más que seguir el proceso de entrevista propuesto cada semana. Cuando la gente está logrando sus metas requiere

solo pequeñas correcciones en su trabajo. En todo caso, principalmente te enfocarás en revisar sus metas y prioridades y en darle consultoría para mejorar sus técnicas de resolución de problemas. El problema mayor que puedes enfrentar es cuando alguien no está cumpliendo sus metas de una forma consistente. Esto requiere un enfoque especial y más involucramiento por parte tuya.

El primer paso a seguir cuando alguien que no cumple correctamente con lo que debería es cambiar la dinámica de una consultoría normal y



llegar a un acuerdo de que existe un problema. Se debe hacer en privado, recuerda siempre que se premia en público y se corrige en privado! Una junta de personal o un grupo de empleados presentes, son un público equivocado para trabajar con corregir cuestiones del desempeño de otro empleado. Cuando se confronta públicamente, aunque sea de la manera más amable que exista, las personas con las que buscas tener un diálogo honesto se podrían cerrar, o peor aún, tomar una actitud defensiva. Muchísimos agentes cometen este simple error porque estructuran su semana en torno a una sola junta de personal. La verdad es que necesitas dos tipos de juntas para realmente tener efectividad: una junta de personal para compartir metas e información en común; y en caso necesario, una junta privada cara a cara con el empleado en cuestión para discutir su desempeño personal.

Cuando se trata de desempeño personal, si hay un problema, debes ser el primero en hacer notar al empleado de la existencia del mismo. Aún así, existe la posibilidad de que las metas tal vez hayan sido irreales o que las condiciones de trabajo conspiraron para hacer que los individuos talentosos no hubieran desempeñado positivamente. Así que si puedes eliminar estas posibilidades, entonces tendrás que notificar al empleado de que existe un problema de productividad. Después de esto pregúntale cómo ve el problema e invítalo a que compartan honestamente sus perspectivas. Dependiendo de la situación, puede que tengas que discutir con el empleado las posibles consecuencias. En caso de que no haya cambio, deberías buscar un acuerdo que ambas partes quieran y puedan cumplir. Esta meta a corto plazo debe estar por escrito.

Una gran parte del proceso es la discusión de soluciones alternas. —¿Cómo vamos a resolver este problema?— Hazle saber que estás dispuesto a participar en el proceso de búsqueda de ideas para arreglar el problema. Lo que surja de esta conversación logrará ser sumamente revelador. Tal vez el individuo no crea en tus modelos y por eso no los siga y podría pensar que tiene mejores ideas. Mantén la mente abierta, pero el objetivo de la discusión es llegar a un acuerdo mutuo en el curso de la acción, el cual necesita ser específico, con expectativas, responsabilidades, límites de tiempo y por escrito. Lo que tendrás entonces es una especie de contrato a corto plazo para la corrección del rumbo en el desempeño personal. Tendrás una copia y el empleado otra. La persona tie-

ne que acordar a los términos y entender las consecuencias. Ya después podrás comenzar el proceso para dar seguimiento y medir el progreso.

Durante este proceso sé fiel a tus enfoques y a modelos probados. El empleado tratará de convencerte muchas veces de que son los modelos o los sistemas los culpables de la situación y no así su comportamiento. Tienes que recordar que estás juzgando resultados, no a personas. Si alguien resulta no ser la persona indicada para tu sistema, podrías incluso "amarla a muerte" y aún así tendrían que tomar caminos distintos. Asimismo necesitarás destacar positivamente los logros y el progreso conforme vayan sucediendo. Para recordarlo más fácilmente, visualiza tu Modelo Organizacional de esta manera:

Talento para brillar.

Sistemas para definir.

Entrenamiento y consultoría para detallar.

## LAS DOS E'S DE TU ORGANIZACIÓN

Se acabó el tiempo. Antes de terminar nuestro debate de tu Modelo Organizacional necesitamos concentrarnos en los sistemas y las herramientas. Nos hemos aferrado a la idea de que cuando contrates a los empleados correctos, desarrollarán e implementarán tus sistemas y herramientas. Así es, y es por lo que nos hemos dedicado completamente al análisis de las palancas en el aspecto del personal, pero necesitamos darnos cuenta que mientras la tercera P del Millonario Profesional Inmobiliario (Palancas) comienza con el personal, asimismo involucra otros aspectos importantes. Los sistemas y las herramientas funcionan como palancas para tu personal y traen más E's a tu negocio. Tomémonos un momento y exploremos el concepto de usar E en tu organización.

Todos los negocios que son exitosos logran serlo porque realizan las cosas. Los mejores negocios hacen las cosas usando las dos E's, el concepto E viene del comportamiento popular DISC, por sus siglas en inglés. Esta herramienta es usada por muchas organizaciones durante el proceso de contratación. En ese sistema la E representa el "Empuje", asociado con Emprendedores para la primera E. Ciertamente "el Empuje de los Emprendedores hace que las cosas pasen" y ese empuje es comúnmente



conocido como Liderazgo E (de emprendedores). Por otra parte hay una clase de E, la que es identificado con los años y que es la de las Empresas (del negocio), el Empuje de la Empresa, creado por la infraestructura, por sus poderosos sistemas y herramientas. Esta es llamada "Negocio E". En una organización, a excepción de cuando son controladas, estas dos E's tienden a existir en proporción inversa una de la otra. Entre más Liderazgo E exista, se hace menor énfasis al desarrollo del Negocio E; y viceversa. Tener ambas en el negocio es la clave para construir una compañía grandiosa.

La mayoría de los agentes inmobiliarios hacen crecer sus ventas por medio de su Liderazgo E y en gran medida esto favorecerá el crecimiento en su empuje personal. Es el modelo clásico que vemos todos los días en el negocio de bienes raíces donde el agente provee la parte mayoritaria de E. Por otro lado están los negocios maduros que basan su éxito en la calidad y la efectividad de su infraestructura, sus sistemas y sus herramientas. Esto nos trae a la mente grandes compañías basadas en sistemas como FedEx, las cuales tienen líderes excepcionales como Fred Smith (Liderazgo E: Empuje Emprendedor); pero también tienen un gran Negocio con E que se apoya en sistemas y herramientas (Negocio E: Empuje-Empresarial) tan efectivas que la compañía podría funcionar esencialmente con piloto automático por mucho tiempo sin la influencia e intervención diaria de su líder. Sus modelos de negocio exigen que su sistema sea poderoso y autosuficiente. Este balance entre Liderazgo E y Negocio E es difícil de encontrar, pero cuando se logra, el agente tiene lo

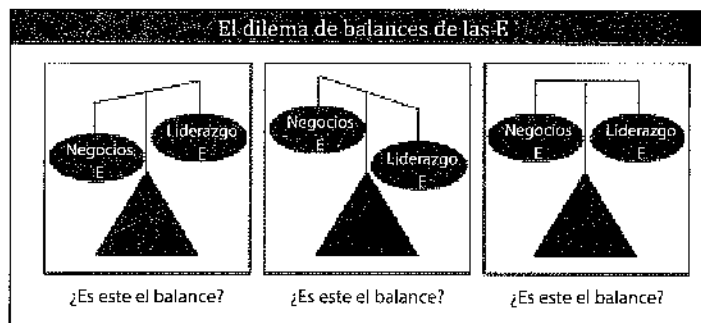


Figura 27

PATROCINADO POR EL CANAL : <https://t.me/cardinglatinotg>

*"Hemos documentado todos nuestros sistemas y los ejecutamos manualmente. Trabajamos como todo un negocio".*

David y Judie Crockett  
Millonarios Profesionales Inmobiliarios  
Concord, OH  
Ventas: \$53 millones de dólares.

mejor de dos mundos: Gran Eficacia de su Negocio E y un Poderoso Empuje de su Liderazgo E.

En nuestra industria el reto principal es implementar la E del Negocio a nuestra organización. Muchos agentes de alto desempeño batallan y encuentran dificultad en esto, no se sienten cómodos dependiendo de sistemas y herramientas para impulsar su negocio. La verdad es que para alcanzar tu máximo nivel de éxito tendrás que implementar un poco de Negocio E a tu organización, de lo contrario ésta dependerá de ti al 100%.

Tu modelo organizacional es la clave para añadir Negocio E a tu compañía. Las personas listas descubrirán e implementarán los sistemas y las herramientas correctas mientras aportan su Liderazgo E.

PUNTOS PARA RECORDAR: Los 4 Modelos

Fundamentales del Negocio Inmobiliario

- Los modelos son la ciencia del negocio.
- Construye tu casa con planos, no corras el riesgo de terminar con un "jagal".
- Warren Buffett nos enseña a dominar los modelos comprobados antes de implementar creatividad.
- El Modelo Económico nos muestra de dónde viene el dinero, a dónde va y cuánto queda.
  - Concéntrate en los números a los que debes llegar.
  - Concéntrate en las citas.
  - Concéntrate en tus tasas de conversión.

- El Modelo Generador de Contactos te muestra cómo ganar la batalla del posicionamiento en las casillas mentales del cliente:
  - Entendiendo que la generación de contactos es un juego de números.
  - Prospectando y utilizando mercadotecnia para mover a la gente hacia los círculos internos de recursos aliados.
  - Haciendo una base de datos con tus contactos y alimentarla.
  - Usando sistemáticamente con tu base de datos los sistemas de 8-3-8, 33 Toques y 12 Direct.
  - Concentrándote en exclusivas de ventas y haciendo mercadotecnia para conseguir más contactos.
- El Modelo de Presupuesto te muestra lo que pasa con tu dinero desde el momento en el que lo recibes hasta que lo conservas a través de:
  - La visualización de tu modelo presupuestal como herramienta financieramente poderosa.
  - Invirtiendo sólo las remuneraciones.
  - Jugando al Semáforo para rendir cuentas de resultados de tus inversiones.
  - Apegándose a porcentajes del presupuesto y revisándolos cada mes.
- El Modelo Organizacional te muestra quién hará qué, conforme vayas añadiendo personal a tu equipo de trabajo, bajo el siguiente esquema:
  - Primero contratando ayuda administrativa, que sistematizará y documentará tu negocio.
  - Siempre contratando talento. "Cuando dediques tiempo a buscar y contratar talento tendrás recompensas".
  - Entrenando y dando consultoría a tu personal para obtener una productividad máxima y la rendición de cuentas de sus resultados.
- Negocio E (sistemas y herramientas) con tu Liderazgo E (influencia y rendición de cuentas) logra que las cosas pasen aun cuando no estés ahí.

## LOS MODELOS DEL MILLONARIO PROFESIONAL INMOBILIARIO

Ahora que hemos visto y explicado los 4 modelos sobre los cuales un profesional inmobiliario de alto rendimiento se apoya, vamos a dar un vistazo de cerca, desde la perspectiva de un Millonario Profesional Inmobiliario. Ahora estudiaremos ciertos temas y sus números, que son necesarios para convertirse en un vendedor Millonario Profesional In-

mobiliario. Uno de nuestros deseos es brindarte momentos mientras trabajamos y entrevistamos a los Millonarios Profesionales Inmobiliarios, es que la transición entre Gana Un Millón y Genera Un Millón es casi imperceptible. Los mismos modelos son efectivos a través de ambas etapas. Generar Un Millón en remuneraciones netas anuales es más un reflejo del perfeccionamiento de tus modelos que un seguimiento de cualquier otro camino. En esta sección te presentaremos los detalles que te llevarán desde Ganar Un Millón hasta Generar Un Millón; y posiblemente más allá. En el siguiente capítulo, "Genera Un Millón", describiremos los detalles principales que podrás encontrar en el camino desde Ganar hasta Generar Un Millón.

Mientras cubrimos los modelos deberás recordar siempre mantenerte fiel en el enfoque que moverá a tu negocio de bienes raíces: las tres P's. El punto es implementar estos modelos rápida y eficientemente. Si los sigues sistemáticamente y apalancas su implementación con algunas contrataciones clave, deberías ser capaz de mantenerlos como mínima distracción de tu área de enfoque principal: Prospectos, Palancas y Propiedades.

Sobre todo, debes estar concentrado en la generación de prospectos. Me gusta decir que la generación de contactos "va en primer lugar, en último y en todos los demás". La diferencia entre el Millonario Profesional Inmobiliario y un agente de bienes raíces promedio está en que el Millonario Profesional Inmobiliario nunca deja caer la generación de contactos. No importa si se descompuso su computadora o renunció su asistente, sistemáticamente obtiene contactos y cuando termina, enfoca su atención a los problemas del día a día. Sabe que si se permite distraerse de su trabajo principal, estará quedándose atrás y exponiéndose al peligro de las variables y de los cambios en el mercado. Si no se hace la generación de contactos todo lo demás se va volviendo innecesario. La realidad es que las oportunidades que tengas de construir un negocio estarán en el número de contactos que tengas. Después de la generación de contactos deberás concentrarte en las Propiedades, de ellas se obtiene el inventario, la presencia en el mercado y las oportunidades. Y si las trabajas correctamente, podrás hacer de ellas una fuente confiable de contactos, usualmente de uno en uno. Por último deberás apalancarte y subir de nivel a través de contrataciones, entrenamiento y consultoría con personas talentosas y mantener con fuerza tus contactos y propiedades. Las

personas correctas, documentarán y refinarán los sistemas para añadir las herramientas correctas que sean necesarias. Así que estos cuatro modelos te darán claridad sobre los números detrás de cómo un Millonario Profesional Inmobiliario maneja su negocio, no olvides que las tres P's son la columna de estos modelos y las responsables de la vasta mayoría de tus resultados.

## UNA PALABRA RÁPIDA SOBRE EL SERVICIO DE CALIDAD

Cuando hablo con agentes inmobiliarios les digo que la clave del crecimiento de su negocio está en seguir los modelos, concentrándose en Prospectos, Propiedades y Palancas. Algunas veces tienen objeciones. Quieren saber qué tan importante es el papel del servicio de calidad en el camino a ser un agente exitoso. Bueno, eh aquí la respuesta: Como lo estudiamos en Piensa en Un Millón, la calidad del servicio será un componente crítico para tu éxito. Extrañamente, la calidad del servicio se dará sola si tu negocio está basado en sistemas documentados, rendición de cuentas a los sistemas y en contratar personas con talento. De hecho, nuestra experiencia nos muestra que un equipo seleccionado cuidadosamente y bien entrenado de especialistas, provee un constante nivel fiduciario de

servicio, predeciblemente más alto que el servicio provisto por una sola persona.

Los agentes de alto rendimiento inherentemente se comprometen con sus clientes y tienen una pasión por ayudar a cubrir sus necesidades de bienes raíces. No obstante que el compromiso de brindar un servicio inmobiliario de alta calidad es fundamental

para ser exitoso, no es el principal factor determinante al crear un negocio millonario. Es necesario, pero no suficiente por sí mismo. Para construir un negocio necesitarás enfocarte primero en los cuatro modelos que son el empuje principal de las tres P's: Prospectos, Propiedades y Palancas.

*"La cosa más brillante que he hecho es el aprender a delegar. Mi personal puede hacer las cosas, incluso mejor que yo".*

Russell Shaw  
Millonario Profesional Inmobiliario  
Phoenix, AZ  
Ventas: \$50.6 millones de dólares.

## LOS CUATRO MODELOS

Los Cuatro modelos del Millonario Profesional Inmobiliario son los que ya hemos estado estudiando. En el nivel millonario la diferencia no está en los modelos, sino en los temas y números que necesitarás lograr para desempeñarte al máximo con ellos.

## MODELO UNO: EL MODELO ECONÓMICO DEL PROFESIONAL INMOBILIARIO MILLONARIO

### LOS FUNDAMENTOS

El Modelo Económico del Millonario Profesional Inmobiliario empieza con una vista general del flujo de efectivo. En su forma más simple el Modelo Económico se ve como se muestra en la figura 28.

Separamos los gastos categorizados previamente para el agente inmobiliario promedio en dos gastos de un Millonario Profesional Inmobiliario: Costos de Ventas y Costos Operativos. Ahora, para asegurarnos de que no haya ningún malentendido al avanzar, los cuatro elementos de nuestro modelo serán explicados a continuación.

Ingreso de Comisión Bruta (GCI)
2 Costos de Ventas (CV)
2 Costos Operativos (CO)
5 Ingreso Neto

Figura 28

### ■ Ingreso por Comisión Bruta (GCI por sus siglas en inglés):

Está basado en un aproximado 6% total de comisión con un 3% con la comisión compartida, aunque ésta puede variar dependiendo de la ciudad y de si es negociable, pero tuvimos que establecer una comisión estándar. Para simplificar las cosas incluimos todas las transacciones adicionales, cargos extras a los compradores y vendedores en la tasa de la comisión. Fue la

- **Costo de Ventas (CV):** Está relacionado con la cantidad de dinero pagado a un especialista en propiedades y la comisión dividida pagada a un especialista en compradores. De nuestra experiencia, un especialista en propiedades talentoso te costará entre \$65,000 y \$100,000 USD al año (y cualquier cargo extra está incluido en los cálculos). Para el lado del comprador asumimos una proporción 50/50 con el especialista en compradores. De nuevo éste es un aproximado. Si tu propuesta de valor hacia tu personal es tal que lo puedas compensar con un bajo costo y todavía puedas reclutar y retener talento, estás en una mucho mejor posición para generar un ingreso más alto. El costo de ventas también puede variar mucho basándose en las condiciones del mercado local, precio promedio, mantenimiento dado, fuente de prospectos, condiciones de trabajo locales, etcétera.
- **Costos Operativos (CO):** Son todos los otros costos del negocio, incluyendo la mercadotecnia, renta, salarios, equipos y herramientas, propaganda, etc. Nuestra investigación muestra que conforme crezca tu negocio, estos pueden estar razonablemente en 30% o menos de tu Ingreso por Comisiones Brutas (GCI). El impacto que los gastos operativos tienen en tu ingreso neto debe estar en la última línea. Cuando aumenten, tu ingreso neto disminuirá y cuando disminuyan, tu ingreso neto aumentará.
- **Ingreso Neto:** Es la cantidad de ganancias que tu negocio de ventas obtiene. Y puesto que estás siguiendo el modelo del Millonario Profesional Inmobiliario para dejar las metas pequeñas, tu ingreso anual deseado deberá ser de Un Millón. Mantén en mente que este ingreso neto siempre será tu meta principal, es natural tener metas en otras áreas, pero trabaja siempre de manera inversa comenzando por tu ingreso neto. Siempre cuestionate —Si disminuyo o aumento el porcentaje de un elemento específico, ¿cómo afectará a mi ingreso neto?—. Esta perspectiva te asegurará que nunca perderás el sentido de la interacción de estas cuatro categorías económicas.

Antes de referirnos al Modelo Económico, examinemos brevemente una suposición del modelo. Asumamos un precio promedio de venta de \$250,000 USD. Esto está muy arriba de la media nacional de precios, pero está respaldada por nuestra experiencia de trabajar y entrevistar a agentes exitosos. Tú puedes y así lo esperamos, sustituir números para que representes a tu negocio y en tu mercado. Una vez que hayas digerido el modelo que proponemos, consulta libremente las figuras 31 y 32 que resaltan los cambios clave en el modelo en cuanto a precio promedio, empezando de \$150,000 a \$300,000. Ahora pienso que estamos listos para empezar a construir el Modelo Económico del Millonario Profesional Inmobiliario.

## HACIENDO LOS CÁLCULOS

Trabajando de manera inversa, después de sumar de nuevo CV más CO, necesitarás aproximadamente 2.4 millones en GCI para generar Un Millón de Dólares en Ingreso Bruto. Aquí está una versión gráfica del Modelo Económico.

Hay dos fuentes primarias de ingreso que impulsan tu GCI: propiedades en venta y clientes compradores. De estas dos, el ingreso por propiedades en venta es el más importante. Las propiedades te proveerán la más grande oportunidad para generar ingresos, son una plataforma de mercadotecnia y una fuente clave de prospectos. Como lo detallamos anteriormente, cada propiedad en venta manejada de manera correcta, debería generar una venta si los prospectos son debidamente capturados, si se les da seguimiento y si son convertidos a tratos cerrados. Los agentes exitosos con los que hemos trabajado confirman lo anterior. Un agente basado en captar propiedades y en conversión de prospectos, puede razonablemente esperar que sus remuneraciones provengan de manera equitativa entre propiedades vendidas y clientes compradores. A decir verdad, ésta debería ser tu estrategia.

GCI	\$2,400,000 USD
CV	- \$700,000 USD
CO	- \$700,000 USD
Ingreso Neto	= \$1,000,000 USD

Figura 29

De manera que si tus ingresos están divididos de manera equitativa entre compradores y vendedores, tus ingresos por comisiones brutas de USD \$2.4 millones serán divididos en proporción 50/50 entre lado comprador y lado vendedor con \$1.2 millones para cada lado. Para hacer esta clase de negocios lo más probable es que sea necesario cierto apalancamiento, que es donde tu Costo de Ventas (CV) aparece del lado del comprador debido a la división de 50/50 para los especialistas compradores, en donde de USD \$1.2 millones de GCI, corresponden USD \$600,000 de CV. Los listados (lado de los vendedores/propiedades) son la mejor oportunidad de apalancamiento para tu negocio a largo plazo porque puedes esperar que tus CV sean sustancialmente más bajos. Tu especialista en listados probablemente terminará compensándolo a una proporción de alrededor de \$100,000 por año.

Tomando en cuenta todos estos números, podrás empezar a desarrollar el Modelo Económico con mayor detalle. Abajo describimos una vista general de nuestro modelo de flujo de efectivo.

Ahora debemos determinar el número de ventas necesarias para alcanzar los USD \$2.4 millones de GCI. Dado que hemos asumido que el precio promedio de ventas para un Millonario Profesional Inmobiliario sea de \$250,000 y que ganará un promedio de 3% de comisión en cada ven-

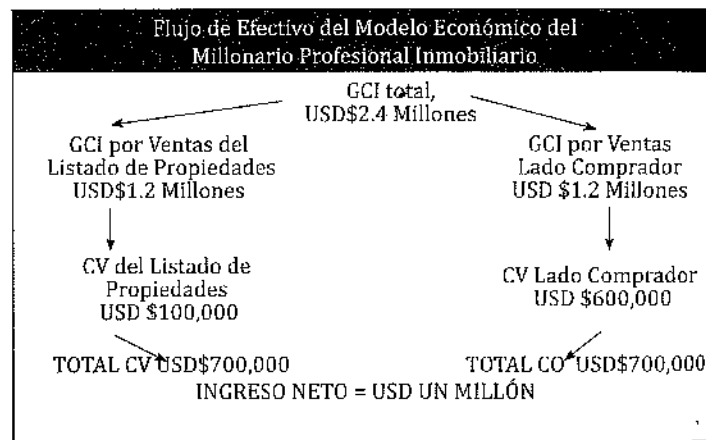


Figura 30

ta, concluímos que tomara 320 cierres de ventas por año para alcanzar los \$2.4 millones en GCI, tal como estamos aconsejando en la perspectiva, basado en el listado de propiedades en venta, cada propiedad lista da generará una compra. Esto se divide claramente en 160 del listado de Propiedades de los que venden y 160 de los que compran cada año. Las tablas de abajo (figuras 31 y 32) muestran la relación entre el precio promedio de ventas y el número de cierres de ventas necesarias para alcanzar \$2.4 millones en GCI. Como podrás ver hay una relación directa entre el precio promedio de venta y el número de unidades que será necesario vender cada año para

Efecto del Precio Promedio de Venta en Unidades Vendidas	
Objetivo = 2.4 Millones en GCI	
Precio Promedio de Venta	Unidades Concretadas
\$150,000	534
\$200,000	400
\$250,000	320
\$350,000	267

Figura 31

Disminución del Porcentaje en Unidades Cerradas por 10% del Incremento del Precio para Alcanzar 2.4 millones en GCI					
Incremento en Precio %	Precio Promedio de Venta	Comisión	Unidades Cerradas por año	Diferencia	Disminución en Unidades Cerradas %
10%	\$150,000	\$4,500	534	}	9.4%
	\$165,000	\$4,950	484		9.1%
	\$181,500	\$5,445	440	}	8.9%
	\$199,650	\$5,990	401		9.2%
	\$219,615	\$6,588	364	}	8.8%
	\$240,990	\$7,227	332		9%
	\$264,990	\$7,950	302	}	9.3%
	\$291,489	\$8,745	274		

Figura 32



alcanzaría la meta de ingresos por Comisiones. Frutas Obviamente, entre más alto sea tu porcentaje promedio de ventas, más bajo será el número de unidades necesarias.

Las unidades vendidas y el precio promedio de ventas son importantes impulsores hacia Ganar Un Millón y Generar Un Millón, pero no son las únicas áreas de concentración de los Millonarios Profesionales Inmobiliarios. Necesitamos concentrarnos en actividades clave que nos lleven a cerrar ventas. Para iniciar, los compradores y vendedores deberán acordar primero hacer negocio con nosotros. Y para este propósito es necesario un acuerdo contractual en forma de convenios de representación, tanto de compradores como de vendedores de propiedades. Para obtener estos contratos es necesario hacer reuniones con los compradores y con los vendedores para presentarles nuestras propuestas de valor y asegurar el negocio. Mientras el Modelo Económico termine con el ingreso final, éste empezará con la generación de citas con los que compran y con los que venden sus casas. Si necesitamos la venta de 320 unidades para alcanzar nuestra venta meta de GCI, aún será necesario ir hacia atrás un poco más. Además será necesario saber:

1. El número de compradores y vendedores necesarios en nuestros listados para lograr 320 ventas por año.
2. El número de citas con compradores y vendedores necesarios para tener el número apropiado de los que compran y los que venden sus casas en nuestros listados.
3. Pero es más importante la cantidad necesaria de trabajo para la generación de citas con vendedores-compradores.

La única forma de llegar a estos números es haciendo un seguimiento estricto entre el trabajo de generación de contactos y la proporción de concreción de los mismos.

La proporción de concreción puede variar dependiendo de un gran número de factores incluyendo las condiciones actuales del mercado, la efectividad de tus presentaciones, la calidad de tus

*"Ahora nos enfocamos en el seguimiento y como resultado nosotros hemos aumentado nuestra velocidad de respuesta y el porcentaje de conversión."*

David y Judie Crockett  
Millonarios Profesionales Inmobiliarios  
Concord, OH.  
Ventas: \$53 millones de dólares.

contactos y la concreción de tu seguimiento. Nuestra investigación y las experiencias por años pueden orientarte con algunas guías:

- Para el listado de vendedores, aproximadamente 80% de citas precalificadas deben terminar en contratos en nuestros listados y aproximadamente 65% de estos listados deben llegar a venderse.
- De parte de los compradores las proporciones están invertidas. Aproximadamente 65% de citas precalificadas concluyen en contratos para representar al comprador y aproximadamente 80% de estos compradores deben llegar a una venta.

La figura 33 ilustra cómo trabajar hacia atrás desde tu meta mensual de 26.7 ventas cerradas (320 cierres anuales) hasta llegar a tus metas mensuales de citas de vendedores y compradores.

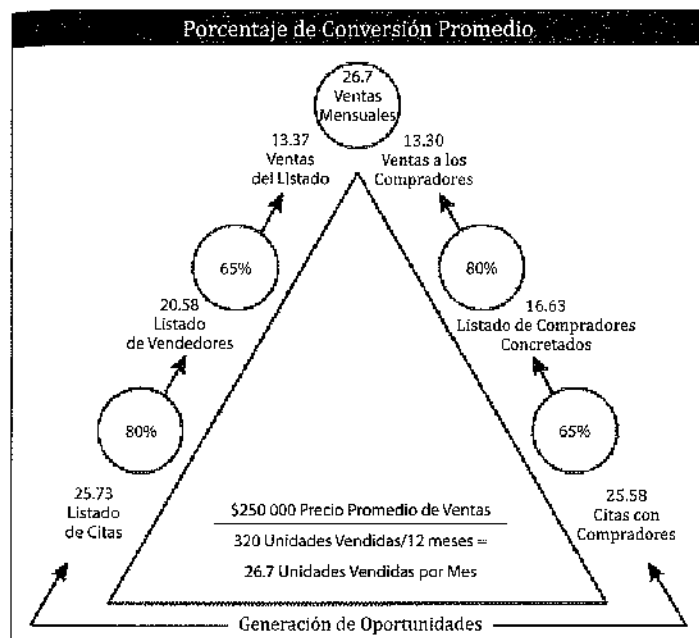


Figura 33

PATROCINADO POR EL CANAL : <https://t.me/cardinglatinotg>



Al usar los estándares 50/55-65/80 para alcanzar la meta mensual de 320 ventas cerradas, necesitarás obtener un mínimo de 25.73 citas programadas con vendedores y 25.58 citas con compradores. Estas 51.31 citas mensuales son lo más importante para ti y para tu equipo. Si puedes enfocarte en estas citas, los resultados podrían ser sorprendentes. Resulta interesante que algunos de los más exitosos agentes inmobiliarios que hayamos entrevistado nos reportan un porcentaje de conversión tan alto como 95% en el listado de sus clientes que venden sus casas. Los créditos por estos resultados pueden ser divididos en partes iguales entre la calidad del listado de sus clientes, la excelencia de sus presentaciones (tanto visual como de sus diálogos), sus años de experiencia y el valor de su propuesta. Estos factores casi siempre superan las condiciones del mercado en términos de alcanzar un impacto en el resultado de las reuniones para hacerles una presentación.

En las citas con vendedores y compradores ambas partes son los objetivos principales de la categoría de los Millonarios Profesionales Inmobiliarios, lo cual nosotros cubrimos en el capítulo Piensa en Un Millón. Necesitas fijarte metas mensuales y semanales en estas categorías y hacer un seguimiento muy atento de los resultados. Pasado el tiempo, serás capaz de determinar el % promedio de conversión para ti y tu equipo; y actualizar tu Modelo Económico apropiadamente. Entre mejor sea tu porcentaje de conversión, menos citas necesitarás programar cada mes para alcanzar tu meta. Y también lo puedes ver desde la perspectiva de que mientras más alto sea tu porcentaje de conversión, mayores serán los ingresos

*"Convertir llamadas en citas, es una de las cosas que pueden ser más importantes para mí".*

Sherry Wilson  
Millonario Profesional Inmobiliario  
Purcellville, VA  
Ventas: \$102.6 millones de dólares.

sobre el mismo número de citas. De cualquier forma, tú ganas.

El último elemento del Modelo Económico es la generación de oportunidades. Como lo comentamos anteriormente, aquí es donde inicia todo. Ahora es tiempo de unirlo todo y observar el Modelo Económico completo del Millonario Profesional Inmobiliario (ver figura 34).

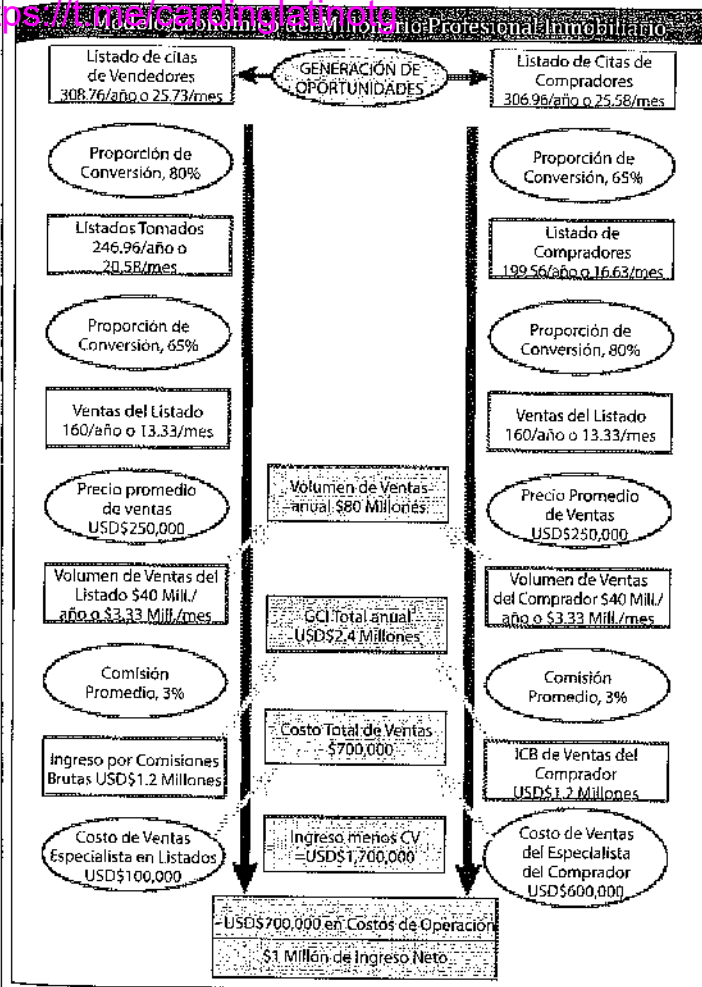


Figura 34

PATROCINADO POR EL CANAL : <https://t.me/cardinglatinotg>

El Modelo Económico del Millonario Profesional Inmobiliario toma en cuenta todas las principales variables que caen entre las iniciativas y tu ingreso neto. Si ya sabes tus números clave, entonces esto se convierte en un simple ejercicio de convertir estos números para que representen tus números actuales de producción.

Si tu proporción de conversión, precio promedio de ventas o comisión promedio por vendedor o comprador, son mejores que nuestros estándares, su inclusión tendrá un efecto neto positivo en el modelo. Ya sea que ganes más o seas capaz de disminuir tus metas en los listados de citas con vendedores y compradores para ganar la misma cantidad, tú y todos en tu equipo de trabajo deben hacer suyos estos números esenciales y saber precisamente cómo un cambio en uno de ellos afecta a los demás. Si tú o tu equipo de trabajo aún no conocen tus números, entonces tu misión inmediata debe ser empezar a hacer un seguimiento a detalle. Al final conocer tus números y cómo interactúan en tu Modelo Económico, crea confianza y estabilidad en tu negocio. ¡En este punto es cuando en realidad se siente tener un negocio!

Abajo hacemos una recapitulación de los asuntos importantes y los números del Modelo Económico del Millonario Profesional Inmobiliario:

Números Clave del Modelo Económico para el Millonario Profesional Inmobiliario	
1.	320 Ventas logradas con un precio promedio de ventas
2.	USD\$2.4 millones en GCI
3.	USD\$700,000 Costo de Ventas USD\$700,000 Costos de Operación
4.	27.72 Citas con vendedores en el listado por mes 25.58 Citas con compradores del listado por mes
5.	20.58 Citas tomadas del listado de vendedores por mes 16.63 Citas tomadas del listado de compradores por mes
6.	13.33 Ventas del listado de compradores por mes 13.33 Ventas del listado de vendedores por mes

Figura 35

Allora hay seis metas que tú y tu equipo se pueden poner como finalidad y deben anunciarlo por toda la oficina de manera que sea visible todo el tiempo. Si en esto se va a concentrar tu negocio, entonces que también sea tu punto de atención.

El Modelo Económico del Millonario Profesional Inmobiliario es un Gran Modelo con Grandes Metas que debe serte de utilidad de principio a fin. Si aún no tienes un especialista en listados de quienes venden y compran sus casas, deja esas áreas para ser cubiertas en un futuro por el personal adecuado. En algún momento necesitarás de gente talentosa para que te ayude a crecer tu negocio y antes de que los contrates es necesario entender el impacto que tendrán en tu flujo de efectivo y tu ingreso neto.

## MODELO DOS: MODELO DE LA GENERACIÓN DE INICIATIVAS DEL MILLONARIO PROFESIONAL INMOBILIARIO

Enfrentaremos los hechos: para hacerla en grande en las ventas inmobiliarias necesitas muchos prospectos. Para ser un Millonario Profesional Inmobiliario necesitas los suficientes prospectos para impulsar el Modelo Económico para millonarios, es así de simple, si sigues el Modelo Económico para ser un Millonario Profesional Inmobiliario, tu meta anual de generación de oportunidades es bastante clara: generar oportunidades en el orden de un listado de ventas por personas que venden sus casas, que, a su vez, nos dan 160 compras de esas mismas casas. Se anticipa que debes lograr alrededor de 308 acuerdos de la parte vendedora (que se encuentran en tu listado general de personas o instituciones que requieren vender sus propiedades) (25.7/mes) e igualmente 308 compradores de tu listado de compradores con los que tienes acuerdos (25.58/mes) para que alcances tus metas de 160 unidades vendidas de tu lista de vendedores y 160 unidades compradas.

### BASADO EN MERCADOTECNIA: BÚSQUEDA MEJORADA

Para generar este nivel de ventas necesitarás seguir un plan altamente apalancado para generación de oportunidades; y éste es uno basado

"Envío un mail a mi base de datos de 7,000 cada mes e intento a hacer llamadas a diario a más de 100 clientes. También hago mis propias relaciones públicas: entrego a los diarios historias y después ellos me llaman".

Allan Domb  
Millonario Profesional Inmobiliario  
Philadelphia, PA  
Ventas: \$135 millones de dólares.

en mercadotecnia y búsqueda mejorada. La razón de seguir insistiendo en basarnos en la mercadotecnia es porque la mercadotecnia es la actividad potenciadora. Para ser capaz de generar ese mínimo de oportunidades que necesitas, la búsqueda no es suficiente. Sólo la mercadotecnia activa puede darte el apalancamiento necesario para generar un gran número de oportunidades y entonces te puedes preguntar: ¿Para qué hacer búsqueda? Tú continuarás haciendo cierta cantidad de búsqueda porque ésta es tu forma de mantener tu negocio en un estado activo en vez de inactivo. Cuando el mercado cambie y tú estés en un período en el que la mercadotecnia no sea suficiente para generar las oportunidades necesarias para tu modelo, a través de prospectar regularmente, continuarás manteniendo la iniciativa en actividades proactivas de creación de clientes que serán críticas para tu habilidad de alcanzar tus metas. Si tú esperas hasta que el mercado vuelva a cambiar para regresar a las actividades de búsqueda, esa holgura en tiempo entre el momento de empezar a empezar y el de cuando las oportunidades llegan, puede ser más largo de lo que tú desees. Sería útil referirnos de nuevo a la figura 12 de la página 143 y volverte a familiarizar con este modelo

Básicamente esta es la forma como funciona el Modelo de Generación de Oportunidades para llegar a ser un Millonario Profesional Inmobiliario. Debes hacer una campaña agresiva de *marketing* y una campaña de búsqueda construida a partir de la figura 10 de la página 138. Todos estos prospectos irán al modelo 8-3-8 para establecer tu relación con estas personas. Sus nombres se agregarán a tu base de datos de conocidos y a ellos se les dará el tratamiento con el modelo 33 Toques cada año. El modelo 33 entonces debe resultar en negocios que se repitan y referen-

ciales en una proporción de una referencia y una repetición por cada 9 personas en el programa (o una proporción de 12:2\*).

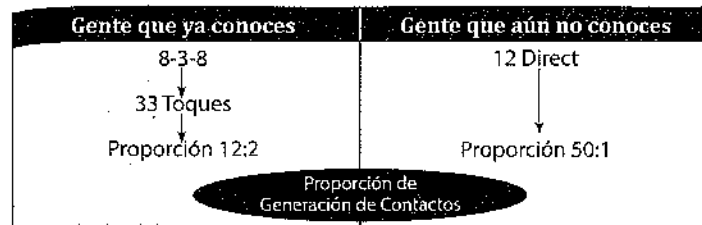


Figura 36

Por otro lado, tu programa de *marketing* para listados geográficos y demográficos los habrás puesto en la lista de No Conocidos de la base de datos. Estos datos irán al programa 12 Direct. A través de los 12 contactos en 12 meses de tu programa 12 Direct, con este modelo se puede esperar que se genere una venta por cada 50 personas en el programa (en proporción de 50:1).

Con esta proporción de conversión el Millonario Profesional Inmobiliario necesitará ya sea 1,920 en la base de datos de los que ya conoces (opción 1) o 16,000 en la base de datos de los que no conoces (opción 2) o alguna combinación de ellos (opción 3) para alcanzar tu meta anual de 320 ventas.

El juego de los Números de Generación de Oportunidades			
	CONOCIDOS	NO CONOCIDOS	
Opción 1	1,920 en la Base de Datos	1	0 en la Base de Datos
Opción 2	0 en la Base de Datos	1	16,000 en la Base de Datos
Opción 3	960 en la Base de Datos	1	8,000 en la Base de Datos
320 Netos en Ventas por año			

Figura 37

\*Nota: Decimos la proporción de 12:2 en lugar de 6:1 porque diferenciamos entre una venta por referencia o venta por repetición. Estudios muestran que cuando sigues los modelos 8-3-8 y 33 Toques, puedes esperar obtener 2 transacciones por cada 12 personas en este programa: una venta repetida y una por referencia.

Si deseas ir por todo lo cual nosotros recomendamos, podrías poner a 1,920 personas en tu base de datos de los que ya conoces y ¡16,000 personas en la base de datos de los que aún no conoces! ¡esto es realmente apuntar alto!

Mientras que los números pueden ser intimidantes, si tomas en cuenta las vacaciones, fines de semana y días libres por enfermedad, la persona promedio trabaja aproximadamente 240 días al año (¡me doy cuenta que el agente inmobiliario trabaja probablemente más, pero mantendré los promedios generales amplios porque realmente quiero que tú tengas una vida!), realmente no son complicados si por cada día de estos 240 días que trabajas, agregaras una persona a tu base de datos para lograr 320 ventas anuales. Agregando 2 personas por día lo lograrías en 4 años. Tres por día lo lograrías en menos de 3 años y esto asumiendo que has empezado de cero. De manera que llenar tu base de datos con personas contactadas puede tomar mucho tiempo o puede tomar tan poco como 3 años, la alternativa es salir y sólo acumular listas de correo al paso del tiempo hasta que alcances 16,000 personas que no has contactado. El enfoque más poderoso y proactivo sería una combinación "exagerada" de las dos que te asegure tener como número mínimo correcto que te lleve a alcanzar tus metas.

La tabla de abajo muestra las 4 Leyes del Millonario Profesional Inmobiliario para la Generación de Contactos. Ya hemos comprobado que es una herramienta útil y fácil de conseguir por los agentes inmobiliarios para mantener su enfoque.

Las Cuatro Leyes de Generación de Contactos	
1. Construye una Base de Datos.	
2. Aliméntala cada día.	
3. Comunícate con ella en una forma sistemática.	
4. ¡Atiende todas las oportunidades que tengas!	

Figura 38

## Costo de una Exitosa Campaña Masiva de Generación de Oportunidades

Cuando muestro esta clase de números a agentes que se están esforzando para llegar a ser un Millonario Profesional Inmobiliario, uno de los primeros supuestos que me hacen es que —costará una fortuna—. Aunque costará más dinero de lo que la mayoría de los agentes gastan, realmente no sería tan caro como podrías pensar. Dividamos el costo por venta generada a través del *marketing* y búsqueda de tu base de datos de los que has contactado y de los que no.

Costo del Programa de Generación de Oportunidades del Millonario	
Conocido	No conocidos
(Gran meta = 1,920 personas = 320 ventas)	(Gran meta = 16 000 personas = 320 ventas)
1. Por cada 12 personas en tu base de datos de personas conocidas que les marques 33 veces por año (33 Toques) = a 2 ventas (una venta o referencia y otra por repetición).	1. Por cada 50 personas en tu lista de personas No Conocidas a las que le marques 12 veces por año (12 veces por correo directo) = 1 venta.
2. Reafirmando: 396 llamadas (12 x 33) = 2 ventas.	2. Reafirmando: 600 llamadas (50 x 12) = 1 venta.
3. Así que, 396 llamadas por \$0.50 (costo promedio por llamada) = \$198 por 2 ventas o \$99 dólares por venta (si doblas tu costo en el caso del peor escenario, nos daría \$198 dólares/venta).	3. Así que, 600 llamadas x \$0.50 (promedio del costo por 1 llamada) = \$300 por día.
4. Para alcanzar tu meta de 320 ventas: ¿Cuánta gente necesitas en tu base de datos de personas conocidas? Respuesta: $320 \times 12 / 2 = 1,920$ personas.	4. Para alcanzar tu meta de 320 ventas, ¿cuántas personas necesitarías en tu base de datos de personas no conocidas? Respuesta: $320 \times 50 = 16,000$ personas.
5. Costo = $320 \times 99 \text{ dólares/venta} = \$31,680 \text{ dólares/año}$ (o con el peor escenario de costo = $320 \times \$198/\text{venta} = \text{USD } \$63,360$ )*	5. Costo = $320 \times \$300/\text{venta} = \$96 \text{ mil/año}$ (o con el peor escenario de costo = $320 \times \$600/\text{venta} = \text{USD } \$192,000$ )

\*Nota: El costo del programa 8-3-8 no está incluido.

*"Acostumbraba echar tiros al aire; ahora recorto mis promociones. Cuando haces seguimiento a tus prospectos, tú sabes qué funciona y en dónde gastas tu dinero. Cuando pruebas un nuevo programa, haces seguimiento por 6 meses o un año. Tienes que darle la oportunidad al programa".*

Bill Ryan  
Millonario Profesional Inmobiliario  
Chandler, AZ.  
Ventas: \$54 millones de dólares.

recomendación de que el costo de generación de oportunidades sea de 10% de tu ingreso bruto. Así, si el costo de tus 396 contactos en tu base de datos es de \$65,360, sólo representará 2.6% (63,360/2.4 millones de dólares). El programa de 12 Direct mercadeado a 16,000 personas te costará \$192,000 dólares, el cual es el otro 8% (\$192 000/\$2.4 millones de dólares). En conclusión, como muy probablemente puedes ver, es que para generar "el doble" de contactos que necesitas para lograr 320 ventas, sólo requieres un poco más del presupuesto recomendado. Realmente creemos que si hicieras esto, con toda seguridad te convertirías en un Millonario Profesional Inmobiliario. Es nuestro sentir que si llevas a cabo los 2 planes, tanto el de personas contactadas como las no contactadas a su máxima capacidad, ¡tu ingreso bruto superará con mucho esta variación!

Los Costos en el Plan de Generación de Clientes (figura 39) son de cualquier manera en números redondos. Nosotros promediamos el costo del contacto (considerando correo estándar y que también hagás uso del teléfono y de e-mails, que son muy baratos) de 0.50 dólares por contacto. Algunos agentes que hemos entrevistado mercadean a su público objetivo por menos de 0.20 dólares por contacto. Otros prefieren correo de primera clase y a todo color con un promedio de 1 dólar o más. La idea es que necesitas controlar tus costos para que puedas tener los números adecuados.

Los números presentados en el Plan de Generación de Clientes Millonarios nos permite hacer ciertas deducciones, ventas repetidas y por referencias (generación de clientes de base de datos) de gente contactada que requiere menos dinero por venta, que una nueva venta. Es entendible

que algunas estrategias son mejores que otras. Así que a menos que tengas 1,920 personas en tu base de datos de conocidos o 16,000 personas en el de no conocidos, necesitas conseguir una combinación de las 2 estrategias. También toma en cuenta que en el próximo análisis del Modelo de Presupuesto del Millonario Profesional Inmobiliario, nosotros hacemos la

que mientras este costo es menor se requiere más tiempo y esfuerzo (33 contactos comparado con 12 correos directos). A menos que puedas obtener más negocios directos o por referencias (por ejemplo, establecer una clientela inversionista en propiedades inmobiliarias), tu tiempo limitará la cantidad de negocios repetitivos o por referencia que puedas hacer. Es más, la clase de atención personal requerida para que una oportunidad sea exitosa generada por la base de datos de contactos, también puede prevenirte de que alguna vez puedas retirarte del negocio y alcanzar la etapa final de Recibir Un Millón. Ésta es una de las razones que la mayoría de los Millonarios Profesionales Inmobiliarios persiguen agresivamente, la generación de prospectos que no han sido contactados previamente, en adición a los programas de comercialización y marketing de su base de datos de contactos.

## CONCENTRACIÓN EN LOS LISTADOS

El Millonario Profesional Inmobiliario comprende la importancia de los listados de los que venden sus casas. Se dan cuenta de los enormes beneficios y ventajas de los listados de vendedores (de casas) cubiertos en la pág. 102 y por tanto construyen completo el Modelo de la Generación de Contactos alrededor de esta lista. Se ponen a trabajar en 2 de las más grandes ventajas del negocio.

*"Tengo un plan de marketing amplio, pero nuestros anuncios sólo generan más de 7,000 al año".*

Joe Rothchild  
Millonario Profesional Inmobiliario  
Katy, TX  
Ventas: \$106.9 millones de dólares.

1. Ventaja económica: Los Listados de casas en venta, vistos como costos de venta, son menos caros de obtener que la lista de compradores: a un costo de venta de aproximadamente \$100,000 contra \$600,000 por el mismo número de ventas. El Millonario Profesional Inmobiliario se da cuenta del ahorro de \$500,000 dólares.
2. Ventaja de Generación de Contactos: Haciendo el marketing apropiado del listado de ventas de casas no sólo produces 2 x 1 (obvio



uno que vendes y uno que compras), sino también produces más listado de casas en venta. Hasta que se invente una nueva forma de venta directa entre vendedores y compradores, recurrirán a nosotros. Haciendo *marketing*, el vendedor tiene una enorme ventaja de apalancamiento para el agente inmobiliario.

Los Millonarios Profesionales Inmobiliarios son: primero, generadores del listado de personas que venden sus casas; segundo, realizan *marketing* con estas listas y tercero, generan listas de compradores. En cualquier otro orden las posibilidades de lograr ventas millonarias caen dramáticamente.

### MODELO TRES: MODELO DE PRESUPUESTO DEL MILLONARIO PROFESIONAL INMOBILIARIO

Mientras que tu presupuesto mensual es una poderosa herramienta para hacer el seguimiento de evaluación de las inversiones que haces en tu compañía, el Modelo de Presupuesto del Millonario Profesional Inmobiliario (figura 40) es un aspecto de más alto nivel en tus gastos. Lo que hace es destacar las áreas en donde debes concentrarte y dar atención para que te reditúen los mayores dividendos.

El Modelo de Presupuesto del Millonario Profesional Inmobiliario está dividido en 2 amplias categorías: costo de ventas y costos-gastos de operación. Ahora, para ser más efectivo de lo que puedes ser y obtener más de estas inversiones, debes ser capaz de explicar por qué cada división está allí, por qué ciertas cantidades y exactamente qué esperas dividir de ellas. Con esto en mente, dividamos estas 2 categorías en sus partes relevantes y consigamos una mayor comprensión de ellas.

Tu costo de ventas refleja el costo real por capturar y convertir tus prospectos en ventas, el cual debe ser manejado por tu especialista en vendedores y/o tu especialista en compradores. El Especialista en Listados es responsable de 5 actividades clave:

- Convertir las citas, en ventas.
- Hacer un listado de presentaciones.
- Asegurar los listados de vendedores.

#### Modelo de Presupuesto del Millonario Profesional Inmobiliario

##### Hay 2 importantes áreas de gastos

###### 1. Costo de Ventas\*

Este es el costo de adquisición de ingresos e incluyen el salario y comisiones del especialista en listados y la comisión del especialista en compradores.

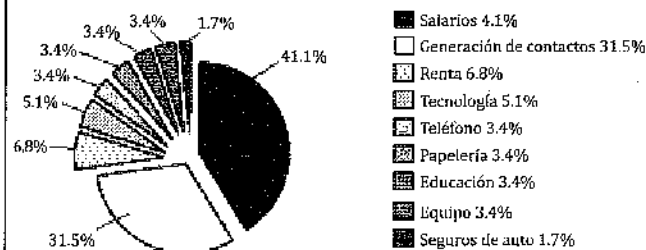
Especialistas en Listados	4.4%	\$100,000
Especialistas en Compradores	24.8%	\$600,000
<b>Costo total de Ventas**</b>	<b>29.2%</b>	<b>\$700,000</b>

###### 2. Costos de Operación\*

Este es el costo para generar clientes y llevar a cabo el negocio. Las categorías clave son:

1) Salarios	12%	\$288,000
2) Generación de contactos	9.2%	\$220,000
3) Renta	2.0%	\$48,000
4) Tecnología	1.5%	\$36,000
5) Teléfono	1.0%	\$24,000
6) Papelería	1.0%	\$24,000
7) Educación	1.0%	\$24,000
8) Equipo	1.0%	\$24,000
9) Seguros de auto	0.5%	\$12,000
<b>Total de Costos</b>	<b>29.2%</b>	<b>\$700,000</b>

Las 2 Grandes (Salarios y Generación de contactos), ¡distribuyen 72.6% de los Costos de Operación!



\*Refleja el porcentaje de \$2.4 millones de GCI de la meta anual del Modelo Económico del Millonario Profesional Inmobiliario.

\*\* Tasas de referencia, también se incluyen en el Costo de Ventas.

Figura 40

- Manejar las comunicaciones durante el periodo de marketing.
- Negociar las ofertas de compra.

Apoyados en nuestra experiencia recomendamos que el pago al especialista en vendedores sea por medio de sueldo más bonos, basados en criterios específicos, como el número de listados logrados, el número de listados vendidos o por la utilidad neta del negocio. Dependiendo del mercado, el talento para esta posición demandará entre \$65,000 y \$100,000 dólares por año. Nuestro modelo refleja el lado conservador del espectro. Por otro lado, el Especialista en Compradores es responsable de 6 aspectos clave:

- Concretar citas de búsqueda con compradores.
- Hacer las presentaciones.
- Ser responsable del listado de compradores.
- Mostrar las casas.
- Negociar las ofertas de compra.
- Manejar la comunicación desde el contrato hasta la venta.

*"Estudio mi estado de pérdidas y ganancias todo el tiempo. Actualmente tenemos 35% de utilidad bruta. Yo quiero llegar a 50%".*

Glen Calderon  
Millionario Profesional Inmobiliario  
Ozone Park, NY  
Ventas: \$73 millones de dólares.

El sueldo y la comisión típica está en el rango de 35/65 hasta 60/40 (o más, dependiendo de las circunstancias particulares), de cualquier forma debes saber que ir más alto de 50/50 puede ser desfavorable a tu Modelo Económico y nuestra recomendación es muy firme en contra de ello.

Los gastos de operación están divididos en 9 amplias categorías. No hay categoría de misceláneos, repito, no la hay. Todos los gastos deben ser clasificados. En el apéndice encontrarás una tabla muy específica con más de 135 categorías de gastos que hemos identificado a través de los años. Si las usas (lo que recomendamos), debes ser capaz de encontrar una categoría específica para cada cheque que firmas. ¿Por qué? Para que cuando compares tus gastos con otro agente inmobiliario ambos estarán hablando el mismo lenguaje.

Cuando observes de cerca el modelo de presupuesto notarás las 9 categorías, dos de ellas comprenden la "tajada del león" de los gastos operativos:

Les llamamos los "2 Grandes". Lo más probable es que si logras controlar estos gastos operativos contables en el estado de resultados tu presupuesto será sano. Estas 2 categorías de tu presupuesto se traducen en 2 importantes áreas en las que debes concentrarte. La productividad de tu personal (apalancamiento) y la rentabilidad de la generación de contactos (prospección), con énfasis en los listados (propiedades) de la gente que vende sus casas (las 3 P's).

La productividad del personal llega a ser un factor más grande si también incluyes tu costo de ventas como parte del costo de compensación de tu equipo de trabajo. Toma en cuenta otro 29.2% de tu ingreso bruto para la compensación que pagas a tu especialista en el listado de vendedores y al especialista en compradores cerca de la línea (en costo de ventas). Combinando éste con los "2 Grandes", notarás que la generación de contactos y la compensación suman más de la mitad de tu ingreso bruto. ¡La compensación es un total de 40%! De manera que ¿tú dices ahora? Ahá. Ahora puedes ver por qué ponemos tanto énfasis en la generación de contactos (que nos lleva a los listados) y en el apalancamiento (que pertenece a tus trabajadores). Estos aspectos tienen un impacto muy fuerte en el bienestar de tu negocio. De hecho, son tu negocio.

Obviamente a medida que crece tu negocio de una etapa a otra, tus costos reales serán diferentes a los números en cualquiera de los 2 modelos que te presentamos. Sin embargo, lo que hemos descubierto a través de la investigación y la experiencia, es que no importa si son números reales, el porcentaje permanece considerablemente estable.

Los "2 Grandes" y el Porcentaje de Gastos Operativos

Sueldos	41.1%
Generación de contactos	31.5%
Total	72.6%

Figura 41

Desde tu primera hasta la última contratación la clave de saber a quiénes contratar y qué habilidades deben tener en su formación es tener un Modelo Organizacional. El Modelo del Profesional Inmobiliario Millonario identifica una división del trabajo y la asignación de responsabilidades entre tu equipo actual y futuro.

*"Cada vez que contrato personal mi negocio crece".*

Rachel DeHanas  
Millonario Profesional Inmobiliario  
Waldorf, MD  
Ventas: \$52 millones de dólares.

Para el negocio inmobiliario hay 3 áreas de trabajo distintas:

1. **Administrativo:** Gerente de administración y marketing, coordinador de transacciones, gerente de listados, telemarketing, coordinador general, asistente y un ayudante general.

2. **Compradores:** Especialista principal del listado de compradores, especialistas compradores y agentes demostradores de casas.

3. **Vendedores:** Especialista principal de listado de vendedores de casas.

Las categorías de personal también representan una priorización del orden en que se debe buscar ayuda en cada área. El área administrativa ayuda al corazón del Modelo Organizacional del Millonario Profesional Inmobiliario. Sólo después de que un equipo administrativo sólido esté en su lugar nosotros empezaremos a pensar en contratar ayuda por medio de especialistas de compradores y vendedores de inmuebles.

A) Al final cada área debe tener personal altamente talentoso, tu gerente de administración y marketing, tu especialista en prospectos de compra y finalmente el especialista de prospectos de venta. Si

*"Contraté rápido un asistente. Me encantan las ventas, no el papeleo."*

Elaine North  
Millonario Profesional Inmobiliario  
Ellicott, City, MD  
Ventas: \$71 millones de dólares

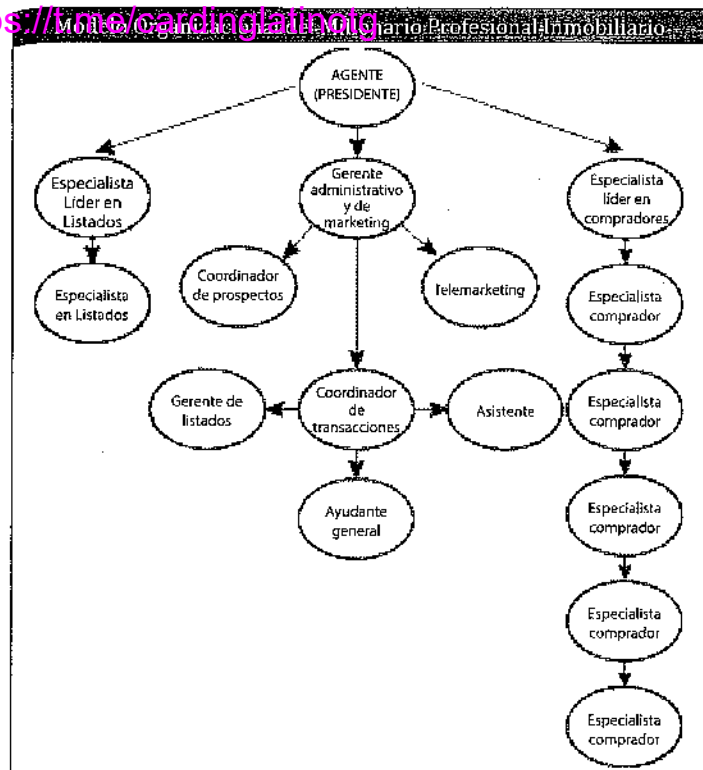


Figura 42

tienes talento extraordinario en estas 3 áreas, tu probabilidad para llegar a ser un Millonario Profesional Inmobiliario aumentará considerablemente. Tu objetivo primordial de principio a fin es encontrar y mantener talento para estas posiciones esenciales. Talento magnífico no es fácil de encontrar. Toma tiempo, paciencia y dedicación, pero la revelación esperanzadora a la que llegan muchos de estos agentes es que puedes estar a sólo 3 excelentes contrataciones de tener un negocio de Millonario Profesional Inmobiliario.

## EL PROCESO DE CONTRATACIÓN DEL MILLONARIO PROFESIONAL INMOBILIARIO

Muchos agentes cometen el error de buscar apoyo en el departamento de ventas primero, generalmente agentes especialistas en compradores. Como hemos afirmado antes, los vendedores no son ni remotamente aptos para implementar sistemas administrativos, tampoco son la mejor gente para identificar los sistemas más aptos, en resumen, los agentes que contratan un agente especializado en compradores han contratado a alguien que está escasamente calificado para al menos la mitad del trabajo. En nuestra experiencia, un agente debe contratar ayuda administrativa en primer lugar. Esto posibilita a la gente a concentrarse en actividades de ventas más productivas, como la generación de contactos, citas con compradores y listados de citas. Dependiendo de tus límites de producción personal, tu primera, segunda y posiblemente la 3a contratación administrativa, serán ayudas talentosas. La idea es alcanzar eventualmente el punto en el que estés completamente concentrado en la generación de contactos, listados y ventas, mientras que tu equipo administrativo maneje el resto del negocio. Sólo después de alcanzar este punto es cuando encontrarás más trabajo orientado a ventas del que puedas manejar solo. Entonces contrata más personal de ventas, específicamente un especialista en compradores para manejar muchas de las tareas que consumen tiempo y procesos para trabajar con compradores.

Algunos Millonarios Profesionales Inmobiliarios pueden optar por entrenar un especialista en compradores y convertirlo en "especialista senior" y empezar con un asistente que muestre las casas. Esto les permite que se involucren directamente en la asesoría, negociaciones y preparación de contratos y ofertas, mientras evitamos las potencialmente largas tardes de llevar a los compradores alrededor de la ciudad. Al obtener ayuda por el lado de ventas, le puedes dedicar más atención a las 2 actividades más importantes de ventas en el modelo: Contactos y Listados. Como hemos dicho antes, entre más listados tengas y verdaderamente los promociones, tendrás más compradores. Para manejar el aspecto de ventas en tu negocio, mientras más esfuerzos le dediques a tu listado, podrías necesitar más de una persona para el lado del comprador. Al final necesitas de un talentoso especialista en compradores, quien en algún

momento manejará a otro especialista en compradores y asistentes para mostrar las propiedades y hacerlos responsables de las metas del negocio en sus áreas de responsabilidad.

La siguiente etapa en tu desarrollo organizacional probablemente será agregar más estructura administrativa si es que no está ya en su lugar. Tu gerente de administración y *marketing*, quien pudo haber sido tu primera contratación, ahora está gestionando tu equipo administrativo completo. Esta persona te ayudará a cubrir otras futuras necesidades administrativas, coordinar las transacciones, *telemarketing*, gerente de listado, coordinador de prospectos, asistentes y ayudantes generales. Estas contrataciones se hacen poco a poco y en proporción al crecimiento de tus ventas, mientras tanto, te habrán estado ayudando documentando, estableciendo sistemas de cómputo, identificando e implementando herramientas en tu negocio.

El gerente de listado es una interesante pieza del rompecabezas de la administración. Es la persona encargada de recibir, clasificar, asignar y hacer seguimiento de tus clientes prospectos a través de una base de datos. Al principio tu asistente manejará gran parte de la fuente (por ejemplo, de dónde vino la llamada) y la entrada a la base de datos mientras tú trabajas solo. Cuando tengas ayuda de ventas, tú, el Millonario Profesional Inmobiliario, asignarás personalmente los contactos y harás el seguimiento a la proporción de conversión. Sólo más tarde, cuando hayas desarrollado completamente a tu equipo de ventas, este trabajo llegará a ser suficientemente grande como para contratar a un empleado de tiempo parcial o permanente.

La última pieza del rompecabezas está en el lado de las ventas de la empresa. En algún punto tu especialista líder en contactos lado comprador y un especialista adicional, manejarán casi todo el negocio de los compradores. Tu gerente de administración y *marketing* manejará todos los aspectos de sistemas y herramientas. Estos son 2 de tus 3 puntos clave necesarios para manejar activamente el apalancamiento. Toda tu atención la debes enfocar en formar el mensaje detrás de los esfuerzos de la generación de contactos y el manejo de ventas del negocio. Cuando encuentres que tienes ambos listados de ventas que puedas manejar solo, entonces contratarás a un especialista en listados. En algún momento podrías contar con ellos como un equipo. Entonces, un líder especialista



Figura 43

exclusivas que los supervisores te reporte directamente a ti, será tu 3er punto clave de apalancamiento. Estas 3 personas (el gerente de admón. y marketing, el líder especialista en compradores y el líder especialista en búsqueda de exclusivas) jugarán un papel primordial en hacerte un Millonario Profesional Inmobiliario.

Para obtener mayor claridad en los roles de cada una de estas personas, mostraremos el negocio del Millonario Profesional Inmobiliario. Veamos una reseña abreviada de la descripción de puestos. Hace años creamos una detallada lista de 170 tareas relacionadas con realizar el negocio de un Millonario Profesional Inmobiliario, describiendo quiénes aplican las tareas de este Modelo Organizacional. Mientras que esto fue una gran exploración a alto nivel para entender el negocio, creemos que el diagrama (figura 43) es más efectivo que una simple presentación en lista de las responsabilidades más importantes de cada miembro del personal. Al verdadero talento, cuando se le dan responsabilidades, las manejará con detalles propios y las cumplirá.

Dividimos el diagrama en 3 áreas para mostrar cómo las responsabilidades están divididas entre la gerencia y el personal de oficina. Tu equipo de ventas está al frente del negocio. En la mitad está el equipo de generación de prospectos. Más atrás están las tareas administrativas principales y el soporte. Cuando estés listo para retirarte de tu negocio y dejar a alguien más que tome la responsabilidad, tu futuro responsable vendrá del personal al frente o en medio de tu equipo, este individuo debe ser parte activa de tu maquinaria de generación de prospectos porque es de donde viene la energía para que tu compañía funcione, de manera que tu primer contratación sería administrativa, después personal para ventas lado comprador y por último, alguien que te ayude con el lado de toma de exclusivas en venta. Con excepción de este orden, las diferentes piezas específicas caerán en su lugar mientras el negocio crece. En la figura 44 mostramos cómo tu organización podría crecer siguiendo el Modelo Organizacional del Millonario Profesional Inmobiliario.

El séptimo nivel (figura 44) es una clase de Nirvana para el dueño del negocio. Éste representará tu lugar cuando puedas retirarte del negocio y empezar a ganar un ingreso pasivo del mismo. Más adelante en el libro, en la sección Recibir un Millón, discutiremos con mayor detalle el proceso de transición de tu negocio hacia el séptimo nivel.



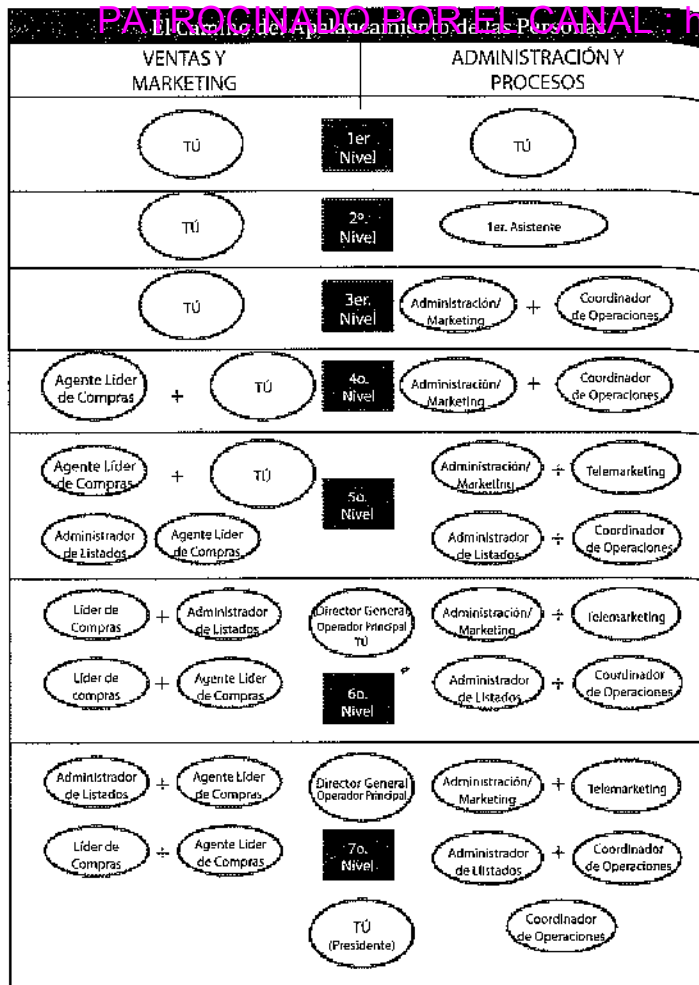


Figura 44

En mi experiencia la persona promedio piensa que el objetivo del líder de un negocio es manejar un negocio exitoso. Bien, yo estoy aquí para decirte que no es el caso, que esa es sólo la primera meta de un hombre de negocios. ¡La meta final de un empresario es tener un negocio exitoso manejado por otra persona! Es a lo que llamamos "llegar al 7o. nivel del negocio". Lograrlo requiere que cargues a tu organización con talento excepcional, particularmente en las 3 posiciones clave: gerente de administración y marketing, especialista en prospectos compradores y especialista de prospectos de propiedades en venta.

Resumiendo, estás construyendo un equipo de producción con 3 columnas. Tendrás un equipo administrativo (para simplificar tu vida o protegerte en caso de error) de hasta 5 personas en sub-áreas de contabilidad, preparación de impuestos, área de archivo, recursos humanos, asesoría jurídica, etc. Tendrás también un equipo lado comprador de 3 a 5 miembros incluyendo a tu especialista en prospectos compradores. Por último tendrás un equipo lado propiedades del vendedor con hasta 2 miembros de personal: un especialista en exclusivas (tú al principio) y posiblemente otro especialista en exclusivas. Cada posición tendrá una descripción del puesto por escrito, identificando las responsabilidades más importantes del trabajo y los estándares de desempeño que esperas.

## 7 FUENTES PARA RECLUTAR

Puesto que un Millonario Profesional Inmobiliario ha hecho el compromiso de ser exitoso a través de otros, necesitarás continuamente buscar talento. Utiliza 7 fuentes principales que son:

1. Avisos publicitarios.
2. Compañeros en el negocio.
3. Websites de empleo.
4. Agencias de empleo temporal.
5. Agencias de empleo permanente.
6. Otros agentes en el mismo mercado.
7. Escuelas de agentes inmobiliarios.

1	ANUNCIOS	<p>"Apertura inmediata para un auxiliar como apoyo al ejecutivo agente inmobiliario. Debe ser organizado, de rápido aprendizaje, una persona positiva y gran comunicador. Es necesario que tenga buenas habilidades para el manejo del procesador de palabras y computacionales. Trabaja en una oficina inmobiliaria a ritmo acelerado en _____ (ciudad/estado). Ofrecemos una atmósfera emocionante y un negocio orientado a las personas. Esta no es una posición de nivel de entrada. Tu primer paso es mandar tu currículum a _____ (e-mail) o fax a _____ (número de fax)".</p> <p>Fuentes de colocación: De preferencia en el periódico local.</p>
2	FUENTES AJIADAS	<p>—Hola _____, soy _____ de _____ bienes raíces. La razón por la que llamo es para pedir tu ayuda. Mi negocio se está expandiendo y estoy buscando contratar una persona excepcional que me ayude a llevar el negocio al siguiente nivel, la persona que estoy buscando debe ser: _____</p> <p>—¿Tienes a alguien que encaje en esta descripción (espera la respuesta y después solicita los medios apropiados para contactarlo: teléfono, e-mail, etc.)?. Gracias por esta primera prospección. Realmente lo aprecio. ¿Te pregunto también, si estuvieras en mis zapatos, a quién podría llamar para ver si conocen a alguien apropiado para esta oportunidad?—</p>
3	WEBSITES DE EMPLEO	<p>Ve a tu portal favorito (yahoo.com, google.com) y busca por páginas de Internet con las siguientes palabras: sitio de empleos, listas de empleo, conexión de empleo, bolsa de trabajo, búsqueda de carreras, etc. . .</p> <p>Sitios locales, quienes son patrocinadores usuales en tu periódico local son los mejores.</p>
4	AGENCIAS DE EMPLEO TEMPORAL	<p>Contrata a una agencia de empleo temporal. Ve y entrevista a tres o cuatro agentes temporales y escoge uno o más. Estas agencias ubicarán candidatos por adelantado para ti. Por otra parte, trata para un empleo provisional para que te ubiquen un candidato sin compromiso. Lo que podría pasar es que el candidato llegue a trabajar contigo también sin compromiso y tengas que probar a varios para encontrar a alguien que encaje (todo esto mientras estás pagando más por hora de lo que deberías de otra forma). Deberías contratar a alguien permanente, debes estar seguro de tener bien los números de tus costos. Tendrás que pagar uno o dos meses de salario por compensación.</p>

Figura 45

5	AGENCIAS DE EMPLEO PERMANENTE	<p>Contrata a una agencia de empleo permanente. Ve y entrevista a 3 o 4 agentes provisionales y escoge a uno o más. La ventaja es que podrían ubicar a mejores candidatos en general. La otra cara es el costo. En caso de contratar al candidato podrías pagar uno o dos meses de su salario permanente a la agencia de empleo.</p>
6	OTROS AGENTES EN TU MERCADO	<p>Otro lugar para buscar talento es en tu propio mercado. Busca agentes o personal de oficina de otras compañías que tengan una reputación sólida y que tal vez estén buscando un cambio en su carrera. Posiblemente alguien que esté buscando:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Estabilidad laboral con oportunidad de crecimiento.</li> <li>2. Horario flexible.</li> <li>3. Entrenamiento y experiencia (nuevos agentes).</li> </ol>
7	ESCUELAS DE BIENES RAICES	<p>Ve y enseña, haz presentaciones y ofrece "oportunidad de carrera" en panfletos en todas las escuelas de bienes raíces o escuelas certificadoras en tu área. Encontrar personas totalmente nuevas en el negocio tiene sus ventajas sobre contratar a personas con experiencia: los nuevos agentes no rompen hábitos.</p>

Figura 46

## 9 OPCIONES DE COMPENSACIÓN

Cuando estés intentando crear un modelo de compensación que trabaje para tu personal y tu mercado necesitarás considerar todas tus opciones. Las 9 principales Opciones de Compensación toman todas las formas probables de retribuir a las personas, posiblemente tú ocuparás 2 o más opciones. Veamos los fundamentos de cada una de ellas antes de determinar la filosofía de compensación.

*"La clave para mantener personal excepcional es pagarles bien y ser flexibles con su vida".*

### 1. Salario

El salario será la fuente primaria de compensación de la parte media y baja de tu or-

Jerry Mahan  
Millonario Profesional Inmobiliario  
Puyallup, WA  
Ventas: \$93 millones de dólares.

Las 9 Mejores Opciones de Compensación
1. Salario
2. Comisiones
3. Pago de gastos
4. Bonos
5. Reparto de utilidades
6. Plan de retiro
7. Beneficios de seguro
8. Vacaciones y permisos por enfermedad
9. Oportunidades en expansión del negocio
<b>Y Recuerda: ¡Recompensa lo que esperas!</b>

Figura 47

## 2. Comisiones

Las comisiones son probablemente el número más tradicional para compensar al personal de ventas: no obstante algunas compañías han experimentado exitosamente con una combinación de salarios y bonos basados en el desempeño o reparto de utilidades. En general el ingreso de un agente inmobiliario debe ser dividido 50/50. Si necesitaras ajustarlos tus opciones serían:

- ❑ Diferentes esquemas de comisión por prospectos generados por la compañía y prospectos generados por el personal.
- ❑ Una comisión graduada con base en lo que gana la compañía.
- ❑ Mejorando la comisión con base en las metas específicas establecidas.

Cualquier método que escojas estúdialo con cuidado y muévete con precaución. Las condiciones del mercado podrían cambiar o el talento podría exceder las expectativas y nunca querrás descubrir que la estructura de tus comisiones es demasiado generosa y sea un obstáculo en el

ganancia. Siempre recomendamos ser competitivos con tu mercado local, la mayoría de las posiciones de los empleados debe ser establecida entre \$25,000 y \$50,000 dólares, dependiendo de la responsabilidad y experiencia. Las posiciones de gerencia tendrán más (entre \$36,000 y \$100,000), pero tú también puedes ser creativo y usar bonos o reparto de utilidades para mantener salarios competitivos y minimizar tu riesgo. No es necesario decir que debes estar seguro que tu contador esté reteniendo impuestos por ingresos y el fondo de retiro de tu personal con salario.

reclutamiento financiero de tu negocio. Por último, recuerda que en la mayoría de los planes basados en comisión, el personal será considerado como empleados independientes y no es necesario retener los impuestos o fondos de retiro.

## 3. Pago de Gastos

Aquí presentamos la regla de oro en el pago de los gastos: Para el personal asalariado debes pagar todos los gastos relacionados con el trabajo; cuando es por comisiones, cuando mucho debes pagar algunos de los gastos básicos, aunque querrás hacer excepciones con el personal altamente productivo. También los gastos serán aprobados con anterioridad hasta que tu personal tenga un entendimiento claro del presupuesto de cuáles gastos serán aceptables y cuáles no.

## 4. Bonos

Los bonos pueden ser pagados, mensual, trimestral o anualmente, recomendamos lo último, ya que por ejemplo, en marzo no tendrías el conocimiento de si será un buen año o no, porque podría parecer extraordinariamente bueno y de repente el mercado podría cambiar a la vuelta de la esquina. Míralo de esta forma, cuando pagas bonos anuales ya estás seguro de los ingresos de tu negocio antes de pagarlos.

Puedes usar el criterio de bonos con base en cómo tus miembros del personal llegan a sus metas anuales ayudando a la compañía a llegar a las tuyas o contribuyendo a las ganancias netas de la compañía respecto al año anterior. Cualquiera que sea el caso, los bonos deben estar bien justificados en una meta cuantificable, preferiblemente en lo que un empleado puede impactar directamente. Los bonos deben estar basados en una cantidad prevista, una cantidad significativa (\$500, \$1,000, \$1,200, etc.) o un porcentaje del salario de los empleados.

## 5. Reparto de Utilidades

El reparto de utilidades es un gran método suplementario de compensación. Cosas mágicas pasan cuando el personal está concentrado como tú en la ganancia neta. El personal se abstienen de

incurrir en gastos no necesarios y se repartan ellos mismos en los gastos. Sin embargo, un reparto de utilidades requiere necesariamente libros abiertos, necesitarás abrir totalmente los libros contables en una base regular. Si no te sientes cómodo con esto, debes considerar otras opciones.

Mientras que el reparto de utilidades se puede hacer mensual o trimestralmente, recomendamos el anual, idealmente éste debe estar apoyado en un porcentaje de utilidades netas antes o después de impuestos. Los miembros de tu personal deben trabajar en la compañía por lo menos 6 meses antes de que se les permita participar en el programa. Es difícil justificar un reparto de utilidades anual con un miembro que ha estado sólo 2 meses. Toma al menos 6 meses hacer una contribución significativa, especialmente cuando eres nuevo en el negocio. En el ejemplo desarrollado en la figura 48 notarás que el reparto de utilidades tiene el límite de 50% del salario de un empleado de personal. Mantener el talento es importante, pero tampoco necesitas pagar de más. Pagarle a alguien más de 50% por arriba del valor del mercado puede ser una excelente forma de reclutamiento y retención, pero estar por encima de esa marca es ser demasiado generoso. Si alguien merece más que eso en el reparto de utilidades, puede ser que debas considerar la opción No. 9, que son oportunidades en franquicia. Por último, es importante que se definan claramente las reglas que rigen el reparto de utilidades desde el principio, así como en el ejemplo de la figura 48, deben ser claras y definitivas.

## 6. Plan de Retiro

Los planes de retiro son triquiñuelas con excepción de las franquicias, este es un tipo de compensación que dura más al del actual periodo de empleo, nosotros recomendamos empezar por pequeñas cantidades, porque si no, sería tanto como "regalar" y eso ¡no sería divertido!

Así como que en tu reparto de utilidades un empleado debe estar por lo menos 6 meses para calificar, considera estipular que cualquier bono o reparto de utilidades se considere como contribución al plan de retiro.

Son los planes de retiro y los beneficios de seguro, por mucho, los más fáciles y más efectivos en costos, ya que estas formas de compensación las debe producir un *outsourcing* a través de una organización de empleo profesional, el cual puede ofrecer una forma de retiro estandarizada. Una

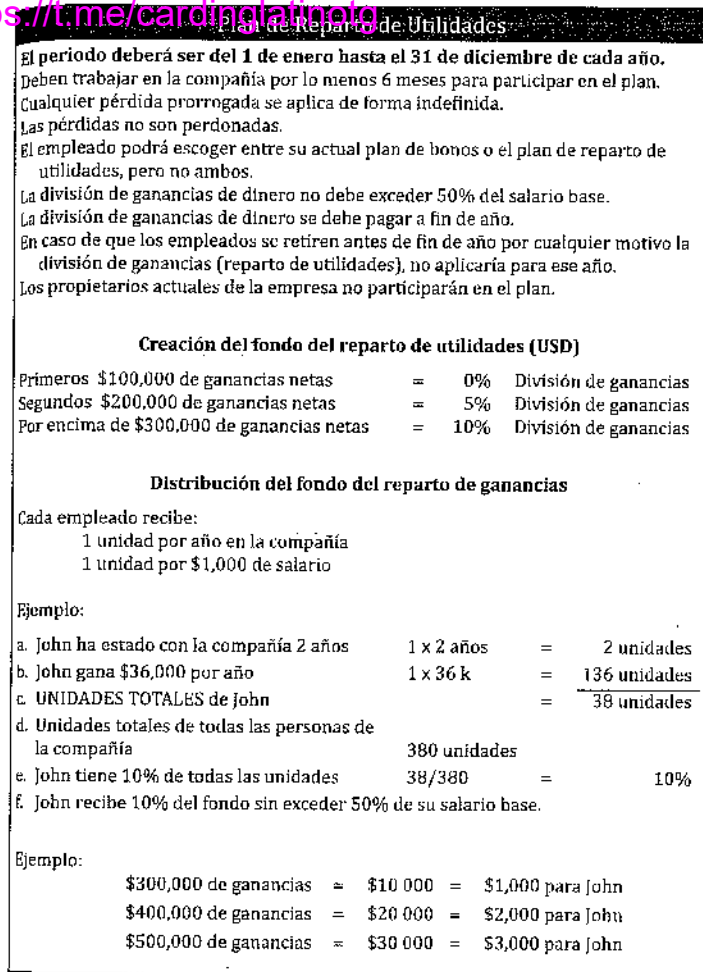


Figura 48

organización profesional de empleados virtualmente contrata miles de empleados y tiene la habilidad de negociar inversiones de alta calidad, como seguros y planes de retiro, los cuales siempre son mejor de lo que tú puedes ofrecer a un costo similar; ellos proveen a la vez un amplio rango de administración de recursos humanos y nómina, mientras que limitan tus riesgos como dueño.

## 7. Beneficios del Seguro

Como con los planes de retiro, recomendamos que investigues con los bancos o con un grupo de *outsourcing*, éstos pueden negociar en una posición de fortaleza, ya que representan a miles de empleados virtuales. La mayoría, pero no todos, tendrán la opción de manejar tu nómina, ya que deducirlo de tu salario es el método preferido para cubrir costos.

No importa cuál sea la ruta que tomes en seguros, recomendamos un periodo de 90 días antes de que los empleados puedan disfrutar de este beneficio. Por último, la verdad es que tú nunca sabrás lo buena que es una política hasta que tengas que usarla, así que ten mucho cuidado al decidir sobre un plan. Esta es la única área en la cual no necesitas escatimar o ir en búsqueda de oportunidades.

## 8. Tiempo de Vacaciones y Permiso por Enfermedad

El tiempo de vacaciones es la manera más común de compensación, la mayoría de las compañías dan 10 días de vacaciones pagadas cada año. Recomendamos que los empleados estén al menos 6 meses para ser acreedores a vacaciones pagadas, tendrán una semana en la segunda mitad del año, esto representa un problema para un nuevo empleado, puedes darle un nuevo giro a esto otorgando tiempo de vacaciones sin pago, para la mayoría de las personas es más valioso el tiempo que el pago. No debes perder una oportunidad de reclutar talento porque alguien tenga programado un viaje a *Disneyworld* a solo dos meses de la fecha de contratación.

Puedes considerar el concentrado de vacaciones también en una base

mensual. Generalmente se combina en combinación con el permiso por enfermedad y simplemente se llama PTL (pago de tiempo libre). Debes tener un límite en los días de vacaciones que puedan ser movidos de un año a otro, los empleados probablemente esperarán que se les paguen las vacaciones que no han usado cuando ellos se retiren, de manera que hacen planes para al respecto, así que establece una política clara. Por último, las vacaciones deben aumentar gradualmente cada año si un empleado permanece en la compañía como "Premio a la Lealtad".

El estándar para permisos por enfermedad es un poco más claro. Generalmente hablando, los empleados necesitan estar contigo por lo menos 6 meses para calificar y obtener 6 días pagados por enfermedad cada año. Podrías desear acumular los días de enfermedad con un límite (18 días es bastante común), pero no estás obligado a pagar por días de enfermedad no usados a menos que estén cubiertos por un programa de PTL.

Permisos por maternidad y paternidad (los cuales están siendo cada vez más comunes) son opciones que deben reflejar tu negocio personal. Algunas empresas dan este tiempo especializado como tiempo sin pago. Otras compañías pagan un porcentaje del salario. Necesitas pensar qué funciona mejor para tu negocio en tu mercado. También asegúrate con tiempo de la aprobación del permiso, ya que se otorga por adelantado (excepto para emergencias) y debes saber para quién está disponible. Así es como se manejan los negocios.

## 9. Oportunidades de Inversión

Cuando hablamos de oportunidades de inversión raramente estamos hablando de compartir acciones de tu negocio inmobiliario principal. La oportunidad de negocio es usualmente acerca de franquicias. Las inversiones inmobiliarias son la forma más común que puedes ofrecer a tu personal, pero las sociedades en otros negocios es muy común. Por último, las oportunidades de inversión no deben ser manejadas a la ligera. Los miembros del equipo deben ganarse el derecho a participar en las principales contribuciones a través del tiempo.



## RESUMIENDO LA COMPENSACIÓN

Para terminar nuestro estudio sobre Compensación te mostramos la figura 49 que debe ayudarte a organizar tu manera de pensar sobre estos temas. Tienes tres áreas distintas de tu equipo de negocios y cada una va a exigir un diferente tipo de compensación. Sólo recuerda contratar talento, recompensar lo que esperas y mantener tu inversión en las personas responsables de los resultados.

El principio fundamental del Modelo Organizacional del Millonario Profesional Inmobiliario es encontrar, contratar y retener talento. Buscar e identificar talento es una de tus metas principales respecto de la gente. Sin importar lo impresionante que sea tu personal, esta idea de la búsqueda de talento nunca termina y es llamada "mejora continua". Nunca sabes cuándo puedes perder talento en tu organización, de manera que cuando gran talento esté disponible, sería prudente encontrarle un lugar en tu compañía. Más de una ocasión yo he llegado a la oficina de algún amigo a decirle que si deja su trabajo y quiere un lugar en nuestra compañía podremos hacerle un lugar.

Cuando no estés disfrutando o te sientas abrumado, será tiempo de encontrar a alguien que te ayude con tus "otras" ocupaciones. Tú no tienes suficientes brazos y piernas para hacer todo a toda hora. Debemos aspirar a tener asistentes para evitar agotamiento. El potencial que un personal talentoso trae a tu compañía es la forma más rápida y segura para llegar a ser un Millonario Profesional Inmobiliario.

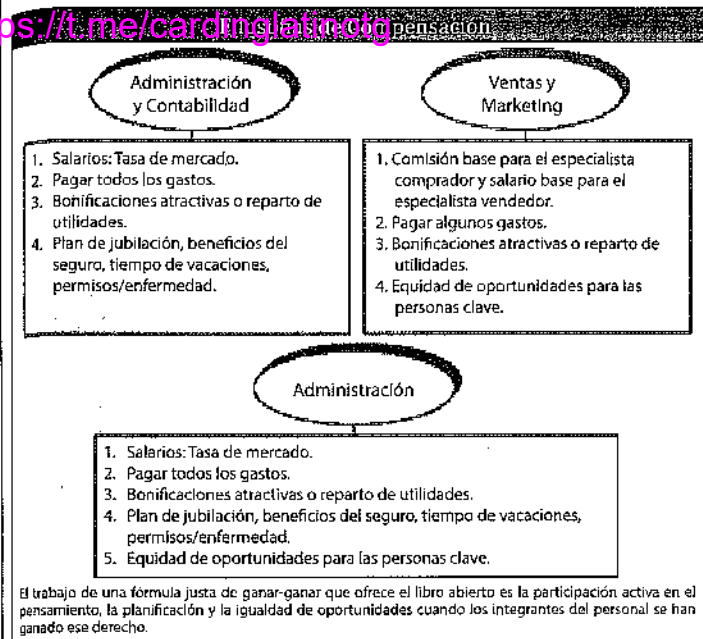


Figura 49

## CONCLUSIÓN

Recapitemos en lo que has aprendido acerca de Ganar Un Millón. Hemos recorrido los 4 modelos fundamentales de negocio que los Millonarios Profesionales Inmobiliarios emplean en su negocio. El Modelo Económico, El Modelo de Generación de Prospectos, El Modelo de Presupuesto y El Modelo Organizacional. Primero te ofrecimos un vistazo de alto nivel para una comprensión general de los principios guía y después los examinamos bajo la luz de las metas específicas del Millonario Profesional Inmobiliario.

Estos modelos deben cimentar tu negocio. Como con los 4 volúmenes de *Security Analysis* de Warren Buffett, te invitamos a que seas un estudiante de estos modelos antes de que los personalices para tu propio mercado. Aplicar la creatividad desde una posición de experiencia es mucho más productiva que agregar creatividad primero y ver si funciona.

Como mencionamos previamente en nuestra exposición, los modelos son la transición entre ganar un millón y establecer una compañía que te dé un millón sin sobresaltos. Estos 4 Modelos del Millonario Profesional Inmobiliario continuarán sirviéndote mientras te mueves hacia establecer una compañía de Ganar Un Millón y más allá. Lo que esperamos que tomes de Ganar Un Millón es la necesidad de implantar este sistema en tu negocio de ventas inmobiliarias.

En la siguiente etapa de establecer una compañía para Generar Un Millón, evaluaremos los 16 aspectos más importantes que afectarán tu habilidad para manejar los modelos hasta tu meta: 1 Millón por año en ingreso personal anual.

#### PUNTOS PARA RECORDAR: Modelos de el Millonario Profesional Inmobiliario

- Ganar Un Millón es solamente un escalón en el camino para formar tu compañía que te Genere Un Millón, de manera que empieces con el final en tu mente y adoptes las metas y modelos de Generar Un Millón.
- Un equipo altamente especializado entrega un servicio consistente y predecible al servicio inmobiliario.
- El Modelo Económico de El Millonario Profesional Inmobiliario hace el seguimiento del ingreso en GCI (Ingresos por Comisiones Brutas por sus siglas en inglés), CV (Costo de Ventas), CO (Costos de operación) e IN (Ingreso Neto).
  - Tus metas son lograr: USD\$2.4 Millones en GCI, USD\$700,000 en CV, USD\$700,000 en CO y USD\$1 Millón en IN.
  - Tu precio promedio de ventas determina el número de ventas necesarias (ventas para GCI) para alcanzar el GCI.
  - Tus proporciones de conversión (citas para acuerdos de representación, tanto de compradores como de vendedores), determinará el número de citas para alcanzar tus ventas.

■ El modelo de Generación de Prospectos del Millonario Profesional Inmobiliario, hace el seguimiento de marketing necesario para generar un número apropiado de oportunidades y citas.

- Todo esto es impulsado por tu base de datos de contacto de personas conocidas y no conocidas.
- Este debe estar basado en el marketing (actividades de apalancamiento) y en el mejoramiento de la búsqueda (establecimiento de relaciones para alcanzar los resultados óptimos).
- Conociendo las proporciones de la generación de contactos con el 33 Toques, puedes esperar a cerrar 2 ventas (una por repetición y otra por referencias) por cada 12 personas que tienes en la proporción de la base de datos. Con el 12 Direct y marketing puedes esperar cerrar una venta de cada 50 personas en la sección de los No Conocidos en tu base de datos.
- Conociendo los costos de generación de contactos. Cada venta de la parte de la base de datos de Conocidos costará entre \$99 y \$198 dólares para ser generados. Cada venta de la parte de la base de datos de No Conocidos costará entre \$300 y \$600 dólares para ser generados.

■ El Modelo Presupuestal del Millonario Profesional Inmobiliario te ayuda a realizar el seguimiento y a evaluar las inversiones que hagas en tu negocio.

- Conociendo tus costos de venta y mantenerlos en menos de 30% ICB.
- Concentrándote en los dos más grandes gastos de operación: salarios y generación de prospectos. Estos acumulan más de 72% de los gastos totales

■ El Modelo Organizacional del Millonario Profesional Inmobiliario clarifica la división del trabajo y la responsabilidad del equipo.

- Hay 3 clases de ayuda: administrativa, los especialistas en compradores y los especialistas en listados de propiedades en venta.
- Primero contrata ayuda administrativa, después especialistas en compradores y finalmente especialistas en listados.
- Sigue el Modelo Organizacional hasta el 7o. nivel, donde te puedas retirar del día a día del negocio.
- Utiliza las 7 fuentes de reclutamiento: todas funcionan.
- Entiende las 9 opciones importantes de compensación y asegúrate de premiar lo que esperas.

## GENERAR UN MILLÓN: Etapa 3

*"Todas las cosas son difíciles antes de que sean fáciles".*

Thomas Fuller



Figura 1

El pensamiento de tener Gran Éxito es emocionante. Pensar en los retos que pueden encontrarse en el camino al gran éxito puede ser intimidante y francamente, paralizante. Para mucha gente es suficientemente interesante saber que probablemente este temor a lo desconocido es lo que algunas veces te detiene. Es como si fuera que ellos no saben lo que desconocen y esta falta de conocimiento es lo que los arroja fuera del objetivo. En tu camino

a la implementación de los 4 modelos de negocio descubrirás que las cosas no siempre salen según lo planeado. Entender estos modelos es una cosa, implementarlos con éxito, es otra. Los modelos te dicen lo que debes hacer y cómo hacerlo, pero ellos no siempre abordan los obstáculos que tú encararás al tratar de implementarlos. Este capítulo trata acerca de los 16 aspectos que tú probablemente enfrentarás para construir y vivir con estos modelos. Nosotros esperamos que al hacerte consciente de estos aspectos, el temor sea despejado y puedas emocionarte en el camino que estás por recorrer. Hemos descubierto que cuando obtienes una idea clara acerca de lo que encontrarás y de cómo manejarlo exitosamente, tu miedo y ansiedad disminuirán drásticamente. De hecho, puedes decir

simplemente, —cuando lo vea con claridad perderé mi temor—, con eso en mente, pasemos a los asuntos con los que te encontrarás en tu camino y como recompensa, a Ganar Un Millón.

## IMPLEMENTANDO

### LOS MODELOS

Como lo subrayamos anteriormente, la transición entre Ganar Un Millón y Generar Un Millón es fluida, ambos estados llevan los mismos modelos fundamentales. Siguiendo e implementando estos modelos te llevarán a Ganar Un Millón, sin embargo, es el dominio de estos modelos los que pueden llevarte hasta Generar Un Millón. Para alguien que pueda implementar y dominar exitosamente estos modelos, los negocios pueden llegar a ser emocionantes porque pronto descubrirán que los logros conocidos no tienen límite para su carrera.

Las habilidades de conquistar estos 16 aspectos hacen toda la diferencia para aquellos que quieren elevar su negocio al estado de la Generación de Un Millón. En esta sección no solamente identificamos estos aspectos, sino que exploramos las mejores formas para tratar con ellos. En la figura 2, los asuntos entre cada uno de estos estados, los organizamos en 16 asuntos clave y éstos en 5 áreas principales.

Tres de estas cinco áreas (Prospectos, Propiedades y Palancas que se convierten en Contactos, Exclusivas y Apalancamiento) deben estar interrelacionadas de acuerdo a las tres P's. Los asuntos subrayados bajo estas 3 doradas disciplinas representan que tú puedes ayudar a tu negocio en cualquier etapa. La cuarta "Dinero", es la base de tu disciplina presupuestaria que puede ayudarte más a ser un hombre de negocios y consistentemente llevarte más a conseguir el estado de resultados que quieres. La última área aborda 2 retos específicos que tendrás que superar a un nivel personal y así alcanzar tu máximo potencial.

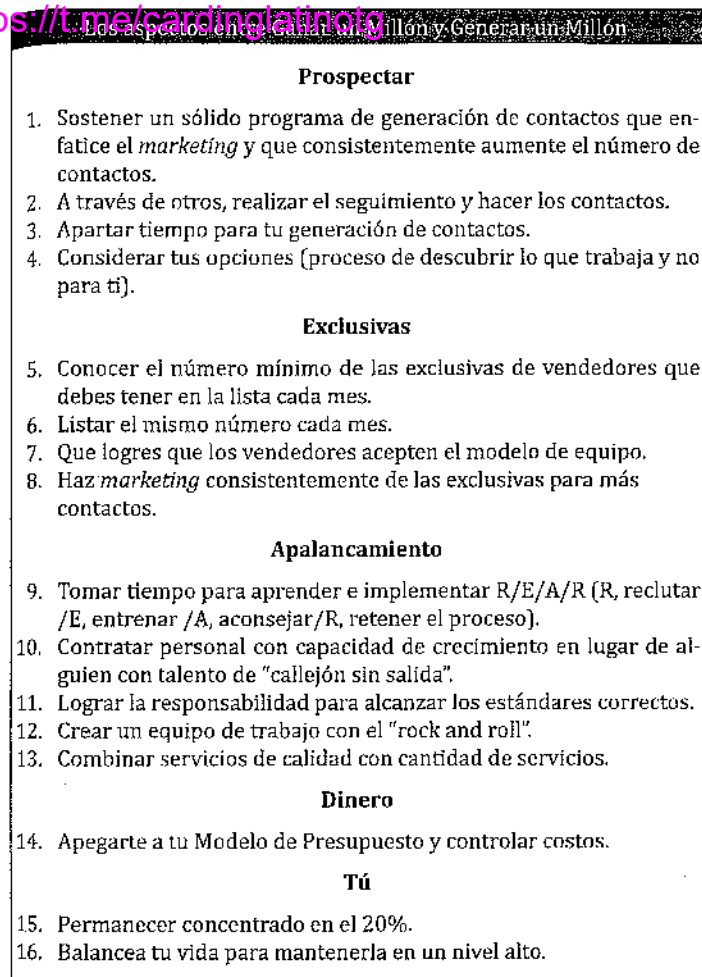


Figura 2

Conforme tú te mueves a dominar la generación de contactos, te puedes encontrar con 4 asuntos que pueden llegar a ser obstáculos entre tú y el éxito al máximo nivel. Cuando superes estos 4 retos no debe existir límite en cuanto al número de contactos de tu negocio que puedas generar.

## 1. SOSTENIENDO UN SÓLIDO PROGRAMA DE GENERACIÓN DE CONTACTOS QUE ENFATICE EL MARKETING Y CONSISTENTEMENTE AUMENTE EL NÚMERO DE CONTACTOS

El reto más grande que tú encararás en la construcción de un negocio

*"Yo anticipo el mercado, no sólo reacciono a él. He aprendido técnicas de marketing y aprendí qué es lo que funciona mejor".*

Gregg Neuman

Millonario Profesional Inmobiliario

San Diego, CA

Ventas: \$113 millones de dólares.

de trabajo llegan a estar muy ocupados intentando manejar el negocio existente y simplemente "pierden de vista la pelota" y descuidan el programa de generación de contactos.

Por cierto, puedes ver la idea de la generación de contactos algo así como un tiburón en el océano de las ventas inmobiliarias, la generación de contactos es de las más altas en la cadena alimentaria, no hay nada que tenga mayor potencial e impacto en tu negocio. Pero la generación de contactos es también como un tiburón, en el sentido de que nunca para. Como tú debes saber, para que el tiburón pueda respirar debe mantenerse en movimiento para pasar el agua a través de sus branquias, si para,

de ventas al máximo nivel es el continuo enfoque en la generación de contactos, no importa cuántos tengas o qué ocupado llegues a estar. Una vez que se genera un gran número de contactos, hay la tendencia de conformarse con ese número y después dedicar más tiempo y energía en el servicio de ese negocio. Esta es una situación bastante común. Los agentes y sus equipos

se afogan. De mismo modo, la generación del programa de contactos, siempre debe estar activa. Cuando se queda sin hacerlo por un periodo, tiende a perder su fuerza. En nuestra experiencia, muchos agentes quienes cambian su concentración entre generar contactos y servir a los contactos existentes, tienden a pasar ciclos de subidas y bajadas de flujo de efectivo. Cuando tienen muchos negocios el ingreso parece seguro, enfocándose en el servicio y la administración; y cuando no hay suficiente negocio y el ingreso está en riesgo, cambian su enfoque de regreso a la generación de contactos. Intentan recrear el impulso que los motivó a cambiar su enfoque en primer lugar. Hablándolo francamente, esta no es la fórmula para la estabilidad a largo plazo y para el éxito.

Los Millonarios Profesionales Inmobiliarios nunca pierden la concentración en la generación de contactos, siempre viene primero. Comprenden que para ser los más efectivos, la generación de contactos necesita ser sistemática, consistente, sostenida, nunca parar y nunca descansar. Manejar el negocio de ahora nunca debe tomar precedente sobre el negocio de mañana.

Como el tiempo es un aspecto crítico (especialmente para los agentes inmobiliarios más productivos), lo mejor es cambiar las actividades de generación de contactos hacia el *marketing*. Como lo hemos discutido en el modelo de generación de contactos, el *marketing* es simplemente más efectivo con el tiempo. Y por tanto tiene más potencial que hacerlo uno personalmente. El *marketing* es lo más efectivo cuando está apoyado en la base de datos. La base de datos está construida a través de conocidos, contactos convertidos en clientes, en referencias o en listas de objetivos. Esto es en realidad una aproximación pragmática. En pocas horas a la

*"Solía sólo lanzar piedras a la pared; ahora he reducido mis promociones cuando los clientes potenciales saben lo que está funcionando y dónde gastar el dinero. Al intentar un nuevo programa se necesita un seguimiento durante seis meses o un año. Tienes que darle una oportunidad al programa".*

Bill Ryan

Millonario Profesional Inmobiliario

Chandler, AZ

Ventas: \$54 millones de dólares.



semana los Millonarios Profesionales Inmobiliarios pueden supervisar darle forma a su mensaje de *marketing*, alcanzando a tanta gente como pueden acumular en su base de datos. Si estás usando los modelos 8-3-8, 33 Toques y 12 Direct previamente desarrollados, serás capaz de entregar sistemáticamente el mensaje a tu audiencia seleccionada. Sin lugar a dudas es la disciplina más vital para un negocio de ventas inmobiliario próspero, debe realizarse.

Si prospectar es usado para mejorar el *marketing* (lo que recomendamos), puedes delegar la mayoría de esto a alguien más en tu organización: *telemarketing*, especialistas en exclusivas y a tus asistentes demostradores. Al final del día, sin embargo, los resultados más consistentes y predecibles se van a manejar a través del *marketing*. El Millonario Profesional Inmobiliario debe llegar a dominar la creación y sostenimiento de un programa basado en *marketing* para la generación de contactos.

## 2. SEGUIMIENTO Y CONVERSIÓN DE CONTACTOS A TRAVÉS DE OTROS

Una vez que los contactos sean generados, se debe hacer un seguimiento y convertirlos en citas. Éstas deben generar un número predecible de convenios escritos de representación de vendedor y comprador. Trabajando bajo estos acuerdos entonces podrás manejar eficientemente tus contratos de compras que se cierran. En este punto de tu carrera, habrás dominado el proceso de convertir contactos a negocios cerrados. Tienes un instinto para esto y has mejorado al paso del tiempo las habi-

lidades y los guiones apropiados. Además, cuando vas por las cosas, tienes el sentido de la urgencia, el olfato de la oportunidad, el sentido del valor del tiempo y de la disposición. Todas estas habilidades han nacido de la experiencia, aprendizaje y entusiasmo por el trabajo que tú haces. Ahora, para navegar exitosamente hacia el camino de Ganar Un Millón a Ge-

*"Ahora tenemos un encargado de manejar, asignar y realizar un seguimiento de todas nuestras llamadas".*

Ronnie y Cathy Matthews  
Millonario Profesional Inmobiliario  
Houston, TX  
Ventas: \$99.5 millones de dólares.

nerar Un Millón de dólares obtiene los mismos resultados a través de tu personal. Y no obstante que esto no es fácil de realizar, se ha conseguido cada vez por un mayor número de los mejores agentes.

Esto significa empezar a creer que el resultado puede ser duplicado a través de otros, pero tú superaste y comprendiste este entendimiento de los mitos hace tiempo, ¿cierto? Entiendes que un equipo, por tanto, puede proveer mejores sistemas de servicio y de estándares. Conociendo esto, tu primera tarea será asegurarte de que el personal correcto (verdaderos talentos) esté convirtiendo tus contactos en ventas. Tomarte el tiempo para identificar, reclutar y entrenar talento es crucial para el éxito del programa de conversión de contactos.

Pero entiende esto, contratar talento no es el único asunto, finalmente tu responsabilidad en esta área será la de asegurarte un seguimiento apropiado y la conversión. Esto nos lleva de regreso a la máquina que impulsa este proceso desde tu base de datos. Conforme los prospectos lleguen, necesitarás un proceso de seguimiento de éstos en un lugar que sea consistentemente usado y preciso. Este proceso debe asegurar que los prospectos sean capturados (¿quién es?, ¿cómo lo contactamos?), origen (¿de dónde vino?), asignado (¿quién hará el seguimiento?) y almacenado (¿dónde podemos encontrarlo?) en tu base de datos. No importa quién en tu organización lo maneje, pero debe realizarse.

Con este sistema en su lugar, erás capaz de entrenar efectivamente a tu personal y consultarles la conversión de contactos para que llenen tus estándares. Con estos datos en la mano puedes fijar estándares de desempeño fácilmente y hacer que los miembros de tu equipo sean responsables. El verdadero atractivo de este sistema es que sabrás siempre absolutamente qué está pasando en tu negocio, quién está haciendo su trabajo y quién no. Cuando los números están siempre al descubierto, es más difícil esconderse detrás de las excusas.

A través de los años he trabajado con cientos de agentes cuyos negocios estuvieron experimentando problemas y el agente no podía identificar las causas de éstos, lo que estos agentes descubrieron al analizar sus sistemas, fue que ellos realmente no sabían quién estaba funcionando y quién no, porque ellos en verdad no sabían cuántos contactos estaba manejando su gente y no tenían un sistema que midiera eficientemente el desempeño. Al final, después de poner un proceso de seguimiento a tono, muchos de estos agentes encontraron que algunos de los miembros

*"Hacemos un seguimiento de nuestros clientes potenciales y los ponemos en una base de datos. Ahora hemos añadido un sistema de seguimiento".*

Barbara Wilson  
Millonario Profesional Inmobiliario  
Medina, OH  
Ventas: \$57.3 millones de dólares.

no tenía el tiempo para hacer el seguimiento a todos los contactos que llegaban. Dijo que tenía montones de notas y notas con contactos en su escritorio con los nombres del agente a quienes habían hablado. Le sugerimos que imaginara que esos montones acumulados eran dinero que se estaba quemando. Era su dinero en esas pilas y ella acababa de encenderlos con un cerillo, inmediatamente captó la idea, contrató a 2 especialistas en compradores, colocó un director de marketing y puso a tono un sistema de conversión y seguimiento a los contactos. Ahora ya no tiene más pilas de dinero quemándose en su escritorio.

Una atención cuidadosa al seguimiento y conversión de contactos es una de las disciplinas centrales para un Millonario Profesional Inmobiliario, estas habilidades son vitales si deseas construir un equipo de alto desempeño capaz de acompañarte en el viaje de Ganar Un Millón a Generar Un Millón.

### 3. PROTEGIENDO EL TIEMPO QUE DEDICAS A LA GENERACIÓN DE CONTACTOS

Aunque el tiempo no es dinero, sí es convertible en dinero. Finalmente,

del personal estaban perdiendo oportunidades con los contactos por falta de concentración, falta de criterio o en algunos casos por desidia. No es necesario decir que una vez que descubrieron el seguimiento de conversión y contactos, estos agentes ya no regresaron al pasado.

Una agente una vez nos dijo en una visita de consultoría que ella

*"Tienes que realizar un seguimiento de tus números. Hay que saber de dónde están llegando los clientes potenciales y quién ha sido asignado para el seguimiento".*

Bill Ryan  
Millonario Profesional Inmobiliario  
Chandler, AZ  
Ventas: \$54 millones de dólares.

la generación de contactos es la actividad más productiva en la generación del negocio de ventas inmobiliarias. Para aquellos que están buscando un éxito en el negocio inmobiliario a muy alto nivel, el tiempo dedicado a la generación de contactos deberá ser el tiempo en su calendario y por tanto, debe ser guardado y protegido, porque la vida parece querer ofrecer lo inesperado y guardar este tiempo nunca es tan fácil como parece.

Conforme tu negocio crezca, empezarás a sentirte bien al haber llegado a ser director general. Ciertamente eso eres, el problema de ser el director general es que puedes ser arrastrado muy fácilmente y envuelto en la administración del día a día, servicio y asuntos del personal. Si lo permites, la gente y los problemas pueden consumir tu tiempo y agotar tu energía. Y entonces te encontrarás atrapado manejando tu negocio en lugar de liderarlo y construirlo. Cuando esto pasa, lo primero que ocurre en la mayoría de los agentes es olvidar la generación de contactos. ¿Por qué? Porque cuando la gente no entiende la importancia de la generación de contactos, puede quedar oculta como una "actividad opcional" en lugar de una disciplina fundamental del negocio en mi opinión, al haber aprendido de mis propios errores y fallas en miles de agentes con los que he trabajado, esto es algo que no debes permitir que te pase.

*Mis objetivos son hacer más volumen en menos tiempo con un mejor sistema. La clave para mí es ser disciplinado en mi manejo del tiempo y llevar el seguimiento".*

John Toye  
Millonario Profesional Inmobiliario  
West Land, MI  
Ventas: \$39.2 millones de dólares.

*"Mis objetivos son alimentados por mis sueños. No me agrada defender y proteger los sueños, distracciones e interrupciones de otras personas".*

Tim Wood  
Millonario Profesional Inmobiliario  
Big Bear Lake, CA  
Ventas: \$38 millones de dólares.

Para evitar este problema, necesitas el compromiso de bloquear tiempo en tu calendario de forma regular y sustancial que sólo dediques a la generación de contactos. Este será el tiempo que uses para prospectar, hacer el seguimiento de los clientes y el desarrollo de la implementa-

ción de tus planes de *marketing*. Para hacer esto debes proponer a otras personas como responsables del manejo administrativo, servicio y asuntos del personal, siempre que sea posible. Delega, entrena y resuelve, pero deja a otros manejar todos los detalles, te permitirá que tengas tiempo para enfocarte en lo que es, finalmente, lo más importante de tu negocio: la generación de contactos.

#### 4. CONSIDERANDO TUS OPCIONES: EL PROCESO DE DESCUBRIR QUÉ ES Y QUÉ NO FUNCIONA PARA TI

*"Utiliza tus habilidades y fortalezas naturales para construir tu negocio. Yo estuve en la radio y televisión durante años, por lo que escribo mi propia copia y hago mis propios anuncios para la radio".*

Russell Shaw  
Millonario Profesional Inmobiliario  
Phoenix, AZ  
Ventas: \$50.6 millones de dólares.

resultados. La generación del éxito en los contactos no es puramente creativa. Como muchos otros aspectos de este negocio, se requiere un sistema.

Hay muchos agentes que hacen *marketing* y prospección con la última idea de moda o por impulso. Adoptan los nuevos programas de generación de contactos de la última, más grande, mejor y más creativa idea que haya existido al cursar un seminario, o de lo contrario reinventan sus programas basados en programas de éxito instantáneo, de lo que no se pueden perder y de lo que paga por sí mismo. Salen corriendo, gastando dinero, descartando estrategias previas y poniendo todas sus esperanzas en la última inspiración. Si bien entiendo esta clase de comportamiento

el *marketing* puede ser divertido, emocionante y entretenido al explorarse), no es la forma en que se conduce el Millonario Profesional Inmobiliario.

Un Millonario Profesional Inmobiliario siempre inicia con la prueba y verdad. Hace primero esto y lo hace en forma planeada con un presupuesto, un mensaje y una audiencia objetivo. No descarta un programa aunque no produzca resultados inmediatos, tampoco quedan totalmente convencido con uno que sí. Aquel que aparece como genio del *marketing* y de la búsqueda, lo hace consistentemente sobre largos periodos, realiza el seguimiento meticulosamente y observa la fuente de sus contactos. Entonces valora el costo de sus planes contra sus resultados netos, de manera que tenga un sentido claro de su costo por contacto. El seguimiento, las fuentes y el costo a través del tiempo, provee la información para juzgar de manera precisa los meritos del método particular. Sólo después que el Modelo de la Generación de Contactos ha sido analizado y llevado a la práctica, empieza a agregar la creatividad y ajusta el modelo de acuerdo a las nuevas practicas e información. Las metas son simples: quiere descubrir la fórmula que en un mercado en particular produzca el mayor número de contactos con la cantidad más razonable de dinero. Pero toda su creatividad y arte, la parte de *marketing* y búsqueda, es decir la ciencia, siempre tiene reglas. Este tipo de sistema cuando es aplicado a una variedad de técnicas a través del tiempo, ayudará a descubrir las mejores formas de promover la fortaleza de tu negocio en una área en particular.

Los Millonarios Profesionales Inmobiliarios son estudiantes dispuestos y constantes del Modelo de Generación de Contactos y de su juego particular de generación de contactos.

*"Para mí, tiene que ser de calidad. Sólo anunciarse en color. Al hacer el seguimiento de mis resultados y tan pronto como empecé a utilizar la publicidad a color conseguí 28% más de respuestas al mismo anuncio en color contra el de blanco y negro. Eso ha permanecido estable".*

Gregg Neuman  
Millonario Profesional Inmobiliario  
San Diego, CA  
Ventas: \$113 millones de dólares.

Los Millonarios Profesionales Inmobiliarios saben sin duda alguna que las exclusivas de vendedores son la clave del juego, las exclusivas de vendedores traen exposición, contactos de compra y más contactos de las exclusivas de vendedores en el movimiento hacia la Generación de Un Millón. El entendimiento del poder de las exclusivas de vendedores y cómo apalancarlo llega a ser más y más importante para ayudarte a tomar parte del vendedor de tu negocio de ventas inmobiliarias al más alto nivel. Nosotros hemos identificado los 4 retos más importantes que seguramente te encontrarás. Primero, debes saber el número mínimo indispensable en tus exclusivas de vendedores que requieras por mes; entonces debes organizar tu negocio para alcanzar esta meta; después necesitas convencer a tus clientes-vendedores en aceptar el concepto de equipo; y por último, debes mercadear consistentemente tus exclusivas de vendedores para obtener más contactos.

## 5. CONOCIENDO EL NÚMERO MÍNIMO DE VENDEDORES QUE DEBES TENER EN TUS EXCLUSIVAS CADA MES

El Modelo Económico del Millonario Profesional Inmobiliario muestra cómo trabajar hacia atrás de tu ingreso neto deseado hasta tus metas de GCI. Desde ahí éste muestra el número de vendedores en tus exclusivas de vendedores que necesitas cerrar y también cuántas citas necesitas para

alcanzar tus metas. Sin embargo, el negocio inmobiliario es cíclico y los mercados cambian, de manera que mientras el Modelo Económico fundamental permanece firme, los números clave están generalmente en estado de flujo. Esto significa que es necesaria una atención considerable de tu parte a las tendencias y condiciones actuales de tu mercado para saber cuántos vendedores necesitarás de tus exclusivas en un

*"Tomé muy en serio lo de la inclusión en los años 90's. Me convertí en la mejor en mi área y esto ha sido la base de mi crecimiento. Nuestro objetivo es tomar por lo menos veinte listados en todos los meses".*

Rachel DeHanas  
Millonario Profesional Inmobiliario  
Waldorf, MD  
Ventas: \$52 millones de dólares.

periodo determinado para que logres alcanzar tus metas. En las clásicas palabras de Wayne Gretzky —Tú debes patinar hacia donde estará el disco—.

Las variables que tú debes observar están muy claras en tu modelo: el porcentaje de citas que generarán exclusivas y el porcentaje de esa exclusiva que se transformarán en ventas. Por ejemplo, un mercado dinámico de vendedores generalmente nos lleva a un más alto porcentaje en las exclusivas que se venden en menor tiempo por un mejor precio, pero esto también crea más ventas por trato directo (venta directa por el propietario) y atrae a más agentes a que trabajan activamente de lado de las exclusivas de su negocio, el cual puede debilitar el listado. Algo de esto es claramente predecible en todos los ámbitos, pero la mayoría de estos factores son impulsados por las condiciones locales del mercado que tú necesitas entender con tanta fluidez como tu lengua materna. Si tú permaneces arriba de esos índices de conversión clave (citas clave de las exclusivas y otras exclusivas llevadas a ventas), estarás mejor preparado para anticipar y reaccionar a los cambios del mercado. También serás capaz de tomar la acción apropiada (por ejemplo, aumentar números de citas en los listados) para mantener tu ingreso constante. La duración del tiempo que la vivienda promedio permanece en el mercado también tendrá un efecto contundente sobre tu ingreso neto, si esto no se toma en cuenta para el seguimiento de objetivos. Cuando las casas permanecen en el mercado por mucho tiempo, podrías necesitar tomar más al "precio justo" para mantener tu ingreso en el rumbo. Si las exclusivas se están vendiendo rápidamente, tendrás que acelerar tu *marketing* de manera que tengas el tiempo para obtener los contactos adicionales deseados que tu *marketing* y exclusivas usualmente proveen, todo esto se suma a la importancia en la atención a las variables clave de tu negocio, tal como muchos en la liga infantil han aprendido de la manera difícil cuando pierden de vista la pelota, que tan probable es que les pegue en la nariz como que la atrapen con el guante.

## 6. EL NÚMERO MÍNIMO NECESARIO MENSUAL DE EXCLUSIVAS

Lo que distingue a los mejores del resto de los vendedores en el negocio inmobiliario, es la insistencia en alcanzar sus metas. Ahora que saben cuál es el número, entienden que deben alcanzarlo. Aportan a sus esfuer-

*"Si no estamos en camino de alcanzar nuestro número mensual de listados de ventas, todo lo hagamos después pasa a segundo término".*

Gary y Nikki Ubaldini  
Millonarios Profesionales Inmobiliarios  
Palm Harbor, FL  
Ventas: \$28 millones de dólares.

tiempo—. Tú no ganas una vez algunas veces; tú no lo haces correctamente de vez en cuando; tú lo haces correctamente todo el tiempo, ganar es un hábito, desafortunadamente también lo es perder. Para alcanzar altos rendimientos, obtener metas de exclusivas de vendedores es el único hábito que ellos aceptan.

Estos agentes inmobiliarios encaran fallas como obstáculos temporales en el camino a alcanzar sus metas, no las ignoran, aprenden de ellas y se comprometen a no repetir el mismo error que han tenido. Esta clase de enfoque inflexible de una persona determinada es la materia prima de logro fuera de lo común.

Cuando conoces el número correcto, alcanzar esa marca llega a ser el centro de atención de tu equipo. Yo creo en el compartir las metas, porque cuando tu equipo lo hace, la sinergia y el trabajo en equipo empiezan a mostrarse, de manera que acostúmbrate a comunicar las metas de exclusivas de los vendedores en voz alta, comprometiéndolos abiertamente a hacer el seguimiento del progreso con el equipo sobre una base regular. No hay que olvidar celebrar las victorias, el Millonario Profesional Inmobiliario entiende el poder de hacer públicas las metas y de celebrarlas con el equipo. Una agente me relató —Mi meta el año pasado fue un volumen de ventas de 100 millones y lo alcanzamos; de manera que ¡lleve a 16 personas de mi equipo en cruceros!—. Ella decidió crear esa misma expectativa otra vez el siguiente año y reportó que a mitad del año aun con un mercado lento, sus números iban por arriba del anterior. Ese es el poder de fijar metas como equipo y celebrarlo juntos.

El lado opuesto de la moneda es la responsabilidad. Cuando el des-

zós una urgencia, resistencia y tenacidad increíbles. Para ellos, no hay excusas, no hay lugares para esconderse y no hay "comportamiento de víctima". El seguimiento de las metas para ellos llega a ser algo en blanco y negro; las metas son alcanzadas o no. Vince Lombardi lo resumía bastante bien cuando decía —ganar no es algo de una ocasión; es algo de todo el

empeño disminuye y las metas de las exclusivas de los vendedores no son alcanzadas, estos grandes vendedores mantienen sus estándares y hacen a su personal responsables de sus metas. Después de la generación de contactos (primera P), alcanzar tus metas mensuales de exclusivas de vendedores (segunda P), es el aspecto más crítico de tu negocio y ésta es una área donde se permite activamente involucrarse en el negocio día a día, y eso es lo que se necesita para hacer las cosas correctamente. Cuando el juego esté en riesgo, salta al ruedo y guía con el ejemplo.

Lograr tus metas de exclusivas de vendedores es una prioridad crítica y una preocupación mayor. Tu tenacidad personal, tu compromiso público con estas metas, tu voluntad de premiar a tu gente y de hacerlos responsables de estas metas, es la clave para obtener el número de exclusivas necesarias para alcanzar tus metas de ingreso neto sobre una base consistente

## 7. CONVENCINDO A TUS VENDEDORES DE ACEPTAR EL CONCEPTO DE EQUIPO

Históricamente el negocio inmobiliario fue una empresa de ventas personales con el servicio provisto por un agente individual. Los consumidores han llegado a esperar de los agentes inmobiliarios un servicio "personal" y la industria todavía se centra en gran medida al servicio inmobiliario entregado de esta manera. La verdad es que el concepto de comprador y vendedor siendo ofrecidos por un solo agente especializado en ambos, ha estado fuera de moda en este negocio, ya sea que esté de moda o no, nuestra experiencia nos ha enseñado que en el mejor negocio de ventas inmobiliarias se emplean equipos de venta con soporte administrativo especializado. Si recuerdas las conclusiones sacadas de "mis clientes sólo trabajarán conmigo", como comprendiendo el mito, tú entiendes que si ellos saben que hacer los equipos especializados, pueden entregar un alto estándar de servicio, a comparación de un solo agente inmobiliario trabajando en forma individual. Sabiendo que esto es verdad, el trabajo de tu equipo llega a ser el de preparar los guiones y diálogos correctos para todas las presentaciones de exclusivas de vendedo-



"Vendemos el equipo. Decimos satisfacer la CC de especialistas vendedores".

Chris Cormack  
Millonario Profesional Inmobiliario  
Ashburn, VA  
Ventas: \$70 millones de dólares.

manejara el área de recepción, procesara tu papeleo del seguro y te llamara para tu próxima cita? Abogados, doctores y la mayoría de profesionales tienden a trabajar con la idea de que se rodean de un equipo de profesionales liderado por un especialista. Lo que tú y tu personal debe comunicar a tus clientes es que ellos pueden disfrutar del mismo nivel de servicio profesional y atención de tu equipo. Los guiones y diálogos que uses para esto deben ser parte de tu entrenamiento, cada integrante del equipo es parte de la generación de contactos, necesitan entender cómo comunicar efectivamente este concepto de equipo como parte de tu proposición de valor. Tu equipo esencialmente llevará al cliente con el siguiente especialista conforme la transición vaya adelante. Y entonces llega a ser un asunto de cómo organizar a tu personal de manera que tengan el soporte cuando la ayuda sea necesaria. Y que el cliente tenga un sentido de continuidad durante el proceso desde su punto primario de contacto. La meta final de todo esto no es simplemente satisfacer las expectativas de tus clientes, sino que el equipo especializado debe enfocarse en sorprender a los cliente y generar la clase de testimonios de boca a boca que llevan a un firme negocio por recomendación.

## 8. MARKETING CONSISTENTE DE LAS EXCLUSIVAS DE LOS VENDEDORES PARA MÁS CONTACTOS

El apalancamiento con *marketing* para exclusivas de vendedores con el objeto de generar estas exclusivas para los compradores puede a veces ser olvidado en un mercado de altas ventas. Después de todo, la razón primordial de hacer *marketing* de las exclusivas es la de tenerlas vendidas por el precio justo en el tiempo correcto. Y tenemos herramientas poderosas para realizarlo con:

Letreros de jardín, lonas, anuncios, postales, etc. A través de múltiples

res que usados apropiadamente convencerán al comprador de los beneficios del concepto de equipo. Tu proposición de valor llega a ser como la de un cirujano que aparece sólo cuando es necesario. ¿Te gustaría realmente que un cirujano, que además de operar, servicios de exclusivas, la industria inmobiliaria ha establecido una infraestructura poderosa de *marketing* donde la información de nuevas exclusivas puede ser rápida y eficientemente compartida con cada agencia inmobiliaria autorizada. El haber compartido la información completa de tus exclusivas de vendedores con todos los agentes activos en tu mercado te dirige a más muestras y a una mejor probabilidad de que esa exclusiva se venda.

De cualquier modo, para poder alcanzar tus grandes metas financieras, el *marketing* apropiado de las exclusivas de vendedores no puede ser sólo en función de obtener que estas exclusivas se vendan. Es muy importante que este *marketing* también genere más contactos de compradores y vendedores, a los cuales deberás registrar y dar seguimiento de una manera sistemática. Cuando los mercados inmobiliarios están a la alza y las exclusivas se venden en cuestión de días en lugar de semanas, muchos agentes tienden a enfocarse totalmente en lograr que las exclusivas se vendan y olvidan que la exclusiva es también un vehículo de *marketing*. Es fácil cometer este error cuando estás recibiendo múltiples ofertas en un periodo corto y te estás enfocando en representar los mejores intereses del vendedor. Es cuando tus sistemas deben protegerte de tu propio instinto de vende-la-casa-tan-rápido-como-puedas.

Como ya hemos visto, cada casa que anotes en la lista debe tener una lista de verificación de *marketing* (Ver Gana Un Millón, figura 17), la cual tú y tu equipo seguirá sin importar el mercado. Este proceso de *marketing* deberá continuar todo el camino a través del periodo de espera-de-oferta y voluntad de oferta, en algunas ocasiones incluso sirve para proteger a tus vendedores con ofertas de reserva. Incluso si el *marketing* genera investigaciones acerca de la venta de la casa, esos contactos pueden ser registrados, pasados a las manos de tus asistentes compradores o redirigidas a tus otros listados. Recuerda, en el Modelo Económico del Millonario Profesional Inmobiliario, la mitad de tu negocio puede estar compuesto de tus contactos de compradores que registres en tu programa de exclusivas de vendedores. Esta adquisición de contactos de compradores tiene que ser completamente sistemática y absolutamente consistente en tu negocio. ¿Por qué? Como lo estudiamos anteriormente, tu máquina de *marketing* nunca se detiene y nunca descansa, porque de hacerlo, pierde su efectividad y tu negocio se vuelve demasiado vulnerable a las variaciones del mercado.

En el camino hacia Ganar y después Generar Un Millón vas a experimentar una variedad de asuntos de apalancamiento. Contratar personas es fácil; sin embargo, atraer gente talentosa hacia tu negocio para trabajar contigo nunca es tan fácil como podrías pensarlo. Aquí tenemos los asuntos más comunes a los que te enfrentarás cuando llevemos el apalancamiento al más alto nivel: destinar un tiempo para aprender e implementar el proceso de R/E/A/R (Reclutar/Entrenar/Asesorar/Retener); contratar "talento de capacidad" vs. "callejón sin salida", alcanzando la contabilidad en los estándares correctos; crear el trabajo de equipo con "rock & roll" y combinar calidad de servicio con cantidad de servicio.

## 9. CREAR TIEMPO PARA APRENDER E IMPLEMENTAR EL PROCESO DE R/E/A/R (RECLUTAR/ENTRENAR/ASESORAR/RETENER)

El desafío más grande que tendrás es este: aun tan ocupado como estés, necesitas encontrar tiempo para aprender y poner en marcha el proceso de R/E/A/R (Reclutar/Entrenar/Asesorar/Retener). Si vas a contratar a alguien, aprende a contratar a la persona absolutamente adecuada para el trabajo. Alguien que pueda hacer el trabajo, resolver problemas

*"Delegar y dejar ir fue difícil al principio, pero ahora me gusta mucho. Jack y yo realizamos viajes durante dos o tres semanas en cualquier momento. El negocio sigue adelante y nadie sabe que no estamos aquí".*

Rachel DeHanas  
Millonario Profesional Inmobiliario  
Waldorf, MD  
Ventas: \$52 millones de dólares.

difíciles y pensar en un nivel superior. Si vas a contratar a una persona verdaderamente talentosa, también necesitarás aprender cómo entrenar y asesorar al individuo para ser efectivo. Y si vas a contratarlo, entrenarlo, asesorarlo, entonces has invertido mucho tiempo y energía en el desarrollo de esa persona y seguramente querrás aprender cómo mantenerla. Hay muchos cursos acerca de cómo hacer esto de manera efectiva, pero su reto será hacerse el tiempo para poder tomarlos.

Recuerda la vieja verdad que dice "¿Si no tienes asistente, entonces tú eres uno?", bueno pues hay otro adagio que va de la mano con ese "Si no tienes un asistente que realice el trabajo, finalmente recibirás el trabajo de vuelta". Cuando aprendas a R/E/A/R correctamente, no recibirás el trabajo de vuelta.

Sorpresivamente, trabajando con agentes a lo largo de los años, he sido testigo de la increíble gimnasia mental de cómo los agentes intentan justificar firmemente no tener tiempo para R/E/A/R. Toma tiempo aprender algo, más tiempo implementarlo e incluso más tiempo acercarse a dominarlo, punto, fin de la discusión. Irónicamente el R/E/A/R es la clase de habilidades que, un vez aprendidas, puede ahorrarte una cantidad asombrosa de tiempo el resto de tu vida. Cuando seas capaz de reclutar y retener individuos talentosos, no sufrirás regularmente con el dolor de cabeza número uno de los agentes inmobiliarios: ¡el cambio de personal! la rotación de personal en nuestra industria es simplemente increíble. Cuando consideras que toma al menos entre tres o cuatro meses encontrar y reclutar buen personal (y más aún, llevarlos al desempeño de tus estándares), justificar algo menor para dominar el R/E/A/R sería difícil de defender. Si no te suena a verdad, por favor revisa nuestro estudio de talento en Gana Un Millón, específicamente en las figuras 21 y 22: El Costo de las Malas Contrataciones y la Oportunidad de una Gran Contratación. ¿Alguien puede realmente permitirse el lujo de no dominar el R/E/A/R?

Y estén preparados. La verdad es que durante este periodo de tu vida de aprendizaje e implementación de R/E/A/R, tu mundo estará un poco fuera de balance, no hay manera de darle la vuelta. ¿Por qué? No sólo estarás haciendo todo el trabajo, sino además estarás aprendiendo un conjunto completamente nuevo de habilidades. Entonces, después de enterarte de esto, de hacer todo el trabajo y después, de hecho, el

R/E/A/R a una nueva persona. ¿Lo vale? Sí, si te mantienes activo, realmente aprenderás las habilidades y en verdad aplicarás lo que sabes.

El peor de los resultados de no dominar el R/E/A/R es a lo que yo llamo "el problema de la rotación de personal". Cuando no has completado el R/E/A/R, tu negocio estará sujeto a las mismas tasas de rotación de lo que frecuentemente vemos en la industria inmobiliaria; y cuando la gente se entera de esto, crea una atmósfera entre tu equipo de trabajo co aseveraciones como —tú no sabes lo que estás haciendo aquí— y en algún momento todos se irán. Este tipo de problema es demasiado común y puede agotarte junto con todos tus asociados. Cuando reclutes y retengas talento en posiciones clave, tu organización estará cimentada en la estabilidad.

Como hemos dicho antes, el talento tiene su forma de pagarse por sí mismo. Se paga por sí mismo en términos de tiempo y dinero invertido. R/E/A/R paga por sí mismo en la misma forma. Cuando inviertes tiempo y energía en aprenderlo e implementarlo serás recompensado ampliamente, de manera que recuerda estos puntos clave:

1. Aprende a reclutar talento (la persona correcta para el trabajo).
2. Aprende a entrenarlo para hacer el trabajo.
3. Aprende a asesorarlo para hacer el trabajo a alto nivel.
4. Aprende a retenerlo.
5. Invierte tiempo en el R/E/A/R de manera que tus inversiones en tiempo y dinero se paguen con excelente apalancamiento y el crecimiento que seguirá.

*"Lo importante es contratar un buen personal. Yo contrato lenta y muy cuidadosamente. Yo busco actitud, integridad y habilidad. Yo puedo enseñar la habilidad de manera que yo realmente me enfoco en la actitud e integridad".*

Cristina Martínez  
Millonario Profesional Inmobiliario  
San José, CA  
Ventas: \$136.3 millones de dólares.

## 10. CONTRATANDO "CAPACIDAD" CON TALENTO VS. TALENTO "CALLEJÓN SIN SALIDA"

Aunque sería natural asumir que el talento es talento, tú estarás equivocado si piensas tal cosa, talento no es sólo talento. Cuando tú empieces a contratar a más de un persona para tu equipo, pronto descubrirás que hay 2 amplias variedades de talento: "capacidad" y "callejón sin salida".

"Capacidad" con talento es alguien que puede no solamente hacer el trabajo actual realmente bien, sino que también tiene el deseo o la habilidad (y de esta forma capacidad) para aprender y tomar nuevas tareas y responsabilidades. La persona que tiene deseo y habilidad, además de inteligencia, para crecer más allá de la descripción básica del trabajo, tiene un "plus".

Por otro lado, un talento "callejón sin salida" es alguien que puede hacer el trabajo actual realmente bien, pero que no tiene el deseo o la habilidad (por tanto, la capacidad) para aprender y tomar nuevas tareas y responsabilidades. Esta persona no tiene el deseo o la habilidad de crecer más allá del puesto actual, así que este individuo es un "callejón sin salida" (un empleado que no quiere crecer no nos lleva más lejos) y no nos da un "plus".

*"Los errores más grandes que nosotros tenemos son contratar muy rápido y tomarnos mucho tiempo para despedir. Realmente tú no puedes cambiar a la gente".*

Allan Domb  
Millonario Profesional Inmobiliario  
Philadelphia, PA  
Ventas: \$135 millones de dólares.

Los trabajos crecen con el tiempo... ¿puedes contratar crecimiento con el trabajo?

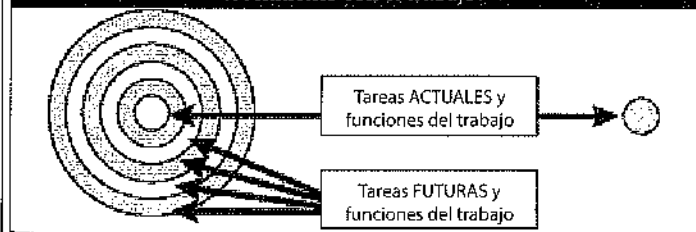


Figura 3

PATROCINADO POR EL CANAL : <https://t.me/cardinglatinotg>

La idea que quiero que consideres es esta: el talento con "capacidad" puede mejorar el puesto algún día, incluso, sustituirte en labores y funciones que actualmente realizas. El talento "callejón sin salida" no será capaz de hacerlo. Talento con "capacidad" no es sólo un talento de soporte, sino "también hace mejoras" (es capaz de sustituirte en pensar y hacer). El talento "callejón sin salida" es solamente talento de soporte.

En otras palabras, el talento que puede sustituirte te impulsará y te liberará no sólo de algo de lo que tú "haces", sino también de tomar algunas de las responsabilidades estratégicas, mientras que el talento de soporte frecuentemente tomará sólo el "hacer". Esta es la razón por la cual al final del día, si tu asistente es sólo un talento de soporte, lograrás hacer mucho, pero aun así te sentirás cansado mentalmente. Será muy probable que el peso de los problemas y sus soluciones aún residan en ti.

El talento de "capacidad" (o de sustitución) tiene el deseo, la habilidad y la inteligencia para hacer un buen trabajo y hacer la gran diferencia. Mientras que el talento "callejón sin salida" (de soporte) tiene el deseo y la habilidad de hacer un buen trabajo, el talento "callejón sin salida" dice, —yo hice lo que tú me dijiste— mientras que el talento con "capacidad" dice, —hice lo que me dijiste y adicionalmente hice lo que parecía ser necesario—, —presté atención en lo que pediste y vi hasta dónde querías llegar—. La conclusión es que el talento con "capacidad" tiene la habilidad de asistirte realmente bien y sustituirte en algo de tu capacidad; una combinación de pensar y hacer. Mientras que el talento "callejón sin salida" tiene la habilidad de apoyarte en verdad, la realidad es que si quieres que tu negocio crezca debes contratar talento con "capacidad".

Anteriormente, "les compartí la historia de Ebby Holliday y Mary Francis Burleson. Mary Francis claramente no fue sólo talento: ella fue un talento con "capacidad" o de sustitución. ¿Te puedes imaginar lo que la vida en el negocio de Ebby podría haber sido si ella hubiera contratado un talento "callejón sin salida" o de asistencia?, ahora piensa por un momento acerca de tu situación en los negocios y hazte la misma pregunta —¿cómo sería la vida de mi negocio si yo contrato talento de capacidad y sustitución en lugar de sólo talento "callejón sin salida" o de apoyo?—. Los Millonarios Profesionales Inmobiliarios contratan talento de capacidad.

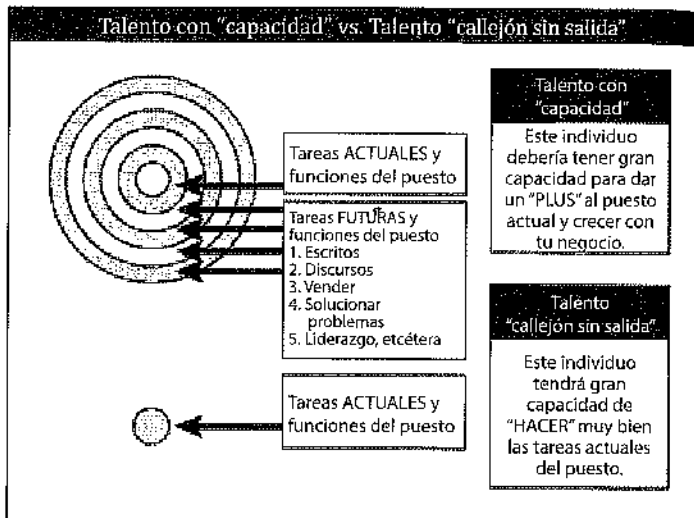


Figura 4

El diccionario Webster define un estándar como el medio de determinar cómo deben ser las cosas. Cuando nosotros hablamos de estándares de desempeño, generalmente estamos refiriéndonos a cuando el desempeño logra un nivel predeterminado de aceptación. Si los estándares definen lo que vamos a aceptar, en gran medida nuestros estándares definen lo que somos. En la misma forma nuestros estándares del negocio definirán nuestro negocio.

### Lo que Quieren los Clientes

Muchos agentes piensan que sus clientes los utilizan por el nivel de servicio que proporcionan. Aunque esto es regularmente cierto, la verdad más precisa es que tus clientes usan tus servicios por el estándar de servicio que ellos esperan y reciben. Cuando nosotros trazamos una línea con las verdaderas razones del porqué, entendemos que nuestros estándares definen la experiencia de servicio que nuestros clientes reciben desde el inicio, y eso es lo que los hace que regresen por más. También entendemos realmente que cualquier estándar que sea definido puede, casi con toda seguridad, ser duplicado por otro.

Entonces, esto nos lleva a la pregunta de ¿qué tan exitosamente documentas y comunicas esos estándares a tu personal de manera que sean capaces de imitar tus comportamientos y nivel de servicio? Tú debes definir cómo quieres que algo sea hecho, explica el "por qué, cuándo, dónde y quién" de algo; debes entrenar para cumplir el estándar y responsabilizar a tu personal de seguir tus indicaciones. Sin embargo, hasta que los procesos hayan sido documentados, no los habrás "estandarizado" y no puedes esperar que alguien más lo haga en tu forma "estandarizada". El servicio de calidad que no es definido y documentado de manera que pueda ser duplicado consistentemente es solamente un eslogan vacío. A lo sumo se convierte en una promesa que tú no puedes cumplir. La mayoría de los agentes tienen un eslogan acerca de la calidad, pero el Millonario Profesional Inmobiliario tiene sus estándares de calidad documentados. Por lo tanto, la mayoría de los agentes son capaces de

ofrecer un servicio de alta calidad cuando lo hacen personalmente, pero la calidad sufre dramáticamente cuando se le pide a otro que haga el trabajo. Si planeas disfrutar los beneficios del apalancamiento a través de la gente en tu negocio inmobiliario, tienes que asegurarte que tu equipo de trabajo tenga definido y documentado cómo debe ser la experiencia de tu cliente.

El error más común que los agentes cometen cuando intentan enseñar y promover estándares, es la forma de "sígueme y observa lo que yo hago" sin una documentación de ello. Lo que tiende a suceder es que el empleado observa al agente por algunos días o semanas hasta que los asuntos lo llegan a tener muy ocupado y esta persona es empujada fuera del nido y se le dice "pregúntame si tienes un problema", así es que no es de sorprender que muchos agentes tengan una mala experiencia al contratar, entrenar y después lograr de ellos las cosas correctas. La mejor forma posible para documentar los estándares de tu negocio, es que con la primera persona que contrates, documentes la forma en que quieres que se hagan las cosas, esto no requiere un especialista o conductor. Por medio de tu guía, tú y tu asistente administrativo pueden establecer tus estándares metódicamente hasta que tengas un manual de operación que sólo necesite actualización cada cierto tiempo. De hecho en las siguientes páginas les describiremos el Modelo del Sistema de Documentación del Millonario Profesional Inmobiliario.

### Pronto y Frecuente

El secreto de tener éxito en este camino es empezar antes el proceso de documentación, trabajar en él frecuentemente y nunca detenerse. Tan pronto como sea posible en tu carrera es lo ideal, pero es imperativo empezar cuando hagas tu primera contratación, de hecho, documentar tus sistemas será un componente esencial de la descripción del puesto de tu primera contratación. Documentar nuevos sistemas y la actualización de los anteriores sobre una base regular debe ser parte integral de lo que haga tu asistente.

Como muchos otros yo aprendí la importancia de la documentación de la manera difícil. Al principio de la construcción de una de nuestras empresas contratamos a un programador, Bob Carter, para que progra-



mara un software operativo privado. Fue un proyecto enormemente complejo y la primera operación estaba lejos de ser la versión final. Después de pocos años Bob continuó trabajando en el sistema corrigiendo errores y agregando características. Entonces a mediados de los 90's a Bob le fue diagnosticado cáncer terminal dándole un corto tiempo de vida; lo que nosotros descubrimos subsecuentemente fue que mientras la primera versión del programa estaba totalmente documentada, muchos de las arreglos y características agregados en el camino habían sido documentados sólo en breves notas, de manera que nadie, sólo Bob Carter (si acaso), podría administrar o actualizar el sistema. Bob apreció lo que estaba en riesgo para la compañía y nos ayudó a documentarlo. Su integridad se mostró a través de eso, con la ayuda de un consultor, Bob documentó sistemáticamente años de actualizaciones del sistema entre sesiones de quimio y hasta sus últimas semanas. Su sorprendente responsabilidad inspiró el premio Bob Carter, que nosotros damos cada año a la persona de la compañía que ha mostrado un extraordinario servicio desinteresado de cara a la adversidad.

La historia de Bob Carter es extraordinaria, pero es repetida cada día en el sector del negocio inmobiliario entre los agentes de ventas de todo el país cuando el personal clave nos deja sin avisar. Sustituir a estas personas es generalmente obstaculizado por la falta de documentación propia; así se pierden dinero y tiempo valioso al descifrar los métodos personales para hacer las cosas. Los procesos de los sistemas de documentación son continuos y nunca se terminan. Has lo posible para comenzar temprano y revisar tus sistemas de forma regular.

### Sistemas del Modelo de Documentación del Millonario Profesional Inmobiliario

Aunque los agentes entienden la importancia de documentar sus métodos, no lo hacen debidamente, ya que una percepción de dificultad está involucrada. Escribir un manual es algo que nunca han hecho y les parece muy difícil. No es difícil, sólo toma tiempo; tiempo que puede ser ocupado en listar y vender casas. La verdad es que documentar requiere algo de paciencia, persistencia y organización. Es así puesto que aconsejamos que enlistes la ayuda de tu primera contratación (ayuda administrativa)

para que logres esto antes de perderlo con un mínimo de tiempo perdido en ventas.

Pero generalmente no le puedes decir a alguien —Documentamos mi sistema— y que esperes tener un producto de calidad a cambio. Tú tienes que darles un modelo para escribir el manual y proveerles muchas ideas desde tu posición de experiencia. Después de todo, hasta este punto, nadie sino tú sabe exactamente cómo realizas el negocio y cómo esperas que éste sea hecho por otras personas. El Modelo del Sistema de Documentación del Millonario Profesional Inmobiliario (figura 5) provee una lista general del proceso de documentación.

La Etapa 1 del proceso será dirigida completamente por ti, a menos que tu asistente tenga experiencia previa en el área inmobiliaria. También debes darte cuenta que es un proceso, no un proyecto. Tu 1er. paso al intentar enlistar las actividades sin duda estará lleno de huecos que tú querrás cubrir más adelante. El punto del proceso es tener un manual de operaciones de trabajo y entonces agregarle actividades y mejorarlo constantemente al paso del tiempo. Por ejemplo, si regresas de una presentación a la oficina uno de estos días particularmente brillantes, y le dices a tu asistente —Me acabo de dar cuenta que omití un aspecto importante en mi presentación. Yo casi siempre dedico los primeros 5 a 10 min presentándole la propiedad a mi cliente, pero lo que también hago es percibir el sentido de los propietarios de la casa, qué clase de gente son y qué clase de servicio muy probablemente están esperando de mí. Por favor agrega estos elementos al principio del proceso de la presentación a los contactos y después nosotros lo revisaremos juntos...”, por supuesto que esto es sólo un ejemplo, el punto es repetirlo a través del tiempo para que no tomes ninguno de tus procesos por entendido. Es mucho más fácil cortar etapas cuando la retroalimentación de tu futuro personal indica cuáles aspectos son necesarios y repetibles, contra los aspectos que son sólo en función de tu personalidad y que pueden ser mejorados sobre eso. Y el hecho es que a menos que escribas lo que normalmente haces, no podrás mejorarlo realmente.

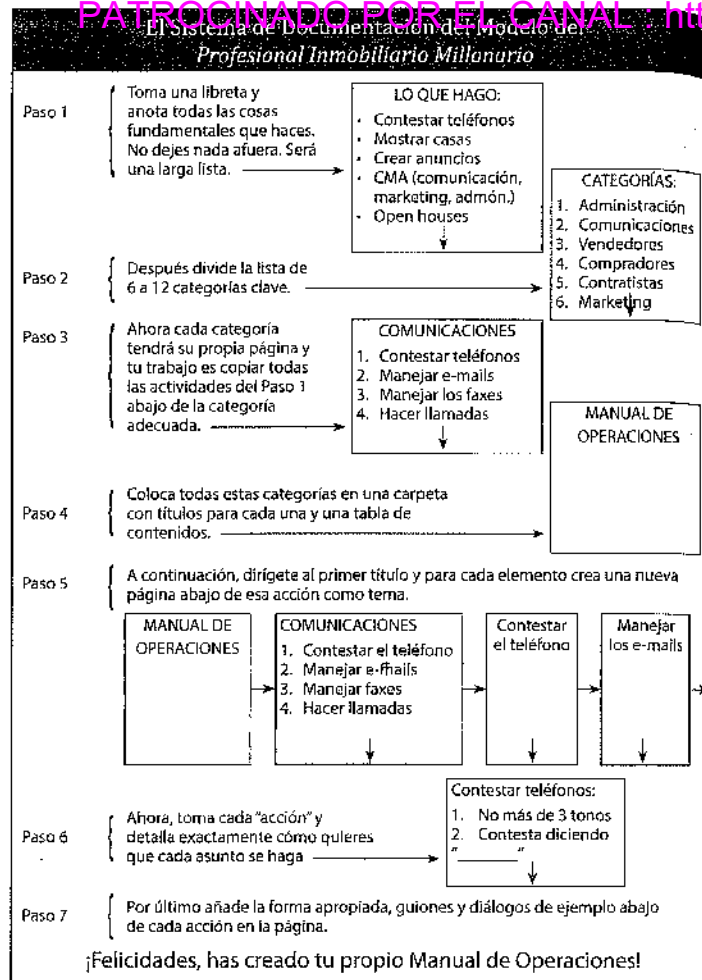


Figura 5

responsabilidad por Resultados

Diferentes aspectos de tu manual de operación serán componentes de una descripción detallada de los puestos de trabajo que tú des a tu personal. Si contestar el teléfono es parte de sus obligaciones, entonces las expectativas y estándares para hacerlo deben estar claramente definidas en el manual. La clave entonces es hacer responsable a tu personal de los resultados y alcanzar tus estándares. Yo he encontrado que el mejor proceso para construir responsabilidad de los resultados en tu negocio es:

1. Fijar reuniones semanales con los individuos que te reportan.
2. Trabajar desde una descripción de puesto específico.
3. Que trabajes de acuerdo a una hoja específica de metas.

Puedes referirte a nuestra plantilla de la Entrevista de Consulta "Ganar Un Millón" en la figura 26 si necesitas una guía acerca del proceso de estas reuniones. La importancia de tener los estándares definidos no puede ser desestimada. Esto te permite el tener acciones y ser responsable de los resultados, algo que es definitivo y objetivo contra tener gente responsable de resultados por "ser de cierta forma"; lo que es personal y subjetivo. También nos encontramos que el desempeño de cualquier persona tiene la oportunidad de mejorar cuando lo confuso acerca de lo que él debe hacer es eliminado de la ecuación.

Finalmente, también es importante que uses tu manual de operaciones, como hemos discutido en el punto número 8, "haz el marketing de tu listado de vendedores consistentemente para más contactos". Esta lista de comprobación puede ayudarte a combatir el deseo de saltar etapas o "soltar la pelota" cuando estés sintiendo la presión o fatiga. En poco tiempo, podremos dejar los sistemas en la memoria; y a través de la repetición, transformarlos en grandes hábitos que puedan impulsar tu camino a los más altos niveles de éxito de ventas de bienes raíces.

## 12. CREACIÓN DE EQUIPOS DE TRABAJO CON "ROCK AND ROLL"

Cuando incluyas a las personas adicionales en tu vida de negocios, el trabajo en equipo se convertirá en un problema. Tu habilidad para hacer trabajar juntas a las personas y crear sinergias entre diferentes perso-

*"Todos en el equipo conocen su rol. Todos manejamos guiones. Estamos enfocados en convertirnos en grandes maestros en lo que hacemos".*

David y Judie Crockett  
Millonario Profesional Inmobiliario  
Concord, OH  
Ventas: \$53 millones de dólares.

Para conseguir el trabajo en equipo tú debes hacer 2 cosas:

1. Expresar claramente las metas clave de tu negocio, a lo que nos referimos como las "Big Rocks" de tu negocio, por ejemplo la principal meta de tu negocio debe ser \$80 Millones de dólares de ventas netas. Esta es entonces una Big Rock de tu equipo.
2. Asegurarte que cada miembro de tu equipo identifique su rol (descripción de puesto) y lo que contribuye a alcanzar la Big Rock Meta de tu negocio. Por ejemplo, si la meta es \$80 Millones en ventas netas, uno de tus especialistas en compradores podría tener su Big Rock Meta individual de \$10 Millones en ventas netas hacia esta meta y ese es su "rol".

Quiero dejar claro que si tu equipo no está en dirección a alcanzar la "Big Rock", entonces todo lo relacionado con tu negocio está en riesgo de ser reevaluado incluyendo a las personas y sus roles. Nadie está protegido si las metas del negocio no son alcanzadas. Esto puede ser contundente o antagónico como para crear una buena atmósfera de trabajo en equipo, pero una de las formas de paralizar la sinergia es que la responsabilidad por resultados se perciba como laxa, o aún peor, no justa. Sólo no te olvides de balancear responsabilidad por resultados con una amplia recompensa y reconocimiento cuando las metas hayan sido logradas o excedidas, de tal forma que seas muy persistente en la responsabilidad por resultados de las metas y estándares, pero también celebrares y recompenses los grandes resultados.

Agregar un individuo al equipo de trabajo no lo hace necesariamente un jugador del equipo, es como cuando mi esposa dice —Estar en un taller no te hace a ti mecánico—. Y no sólo porque el equipo se lleve bien los

habilidades pueden generar un gran impulso a tu negocio o bien, estancarlo. Lo último pasa con mucha frecuencia, ya que de los miembros de tu equipo, cada quien irá en su propia dirección en lugar de ir en una sola. Mientras que el problema es muy común, también es bastante fácil de remediar. La solución es lo que nosotros decimos enfocarte en el "rock and roll".

productivos en la forma de los verdaderos equipos lo hacen. No trates de confundir compañerismo con trabajo de equipo. Lo que un individuo aporte directamente a tus metas definirá si es o no parte del equipo. Un jugador del equipo trabajando con otro jugador hacia una meta común es lo que los define como equipo. Yo creo en el aforismo de los antiguos deportes en que "todos se llevan bien cuando vas ganando". En el área de los deportes profesionales hemos visto esto en el desempeño año tras año. Los grandes jugadores trabajan juntos a pesar de sus diferencias personales o aun de enemistades, debido a la meta común de ser campeones y ser realmente los mejores.

En nuestra experiencia, la solución es el "Rock and Roll". Para construir un equipo necesitas la "Big Rock Meta" de tu negocio, que todos la compartan y trabajen hacia ella. Y es así que tenemos nuestro "rol". Cada integrante del equipo tiene un "rol" en la contribución, desde la persona que contesta el teléfono, a la persona que arregla las citas en el listado de contactos. Cuando la gente quiere saber las características de un equipo de trabajo de alto rendimiento, todo lo que necesita, es la responsabilidad de saber su "rol" y cómo debe contribuir a la Big Rock Meta. Si se va

*"Dirigir un equipo es como ser familia, hay altas, bajas y diferentes personalidades; tu trabajo es ayudar a cada uno a mantenerse positivos y apreciar el rol de cada uno".*

John Toye  
Millonario Profesional Inmobiliario  
Westland, MI  
Ventas: \$39.2 millones de dólares.

Grupo	VS	Equipo
1. Metas no establecidas claramente.		1. Metas comunicadas claramente por escrito ("Big Rocks").
2. Asignaciones diarias de las tareas.		2. Descripciones claras del puesto ("roles").
3. No hay sentido de urgencia.		3. Un sentido sano de urgencia con responsabilidad específica por resultados.
4. Una persona se siente responsable del éxito o de la falla.		4. Todos se sienten responsables del éxito o fracaso del equipo.
5. Competencia dentro del grupo.		5. Los miembros del equipo toman la competencia externa.

Figura 6

cualquiera de ellos, con lo que te quedas tú, es un grupo.

En la figura 6 ponemos en una tabla las características diferentes para ayudarte a ilustrar las diferencias básicas entre ser un grupo y ser un equipo. El resultado es este: cuando tú haces todo por ti mismo, eres sólo un técnico. Cuando tienes una gran cantidad de técnicos tienes un grupo. Cuando todos tienen un "rol" y son responsables de su desempeño, de manera que alcancen la Big Rock Meta; entonces tienes la base de un equipo. De esta forma tu lema debe ser "Rock and Roll" todos los días, todo el tiempo. Es la música del alto rendimiento.

### 13. COMBINAR CALIDAD DE SERVICIO CON CANTIDAD DE SERVICIO

Conforme tú te esfuerces en negocios que hagan un gran número de transacciones, definitivamente encararás el asunto de cantidad contra calidad. La pregunta es: ¿Qué es "servicio de calidad" y cuánto tiempo toma para entregarlo? Una perspectiva común es que mientras más tiempo gastes en un cliente, mejor es la experiencia de calidad para el cliente. La creencia es que la satisfacción del cliente se consigue más eficazmente

*"Hagan lo que hagan, se centran en los beneficios suministrados por el usuario para los consumidores".*

Russell Shaw  
Millonario Profesional Inmobiliario  
Phoenix, AZ  
Ventas: \$50.6 millones de dólares.

mediante el contacto personal y con una gran cantidad de tiempo dedicado a hacerlo. Sin embargo, en nuestra experiencia con excelentes agentes haciendo volúmenes altos de venta y el servicio a un gran número de clientes, nos ofrece otra perspectiva sobre esto. Estos agentes alcanzan marcas altas de servicio y disfrutan en

abundancia de referencias personales y aun así, pasan menos tiempo con sus clientes que un agente promedio.  
¿Pero cómo lo hacen? Bueno, esto es lo que nos han dicho —Sea un minimalista con gran comunicación—. Lo que quieren decir es que haciendo lo que realmente importa y de manera eficiente mientras uno permanece en contacto con el cliente y lo mantiene informado, es lo que

era alto nivel de satisfacción del cliente, no el tiempo pasado juntos. De hecho dicen que utilizar demasiado tiempo lleva menos satisfacción, más frustración y reduce el sentido de profesionalismo. Mientras más refinado, eficiente y oportuno puedas hacer tus servicios, más alta es la percepción de la calidad del servicio.

En nuestra experiencia, la consistencia y claridad de tu comunicación es muy importante en la percepción del cliente. Saber cuándo esperan tener noticias y cómo tener una comunicación rápida y eficiente, es parte del reto. La comunicación planeada y con propósito para tus clientes es mejor que mucha comunicación sin dirección. En este caso, lo oportuno con un propósito es más importante que el tiempo.

Los sobresalientes agentes inmobiliarios exitosos y sus equipos de trabajo podrán manejar un gran volumen con elevados estándares de calidad porque se concentran en contactos en el "momento de la verdad" durante el proceso de compra y venta. Si intentas llevar tu negocio de Ganar Un Millón a Generar Un Millón, tienes que dominar el ser un "minimalista" con una gran comunicación y magnífica sincronización. Como muchos aspectos del negocio del Millonario Profesional Inmobiliario, la diferencia entre "grande" y "realmente grande", es cómo manejas tu tiempo y enfoque. Alcanzar los mismos o mejores resultados con menor inversión de tiempo es una gran parte del juego de Generar Un Millón.

### DINERO

En los negocios, el dinero siempre es un problema, ya sea que tengas muy poco e incluso, si tienes más de lo esperado, tu propósito como persona de negocios en las ventas inmobiliarias es aumentar tus ingresos, controlar tus costos y al final del día, aumentar tu ingreso neto. Parte de la batalla es familiarizarte y dominar tu Modelo Económico y tu Modelo Presupuestario. Muchas de las diferencias entre tener un negocio que Gane Un Millón y uno que Genere Un Millón está centrado en 2 discipuli-

PATROCINADO POR EL CANAL : <https://t.me/cardinglatinotg>

nas monetarias no desvíate de tu Modelo Presupuestario (será más difícil de lo que parece) y controlar tus costos (será más fácil de lo que suena).

## 14. MANTENERTE EN TU MODELO DE PRESUPUESTO Y CONTROLAR TUS COSTOS

Una de las tareas más difíciles que tendrás que abordar es el no desviarte de tu Modelo de Presupuesto. A menos que seas dueño de otros negocios exitosos o seas de los pocos agentes inmobiliarios con estudios formales en negocios o contabilidad tendrás un reto en este frente. Presupuestar no es tanto un asunto de experiencia profesional especializada, se trata de un poco de conocimiento, algo de experiencia y algo de disciplina. Realmente no es difícil entender un estado de resultados (pérdidas y ganancias) o preparar un presupuesto. Sólo copia un poco de una persona que se sienta cómoda con esta materia. Usualmente tu gerente de ventas

*"Si trabajamos fuerte para lograrlo...  
Necesitamos trabajar el doble de fuerte para mantenerlo."*

Mike Mendoza  
Millonario Profesional Inmobiliario  
Phoenix, AZ  
Ventas: \$60 millones de dólares.

o tu agente accionario tendrá esta experiencia y habilidad. Si no, él te puede llevar en la dirección correcta, ya sea que tú o tu gerente de la oficina maneje el presupuesto al final, el responsable de revisarlo serás tú, así como también de dar la autorización de cualquier gasto fuera del presupuesto. Esto significa que necesitas entender tu Modelo de Presupuesto y tu Modelo Económico. Básicamente esta relación entre todas las variables de tu ingreso bruto hasta tu ingreso neto, no requiere un esfuerzo titánico, sólo algo de tiempo para ponerse al día. Es tu dinero y que te ocupes de él, lo que apoyará tu futuro.

Entre más grande sea tu negocio, más detallado llegará a ser el proceso presupuestario. Esa es la razón por la que subrayamos la importancia de aplicar los modelos en la parte delantera de tu carrera, antes de que las cosas tengan la oportunidad de convertirse en abrumado-

as. Esfuérzate por preparar el Modelo Presupuestario y tus sistemas trabajando tan pronto como puedas. Entonces, al paso del tiempo, alcanzarás más y más eficiencia en este tema. De esta manera, en el momento en el que las cosas empiecen a ponerse más detalladas, te sentirás cómodo y capaz de manejar las cuestiones más difíciles que se presenten.

Pero mantenlo simple, no necesitas apurarte y enrolarte en un programa de contabilidad de una maestría en administración de negocios. Haz un presupuesto anual y mantente en él, revisalo mensual o semanalmente, pon mucha atención a cualquier variación. Identificar las variaciones pronto, es muy importante. Este nivel de estar informado te ayudará a hacer proyecciones de costos más precisas y saber más pronto a dónde va tu dinero. No trates con ligereza tu presupuesto y no lo alteres fácilmente. Has difícil para ti y para otros el justificar gastos fuera del presupuesto. Siempre ve por áreas donde puedas reducir gastos. Prueba y error pueden en ocasiones ser bastante efectivos. Trata de vivir sin algo y si encuentras que no puedes, sabrás que esto es importante. Pero cuando todo esté dicho y hecho, la verdadera disciplina financiera es aprender a decir no... y también a preguntar ¿por qué? Gastos casuales con la frase "esto es sólo el costo de una comisión, de una venta más", son el veneno del Millonario Profesional Inmobiliario. No te desvíes de tu presupuesto y cuando tengas que gastar fuera de él, asegúrate que sea absolutamente justificable.

Estas verdades y principios suenan simples, pero en realidad son un poco difícil de ejecutar con el tiempo. En nuestra experiencia, la falta de atención al dinero y gastarlo de más es la normalidad. Si tú, realmente vas a Generar Un Millón, tendrás que luchar contra estas tendencias naturales. Por extraño que parezca, los que tienen más confianza en nuestra capacidad para generar dinero, ja menudo tienen más dificultades para mantenerlo!

Cuando creas sistemas y procesos, éstos procuran servir a dos propósitos. En primer lugar, te ayudan a mantener tus buenos hábitos y a hacer lo correcto; y en segundo lugar, hacen que sea muy, pero muy difícil que regreses a los viejos malos hábitos y que no cometas equivocaciones. De esta forma tus sistemas presupuestarios deben estar dirigidos a concentrarse en "sigue el dinero" y con esto previenes el control de tus gastos.

PATROCINADO POR EL CANAL : <https://t.me/cardinglatinotg>



Un ejemplo simple de esto es separar tu cuenta de depósitos de la cuenta de operación. Sólo transfieres lo suficiente a tu cuenta operativa para cubrir los gastos presupuestados del mes. Entonces fija un estándar de tu negocio para ti, para tu personal y evita exceder esa cantidad. Y si te parece que necesitas exceder tu presupuesto, debes requerir una justificación a la variación (en forma escrita) que debe ser revisada antes de que el dinero pueda ser transferido a la cuenta operativa para cubrir esos gastos personales. Por lo menos esto te hará consciente de cada concepto que exceda tu asignación presupuestaria. Y ser consciente es la mitad de la batalla.

Otra buena técnica es tener a alguien más (un contador público, consultor financiero o inclusive un compañero con conocimientos) que te apoye a ti y sea responsable de la administración del negocio para después programar consultas mensuales contigo, pero recuerda, necesitarán que les permitas ser críticos y obtener respuestas a sus preguntas. De otra manera el consultor tendrá poca posibilidad para mantenerte en el camino.

Como regla general, debes pedir un presupuesto detallado para cualquier nuevo plan de *marketing*, compra de equipo o nueva contratación. Para cada propuesta insiste en un Modelo Económico completo que señale cómo aumentará tu ingreso, ahorrará gastos o elevará la productividad. Esa es la luz roja-luz verde a alto nivel. Acostúmbrate al hábito de cuestionar un nuevo gasto hasta que estés seguro que tiene un sentido económico hacerlo. Después deja que descanse un par de días y analiza si este aún tiene sentido! Esto te puede sonar a exageración, pero cuando se permite que el hábito de los gastos impulsivos o incluso urgentes estén fuera de los límites de tu presupuesto, estará sonando la marcha fúnebre para tus ingresos netos. Los listados y la generación de contactos son asuntos urgentes; no obstante, el gasto monetario debe ser siempre una actividad meludible! Algunos agentes simplemente toman sus ingresos netos proyectados fuera de la parte superior de cada cheque de comisión. Entonces, cuando surgen gastos inesperados, llegan a estar muy conscientes de que están metiendo la mano en su propia cartera para cubrirlos. Es probablemente una buena idea pensar siempre de esta forma sobre los gastos no presupuestados.

Adquirir esta perspectiva de controlar los costos y hacer un hábito de esto es esencial para tu éxito como hombre de negocios a este nivel, pero esto se muestra más claramente cuando estás intentando llevar tu negocio de ventas inmobiliarias al más alto nivel, a Generar Un Millón y más allá.

TÚ

*"Trabaja más duro en ti que en tu trabajo".*

Tim Wood  
Millonario Profesional Inmobiliario  
Big Bear Lake, CA  
Ventas: \$38 millones de dólares.

A fin de cuentas, cuando llegues a tu negocio de Millonario Profesional Inmobiliario, en última instantancia será un reflejo tuyo. Si va a cambiar, mejorar y crecer, tendrás también que hacerlo tú. De hecho tu crecimiento vendrá antes del crecimiento de tu negocio. Tu habilidad y disposición de trabajar en ti determinará en gran parte qué tan lejos llegarán tú y tu negocio. Los grandes triunfadores con los que hemos trabajado y entrevistado dedican importantes cantidades de dinero y tiempo hacia el desarrollo personal. De hecho para muchos—ser lo mejor que pueden ser—es su Gran Por Qué. La mejora personal es una prioridad importante y es seguida a la par de sus otros objetivos. El tiempo y la experiencia nos han ayudado a identificar las tareas particulares de desarrollo personal que tendrán un impacto significativo en tu habilidad de alcanzar logros más elevados: tu habilidad para mantenerte enfocado en el 20% más importante del negocio y tu habilidad de mantener en algún sentido el balance en tu vida para que siempre tengas la energía necesaria para perseguir tus metas.

## 15. MANTENIÉNDOTE ENFOCADO EN EL 20%

En el camino hacia construir tu negocio de Millonario Profesional Inmobiliario constantemente estarás enfrentándote con el problema de las distracciones. Tan pronto como te sea posible delegar la responsa-

*"Llamo a cinco personas en la primera hora del día y hago el seguimiento en la segunda hora. El resto del día es para las citas con los vendedores y compradores".*

Cristina Martínez  
Millonario Profesional Inmobiliario  
San José, CA  
Ventas: \$136.3 millones de dólares.

manejarlo será mostrarle a tu equipo a respetar tu tiempo enseñándoles la Regla 80:20 y ayudarles a entender qué actividades son productivas económicamente.

Inculcando esos principios en los miembros de tu equipo lograrás primero y ante todo, enseñarles la habilidad de perseguir sus objetivos con enfoque y como consecuencia de esto, ayudar a la productividad sostenida de tu negocio. Esto es verdaderamente una cuestión de tener metas, cono-

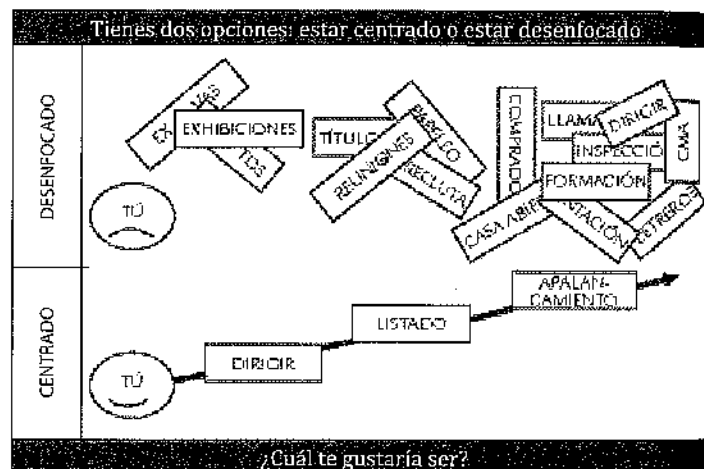


Figura 7

cer prioridades y haber las cosas importantes primero. A pesar de que esto puede ser realmente una disciplina mental, he encontrado que también hay métodos simples que pueden ayudarte a reforzar y asistirte a ti mismo y a tu equipo en tus intentos de reconocer tu 20% y priorizarlo adecuadamente.

Todo empieza con el reconocimiento de que en realidad sólo tienes dos opciones en cuanto a enfoque: ser enfocado o estar desenfocado.

Para ser exitoso a alto nivel, estar enfocado es la *única* manera de serlo. Un método que puedes usar para ganar enfoque para ti y para tu equipo es un proceso llamado "El Sistema de 20% de Acción-Hacia-la-Meta".

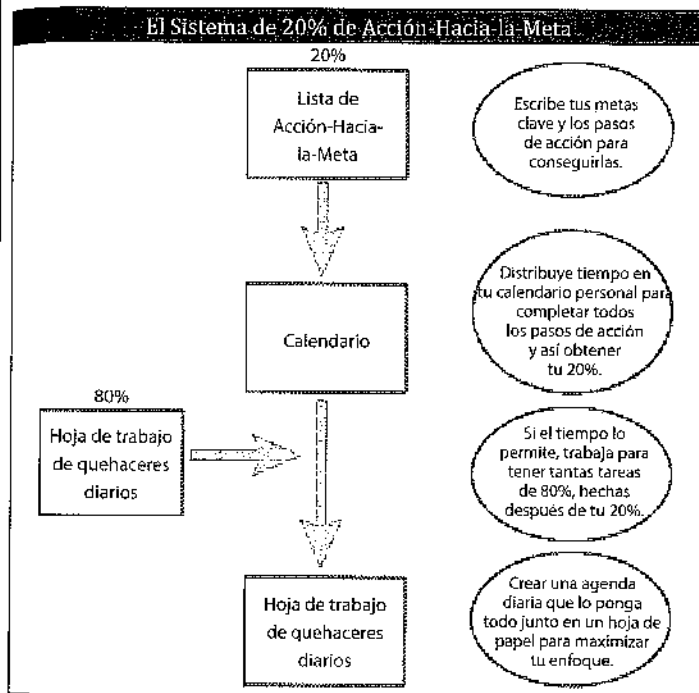


Figura 8

**PATROCINADO POR EL CANAL: <https://t.me/cardinglatinto>**

## Indicador

1. ¿Qué es lo que yo/nosotros queremos?
2. ¿Cuándo lo quiero/queremos?
3. ¿Qué tiene que ocurrir para obtenerlo? (pasos a seguir).



La Hoja de Trabajo del 20% de Acción-Hacia-la-Meta	
Nombre:	Fecha:
META	
<div style="text-align: center;">  </div>	
Fecha de Cumplimiento	
<div style="text-align: center;">  </div>	
Pasos de Acción	

Figura 9

[ps://t.me/cordinglatino](https://t.me/cordinglatino)

Foja Maestra de Areas del 80%

A blank sheet of white paper with horizontal blue or grey ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There is a vertical margin line on the left side, creating a narrow left margin. The top of the page has some faint, illegible markings.

Figura 10

Tareas del negocio	Mensajes y notas
1.	1.
2.	2.
3.	3.
4.	4.
5.	5.
6.	6.
7.	7.
8.	8.
9.	9.
10.	10.
Tareas personales	Citas
11.	11.
12.	12.
13.	13.
14.	14.
15.	15.
5:30 AM	2:00 PM
6:00 AM	2:30 PM
6:30 AM	3:00 PM
7:00 AM	3:30 PM
7:30 AM	4:00 PM
8:00 AM	4:30 PM
8:30 AM	5:00 PM
9:00 AM	5:30 PM
9:30 AM	6:00 PM
10:00 AM	6:30 PM
10:30 AM	7:00 PM
11:00 AM	7:30 PM
11:30 AM	8:00 PM
12:00 AM	8:30 PM
12:30 AM	9:00 PM
1:00 PM	9:30 PM
1:30 PM	10:00 PM

Figura 11

Adquirir los recursos del sistema:

Los formularios que pueden usar tu equipo y tú para seguir el sistema están en las figuras 8, 9, 10 y 11.

El enfoque se vuelve cada vez más factible en proporción directa de qué tan claro tienes qué es lo que quieres, cuándo lo quieres y qué debes hacer para obtenerlo. Lo mismo aplica para cualquier colaborador tuyo. El enfoque es una cuestión importante que puedes completar efectivamente mediante un simple sistema que tu equipo y tú pueden adoptar.

## 16. EQUILIBRIO EN TU VIDA PARA MANTENER TU ENERGÍA EN UN ALTO NIVEL

La idea de tener una vida balanceada es más idealista que práctica. He encontrado que es más saludable intentar llevar una vida con equilibrio donde el problema no es que estés fuera de balance, sino cuánto tiempo te quedarás ahí. Implícito en esto está la aceptación de que tu vida estará fuera de balance; y francamente para los Millonarios Profesionales Inmobiliarios, la vida puede zigzaguear dramáticamente entre balance y desbalance, de manera que es muy importante que lo comprendas para que puedas lidiar con esto. El factor principal de llevar una vida con equilibrio es el de permitir estar fuera de balance cuando las metas clave están en riesgo, pero que no permanezcas mucho tiempo en ese estado, ¿por qué? Porque cuando tú te permites vivir fuera de balance por mucho tiempo no puedes mantener tu energía y corres el riesgo de agotarte.

Para llegar a ser un Millonario Profesional Inmobiliario, no sólo necesitarás conservar tu energía para mantenerte a alto nivel. La energía alta no es algo que pueda forzarse para cualquier periodo. Puedes "levantar

*"El año pasado me diagnosticaron cáncer. No trabajé gran parte del año. Hicimos 383 ventas y más de 50 millones de volumen. Así que no estuve ahí y aun así tuve mi mejor año".*

Russell Shaw  
Millonario Profesional Inmobiliario  
Phoenix, AZ  
Ventas: \$50.6 millones de dólares.

tarte" para tener un gran momento, pero mantener este nivel en última instancia viene de llevar una vida de autorrealización personal en una forma completa.

Tu estarás en equilibrio en todas las áreas vitales de tu vida, trabajo, familia, salud y desarrollo espiritual. Es mente, cuerpo, corazón y alma. La mejor fórmula de equilibrio es algo único para cada individuo, nadie más puede determinar cómo descuidar o poner demasiado énfasis en que un área cambiará tu entusiasmo y energía.

Para grandes ganadores el reto del equilibrio queda entre aspectos de trabajo. La verdad es que habrá momentos cuando el trabajo es una prioridad y tendrás que aprovecharlos. Pero si permaneces sobrecargado de trabajo y fuera de balance por mucho tiempo debes entender que tu nivel energético se hundirá y el riesgo de agotamiento aumentará. Mantener tu carrera en rojo por mucho tiempo no es sano para ti y tu familia, ni tampoco para tu negocio.

Esto tristemente le pasó mucho a mucha gente, especialmente en el negocio inmobiliario. Cuando sientas que la energía cae, necesitas reconocer la necesidad de un equilibrio en tu vida. Dedícate a otros aspectos de tu vida (familia, amigos, educación, hobbies, etc.) y "enderezar el barco" tan rápido como puedas.

A veces enseño el equilibrio comparándolo con esquiar montaña abajo. Si alguna vez has visto a los esquiadores en televisión entenderás que a pesar de su complexión atlética, gracia y apariencia de tener el balance controlado, durante 25% del descenso entre montículo y montículo, de obstáculo a otro, están en el aire fuera de balance y fuera de control, pero ellos han aprendido a tener equilibrio para evitar el choque y ajustar el curso mientras mantienen la velocidad hasta el final de la carrera.

El apalancamiento, como contratar gente talentosa, establecer estándares e implementar sistemas y herramientas, puede ayudarte a tener equilibrio con más facilidad en tu vida laboral. Sin embargo, el tiempo y la concentración necesarios para poner estas cosas en su lugar mientras

continúas haciendo los negocios es difícil de alcanzar y puede, de hecho, sacarte de balance. Sólo no pierdas de vista cómo este apalancamiento, una vez colocado finalmente en su lugar, en realidad te ayuda a restablecer el balance y estabilizar tu vida. El apalancamiento es la clave esencial para llevar una vida en equilibrio. Y los balances son esenciales si planeas llevar tu carrera de ventas inmobiliarias al más alto nivel y mantener tu éxito por largo tiempo.

Cuando ves a una persona exitosa que parece equilibrada, por favor, date cuenta de que es una ilusión. Lo que están viendo que parece ser el equilibrio del contrapeso es realmente rápido y oportuno. Los desequilibrios hechos de esta manera son tan saludables y satisfactorios como la llamada "vida equilibrada".

## CONCLUSIÓN

Reconocer y trabajar en los aspectos entre Ganar Un Millón y Generar Un Millón puede hacer la diferencia en tu carrera. No es necesario decir que mientras más rápido pongas tus ojos en ellos, más rápido cosecharás beneficios y la transición será más ligera entre Ganar Un Millón y Generar Un Millón. Estos aspectos afectan las áreas centrales de tu vida profesional: Contactos, Exclusivas, Apalancamiento, Dinero y Tú. Empéñate en entenderlos e implementar las lecciones aprendidas en tu vida.

La siguiente transición de Generar Un Millón a Recibir Un Millón, puede de hecho, ser lo más difícil de alcanzar. Requiere un cambio fundamental en tu forma de pensar, las diferencias de trabajar en un negocio y ser dueño de uno, pero la recompensa ¡es sorprendente! Si estás listo para explorar las posibilidades de llevar un ingreso pasivo hasta el último nivel entonces movámonos a Recibir Un Millón.

*"Con la construcción de un equipo, hemos traído de vuelta algo de nuestro tiempo"*

Jill Rudler  
Millonario Profesional Inmobiliario  
Westerville, OH  
Ventas: \$58 millones de dólares.

PATROCINADO POR EL CANAL : <https://t.me/cardinglatinotg>



■ Generar Un Millón es el resultado natural de implementar completamente los Cuatro Modelos Fundamentales de Negocio del Millonario Profesional Inmobiliario. En nuestra experiencia hay 18 aspectos que deben ser evaluados para hacer una transición exitosa. Tú debes:

1. Ten un programa sólido de generación de contactos que enfatice el marketing y consistentemente aumente el número de contactos.
2. Sigue y convierte tus contactos a través de otros.
3. Protege el tiempo que dedicas a la generación de contactos.
4. Considera tus opciones y descubre qué trabajos no debes hacer personalmente.
5. Investiga el número mínimo de contactos necesarios en tu lista cada mes.
6. Haz visible el mismo número de contactos para cada mes.
7. Convince al vendedor de aceptar el concepto de equipo.
8. Consistentemente merca dea tus exclusivas de vendedores para que generes más contactos.
9. Aparta tiempo para aprender e implementar el proceso de R/E/A/R (Reclutar/Entrenar/Asesorar/Retener).
10. Contrata talento con "capacidad" en lugar de "callejón sin salida".
11. Lleva la responsabilidad por resultados hasta estándares correctos.
12. Crea un equipo de trabajo con el "Rock and Roll".
13. Combina un servicio de calidad con uno de cantidad.
14. No te desvíes de tu modelo presupuestario y controla tus costos.
15. Mantén tu enfoque en el 20% importante.
16. Equilibra tu vida para mantener tu energía en alto nivel.

## RECIBIR UN

## MILLÓN: Etapa 4

*"Entrena al árbol de higo en la forma que debe ir y cuando seas viejo siéntate bajo su sombra".*

Charles Dickens

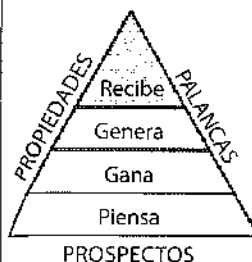


Figura 1

## CUANDO TU DINERO TRABAJA PARA TI

Como muchos otros niños, mi primer trabajo fue el de cortar el pasto. Yo recorrí mi barrio con mis volantes impresos (con el lema "tú lo creces y yo lo corto") y rápidamente tuve de 8 a 9 jardines para cortar el pasto cada semana. Bien, el verano llegó y nuestra familia tenía planeadas unas vacaciones de una semana de manera que yo contraté a un amigo de la cuadra para que me sustituyera mientras estaba afuera. Mi amigo estuvo de acuerdo en ayudarme, ya me había dicho varias veces que él estaría feliz de hacerlo cuando me "cansara" de cortar el pasto, bien, capitalicé sus ganas de ayudarme y le di todos mis jardines durante esa semana por 10 dólares cada uno. El trato fue este: yo le comunicaría a mis clientes que él cortaría el pasto de sus jardines, yo cobraría el dinero y le pagaría cuando regresara, estrechamos la mano. Todos estuvimos contentos, especialmente yo. Ya que lo que no le dije a mi amigo es que yo cobraba 15 dólares por jardín, mi madre me regañó un poco por esto, di-

ciéndome que el mar estaba bien, pero que yo se lo debía decir a mi amigo, ella estaba en lo correcto y aprendí una buena lección acerca de la integridad en los negocios, pero también aprendí una tremenda lección del apalancamiento e ingreso pasivo, yo no estaba cortando el pasto de un solo jardín esa semana, pero aun así ganaría 5 dólares por cada uno. Mi experiencia reveladora: necesitaba salir del pueblo más frecuentemente.

Lo que había llegado a ser claro como un cristal a través de las enseñanzas de Robert T. Kiyosaki, Robert Allen, Mark Victor Hansen y otros como ellos, es que hay sólo 2 rutas para adquirir dinero y bienestar financiero: tú puedes ganarlo o puedes recibirlo. Y aunque hay múltiples caminos para ganarlos y recibirlos, tú puedes aún dividirlos en 2 categorías bien definidas. Ya sea que "tú trabajes para el dinero" o "tu dinero trabaje para ti", es la diferencia entre ingreso activo y pasivo. Activo es cuando tú trabajas para tu negocio de ventas y pasivo es cuando tu negocio de ventas trabaja para ti. La mayoría de los agentes inmobiliarios trabaja para sus negocios y siempre lo harán, lo cual es el porqué nosotros escribimos el capítulo "Recibir Un Millón". Las metas de este capítulo son enseñarte y motivarte para crecer y organizar tu negocio de tal forma que algún día tu negocio trabaje para ti. Esta es una poderosa oportunidad de ingreso pasivo y el tema detrás de Recibir Un Millón.

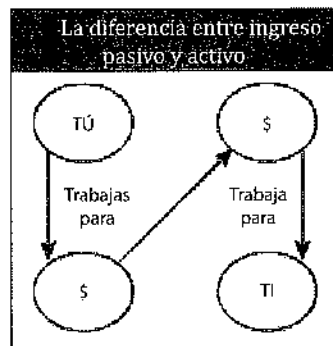


Figura 2

Tan sorprendentemente como puede ser, yo he aprendido que la mayoría de los agentes inmobiliarios en realidad no entienden cómo perseguir un ingreso pasivo agresivamente. Por alguna razón, si están ganando \$50,000 por año, piensan que \$5,000 dólares al año en ingreso pasivo no es nada para emocionarse. De la misma manera, si ellos están ganando \$100,000 al año, entonces \$10,000 al año en ingreso pasivo, no es lo suficientemente significativo para alzar las cejas. Lo que no logran apreciar es cuánto y por cuánto tiempo tienen que ganar y ahorrar (después de impuestos) para alcanzar esos números de ingreso pasivo.

Por ejemplo, si nosotros asumimos un conservador 5% en la tasa de retorno en tus ahorros, necesitarías \$100,000 en el banco para ganar \$5,000 por año en ingreso pasivo. Ahora, para ahorrar esa cantidad, en realidad necesitas ganar (y no gastar) un total de \$142,857 dólares, de los cuales, cuando descuentas impuestos (30%), nos lleva a \$100,000 dólares en el banco. Incluso un agente disciplinado que ahorra \$10,000 antes de impuestos necesitarían esperar 15 años para reunir \$100,000 dólares en total después de impuestos.

¿Ahorrando tu Ingreso Pasivo?			
\$142,857 ingreso bruto	x	30% de tasa de impuestos	= \$42,857 de impuestos
\$142,857 ingreso bruto	-	\$49,253 de impuestos	= \$100,000 en ahorros
\$100,000 en ahorros	x	5% de tasa de interés	= \$5,000 ingreso pasivo/año

Figura 3

De manera que, por increíble que parezca, puedes ver que \$5,000 en ingreso pasivo, en realidad representa por lo menos 15 años de trabajo y un manejo disciplinado del dinero. ¡Eso no es poca cosa! Y si esperas ganar \$10,000 por año antes de impuestos en ingreso pasivo, tienes que ahorrar durante 30 años para acumular la cantidad necesaria de \$200,000 en ahorros después de impuestos. Ahora, si cuantificas esto en términos mensuales se puede ver como esto:

Cuánto dinero después de impuestos necesitas invertir para generar el siguiente ingreso	
Dinero invertido	Ingreso mensual al 5%
\$ 9,000	\$ 37.50
\$ 18,000	\$ 75.00
\$ 36,000	\$ 150.00
\$ 72,000	\$ 300.00
\$ 120,000	\$ 500.00
\$ 240,000	\$ 1000.00
\$ 360,000	\$ 1,500.00
\$ 480,000	\$ 2,000.00
\$ 600,000	\$ 2,500.00
\$ 720,000	\$ 3,000.00
\$ 960,000	\$ 4,000.00

Figura 4

¿Estás captando el sentido de la inversión en cuanto al tiempo y dinero que se requiere para crear una fortuna a través de medios conservadores y convencionales? Aun si inviertes tu dinero en el mercado de valores, el cual históricamente ha generado 10% de tasa de ganancia en un promedio de 10 años desde 1930, aún estarías viendo una inversión importante de dinero a través del tiempo para generar un significativo ingreso pasivo.

Nosotros pensamos que cuando construyes un negocio de ventas tienes otra opción para generar riqueza por ingreso pasivo: a través de ser dueño de un negocio. De hecho, creemos que convirtiendo tu trabajo de ventas inmobiliarias independiente en un negocio, es el camino más directo que puedes tomar para crear riqueza financiera y un ingreso pasivo. Nuestro punto de vista es que cuando logres esto, habrás creado un negocio para ti, basado en una fuente de ingreso pasivo en el cual tienes buen potencial para generar una tasa de negocios sustancialmente elevada.

## TRABAJAR "SOBRE" EL NEGOCIO EN LUGAR DE "EN" EL NEGOCIO

Para que puedas "recibir" de tu negocio Un Millón de Dólares por año sin tener que trabajar en el negocio, deben suceder primero 2 cosas:

1. Debes ganar mucho más de Un Millón por año.
2. Debes contratar a alguien que maneje el negocio al nivel que tú lo hiciste.

Estos son los 2 requisitos básicos si quieres lograr el ingreso pasivo de un Millonario Profesional Inmobiliario.

Pero debes saber que no necesariamente tienes que producir Un Millón de Dólares para hacer el movimiento de un dueño de negocio y un ingreso pasivo. Por ejemplo, si tu negocio te estuviera dando \$200,000 Dólares por año y pudieras contratar a alguien que lo manejara por ti por \$100,000, tú ganarás \$100,000 netos por año. ¡Esto no es nada despreciable! De hecho, si estás buscando retirarte o moverte a alguna otra

actividad, convirtiéndolo en un ingreso pasivo de \$200,000 a \$100,000 en una fuente de ingreso pasivo es una estupenda forma de alcanzar la libertad y realizar esas decisiones. En otras palabras, convirtiendo tu negocio de ventas inmobiliarias a una empresa que genera un ingreso pasivo para ti, es una forma de moverse de un trabajo de por vida en el trabajo de tu vida.

Antes de que te pueda presentar los 4 aspectos de Recibir Un Millón necesito subrayarte, que como propietario de un negocio, tú serás desafiado a trabajar **SOBRE** tu negocio en lugar de **EN** tu negocio. ¿De manera que cuál es la diferencia? Como lo explica Michael Gerber en su libro *E-Myth*, EN es cuando tú estás haciendo el trabajo del día a día de tu negocio. Y estar **SOBRE** tu negocio es cuando tú estás haciendo trabajo de planeación y construcción. Si esto ayuda a que tú hagas la diferencia, intenta pensarlo de este modo: la diferencia entre EN y **SOBRE** es la diferencia entre enfoque en "Mí" (lo que "yo hago") y un enfoque en "O" (lo que "otros hacen" para lograr las metas del negocio). La figura 5 proporciona un buen ejemplo del camino que recorrerás a través de tu jornada de EN a **SOBRE**.

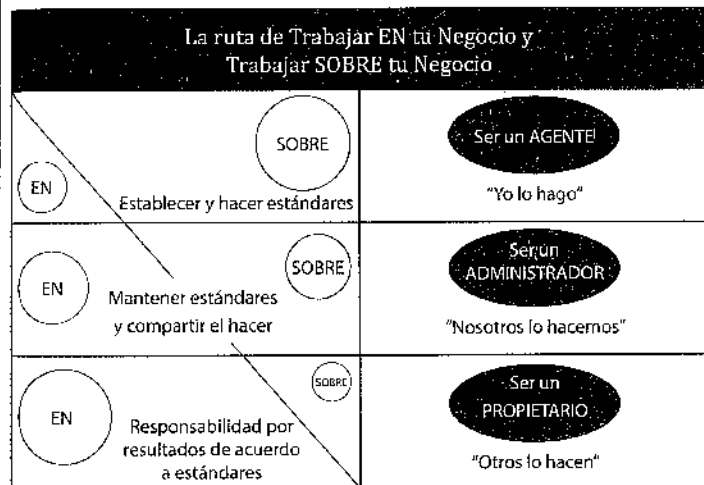


Figura 5

Este diagrama muestra realmente cómo se evoluciona del "yo lo hago" al "nosotros lo hacemos" y hasta la etapa final que es "ellos lo hacen". Con mucho sentido, ya que hace la transición de EN a SOBRE, el acto de dejarlo ir y permitir a otros manejar el negocio es un reto difícil para la mayoría. Nosotros esperamos que al aprender y entender acerca de los 4 aspectos de Recibir Un Millón, serás capaz de hacer esta transición lo menos dolorosa posible.

## LOS 4 ASPECTOS DE RECIBIR UN MILLÓN

*"Me tomó veinte años ganar \$1 millón en el banco, pero sólo 2 años más ganar \$3 millones y otros 2 años obtener \$5 millones".*

Tim Wood  
Millonario Profesional Inmobiliario  
Big Bear Lake, CA.  
Ventas: \$38 millones de dólares.

A partir de nuestra experiencia entrevistando y trabajando con agentes exitosos alrededor del país, hemos logrado aislar cuatro temas que marcan la diferencia cuando estás saltando de ser dueño del negocio a Recibir Un Millón. Estos 4 temas están resumidos de la siguiente forma:

1. Ingresos pasivos vs. activos: entendiendo que los ingresos pasivos no son verdaderamente "pasivos". Tu negocio aún requerirá tu involucramiento y atención sólo de manera diferente.
2. La oportunidad del 7o. nivel: tan difícil como es transformar tu trabajo en un negocio, retirarte de tu trabajo mediante inversiones convencionales, requiere igual de maestría y puede ser así de complicado. Convertir tu negocio inmobiliario de ventas en lo que nosotros llamamos un negocio de 7o. nivel es una mejor y más sabia opción.

3. Las tres contrataciones clave de un negocio millonario: realizar 3 magníficas contrataciones para crear los cimientos de un Negocio Inmobiliario Millonario. Tu trabajo es reclutar, entrenar, asesorar y retener (R/E/A/R) a tres extraordinarios individuos con talento de "capacidad".

4. Tu papel y responsabilidad: como Millonario Profesional Inmobiliario tienes un papel (responsabilidad), que es lograr los resultados. Tu éxito será el eje en tu habilidad de hacer que tu equipo sea capaz de lograr resultados en tres áreas: liderazgo, personas y capital.

Los primeros dos asuntos son realmente cuestión de entendimiento y estar consciente de que te ayudarán en tu transición. Y los dos últimos son los pasos que necesitarás tomar, así como tu función continua en el negocio. Tomemos un acercamiento a los asuntos de apoyo que están entre Recibir Un Millón y Tú.

### 1. INGRESOS PASIVOS VS. ACTIVOS

Ingreso activo (donde trabajas por el dinero) e ingreso pasivo (donde el dinero trabaja para ti) de hecho representan lados opuestos del espectro. Por un lado tienes una labor y se te paga directamente por el trabajo que haces. Y por el otro está el ingreso de propietario, a veces llamado "dinero de buzón", donde el dinero llega a ti de tu negocio o inversiones. Pero aquí está la fricción. Tan pasivo como aparenta serlo, incluso "el dinero de buzón" requiere tu involucramiento activo. Por ejemplo, hasta los dividendos de una acción que hayas comprado requieren tu atención en algún punto cuando tú has seleccionado y comprado la acción. Y debes mantener la vista en esa acción. Obviamente, en este ejemplo, tu ganancia en el tiempo invertido puede ser tan significativa como hacer virtualmente "dinero pasivo". La palabra clave es "virtualmente", aún tienes que hacer tú algo de trabajo para obtenerlo. De igual forma la propiedad del negocio todavía requerirá tu atención e involucramiento sólo en una escala menor y de un modo diferente. La verdad es que, a menos de que seas beneficiario de un fondo fiduciario, no hay de hecho tal cosa en sentido práctico como ingreso totalmente pasivo!

Dólares por hora

Hay un concepto económico interesante que tal vez te ayude a tener idea para saber qué tan pasivo es realmente tu ingreso, se llama: "dólares por hora". Básicamente si tomas tu ingreso neto y lo divides entre las horas que pasas ganando, puedes medir tu progreso hacia niveles más altos de ingresos de negocio pasivo.

*"Puedo llevar el enfoque de mi trabajo y me buscan para crear el flujo de efectivo y el ingreso pasivo de los proyectos y negocios que poseo".*

Don Zeleznak

Millonario Profesional Inmobiliario  
Scottsdale, AZ.

Ventas: \$70 millones de dólares.

(1,600 horas), tus dólares por hora lucirán así:  $\$300,000 / 1,600 \text{ horas} = \$187.50$  por hora. Ahora, cuando eso se convierte en un negocio donde gastas 10 horas a la semana por 40 semanas (400 horas) por año trabajando sobre el negocio, tus dólares por hora lucen así:  $\$300,000 / 400 \text{ horas} = \$750$  por hora.

En el modelo del Millonario Profesional Inmobiliario es posible, con las personas y la cantidad correcta de contactos, ganar \$1 Millón en las mismas 400 horas. En dólares por hora serían  $\$1,000,000 / 400 \text{ horas} = \$2,500$  por hora, en ingreso pasivo del negocio. Eso sí es una meta por la cual trabajar.

*"En mi negocio, quiero trabajar menos horas y hacer más dinero".*

Cristina Martínez

Millonario Profesional Inmobiliario

San José, C.R.

Ventas: \$136.3 millones de dólares

PATROCINADO POR EL CANAL : <https://t.me/cardinglatinotg>

La propiedad es la clave de esta ecuación. Si en el transcurso de tu carrera puedes enfocar tu tiempo en las acciones que producen dinero: búsqueda, exclusivas, apalancamiento; encontrarás que tus "dólares por hora" crecerán constantemente. Tu transición de Generar un Millón a Recibir un Millón, entonces serán, en parte, un reflejo de tu manejo de las tres P's.

Conectar vs. desconectar

Así que sé cuidadoso en cómo ves el ingreso "pasivo" del negocio. No es tan pasivo cuando se encuentra muy bien apalancado. Como propietario del negocio tu participación activa aún será requerida; como sea la naturaleza de ese involucramiento será dramáticamente diferente de lo que tú sostenías como "trabajo" en el negocio.

Como Millonario Profesional Inmobiliario tu papel será asegurarte que la gente correcta está haciendo las cosas correctas y alcanzando tus estándares. Pero tu actuación es activa, no pasiva.

Desafortunadamente muchas personas no entienden esto con sutileza y toman la posición de que la propiedad del negocio los libera a ellos de dedicar su atención en algún otro lugar. Interpretan erróneamente "ingreso pasivo del negocio" por "ingreso pasivo puro". Como resultado, sus negocios sufren a menudo de esa negligencia, aquí están unos interesantes puntos del negocio que no debes olvidar: "activo es activo" y "pasivo es pasivo", en el negocio los 2 son activos. En el negocio "activo" es trabajar EN el negocio y "activo pasivo" es trabajar SOBRE el negocio. Ten cuidado: Propietario ausente por lo general es igual a fallecimiento del negocio. Los dueños que desean estar ausentes para no tener un papel activo, simplemente deben vender. El mismo principio de entropía que se aplica al universo se adapta a tu negocio: "Cualquier cosa que se deja sola eventualmente se viene abajo". Así que en cualquier momento que tú sientas como si te hubieras ganado el derecho de estar ausente del trabajo de tu negocio por un momento hay que volver a ese punto. Simplemente no sabes qué puedes encontrar cuando regreses.

*"He aprendido a seguir con lo que sé: bienes raíces residenciales".*

Bill Ryan

Millonario Profesional Inmobiliario  
Chandler, AZ.

Ventas: \$54 millones de dólares.

PATROCINADO POR EL CANAL : <https://t.me/cardinglatinotg>



Como lo comentamos anteriormente, mientras tu negocio crece, descubrirás siete distintos e independientes niveles entre los que puedes progresar o moverte, dependiendo de tus metas y habilidad de dominar tu nivel actual. En realidad son 7 niveles potencializadores de apalancamiento de personal. El nivel 1 es simplemente tú haciéndolo todo y en el otro extremo en el nivel 7 es un equipo completo de personas y tú estás trabajando sobre él. Resulta interesante saber que estos niveles no son sólo cues-

*"Si no lo tratas como negocio, no se convertirá en un negocio. Ahora que tengo un negocio real, trabajo porque quiero, no porque tengo que".*

Bill Ryan

Millonario Profesional Inmobiliario

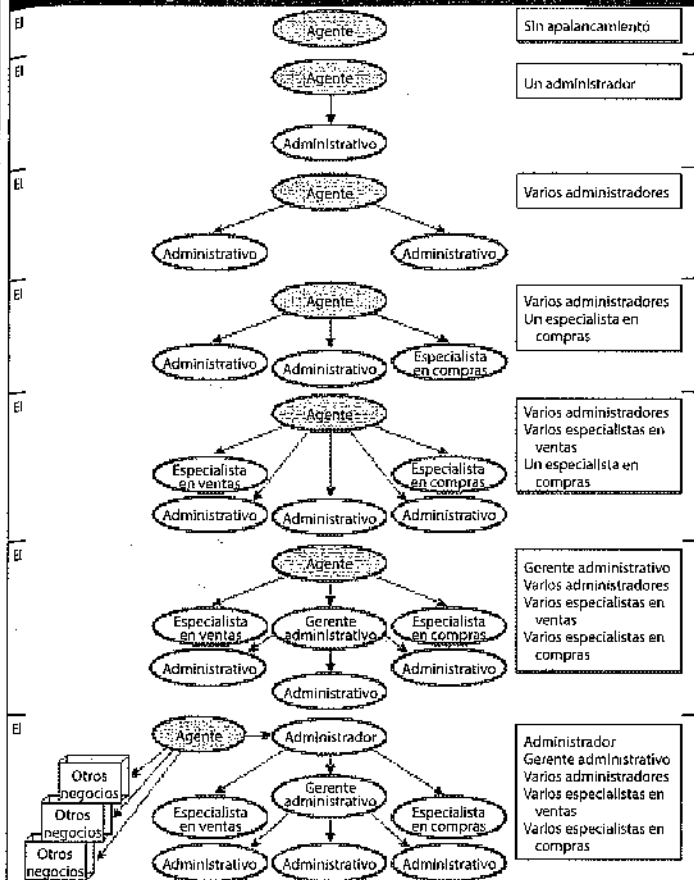
Candler, AZ.

Ventas: \$54 millones de dólares.

tión de dinero. Aunque es muy común encontrar que el Millonario Profesional Inmobiliario opera en los niveles 6 o 7, nosotros hemos encontrado en ocasiones al Millonario Profesional Inmobiliario operando en los niveles 3, 4 o 5. Sólo están trabajando más en ello y por tanto tienen más trabajo del que deberían si estuvieran operando en los niveles 6 o 7. La realidad es que si no eliges a cambiar tu autoempleo en un negocio de 7º nivel que fluya sin que tengas un empleo en él, entonces obviamente tendrás que dominar las inversiones para poder alcanzar ingreso pasivo en tu vida. Este es el dilema de cada persona en la industria inmobiliaria, puesto que generalmente no hay un plan de retiro establecido para ellos, deben crear su propia cuenta. Lamentablemente la mayoría no lo hace.

Mientras que la industria inmobiliaria provee gran libertad, flexibilidad y la oportunidad de un ingreso alto, ésta no provee la seguridad financiera a sus agentes independientes. Estas dos realidades —potencial ilimitado de ingresos y estructura insegura— representan argumentos más convincentes a favor y en contra de trabajar en ventas inmobiliarias. El hecho es que practicantes independientes deben defenderse ellos mismos y proveer su propio futuro financiero.

Los 7 Modelos Potenciales de Apalancamiento de Personas de una Agencia Inmobiliaria Financieramente Adinerada



No necesitas predeterminar el nivel que tú lograrás definitivamente. La clave es dominar el nivel en el que estás y después permitir que las bases que se han formado te ofrezcan la posibilidad de moverte a la siguiente etapa. Tratar de saltar niveles para moverte rápidamente entre ellos puede crear el escenario de agotarte o de una caída estrepitosa. Nota: Si decides ir en contra del 7º nivel, debes ser experto en las inversiones.

Figura 6

Si los agentes inmobiliarios no construyen su propia práctica dentro de un negocio apoyado en los activos que pueda generar negocio de ingreso pasivo, tendrán que encontrar otros medios de cuidar sus necesidades financieras cuando se hayan detenido de hacer listas y vender casas. Necesitarán tener invertida una participación significativa por un período de varios años de su ingreso obtenido y necesitarán haber colocado sabiamente ese dinero en instrumentos de inversión de acciones y bonos a los CD y bienes raíces para lograr fuentes de ingreso futuro. Estos agentes inmobiliarios después tendrán que dominar esas formas de inversión o pagarle a alguien que lo haga por ellos.

Con esto en mente los Millonarios Profesionales Inmobiliarios escogen satisfacer su propio futuro mediante mover su trabajo inmobiliario de generación de ingreso en un negocio que eventualmente les proporcionará a ellos un flujo continuo de ingreso pasivo mucho después de que terminen de vender y listar casas personalmente. No es necesario dominar las otras formas de inversión. Toda su carrera ha sido acerca de dominar (de ser lo mejor que pueden) los bienes raíces. Llevar su negocio al 7° nivel es sólo una extensión de ese dominio. Mucho antes de que escojan cambiar de Generar Un Millón a Recibir Un Millón, tienen una comprensión de su Economía, Presupuesto, Generación de contactos y Modelos Organizacionales. Siguen una progresión normal de productividad de ventas a liderazgo de negocio. Al final construyen un negocio que puede ser productivo y rentable sin tener que estar en el asiento del conductor todos los días. Se han apalancado ellos mismos hacia la seguridad financiera.

*"Es un error no delegar tanto como deberías. He cometido el mismo error y trato de hacer todos los detalles".*

Glen Calderon  
Millionario Profesional Inmobiliario  
Ozone Park, NY  
Ventas: \$73 millones de dólares.

Cuando hayas alcanzado este nivel, tendrás el activo que financieramente te sostenga, uno que puedas continuar disfrutando o escoger venderlo; puedes seguir cosechando los beneficios de tus acertadas decisiones o en algún punto simplemente hacerlos efectivos. Tener un negocio del 7° nivel te dará opciones. Desgraciadamente, muchos agentes no tiene esta elección.

## 3. LAS TRES CONTRATACIONES CLAVE DE UN NEGOCIO MILLONARIO

Una de las grandes verdades en el negocio es que no se necesita mucha gente para que suceda mucho. Si para el tiempo en que tu negocio alcance el 7° nivel habrá muchas personas involucradas, pero aunque sea de cualquier tamaño, que esté bien organizada, el líder sólo tendrá que enfocarse en poco personal clave para hacer que el resto suceda. Llamamos a esto la Regla de los 3 Pies, que exige que nos aseguremos que todo esté a nuestro alcance (usualmente 3 Pies). ¡Es magnífico! Aplicar la Regla de los 3 Pies en tu organización significa que las personas que te reportan directamente también deben ser maravillosas. Cuando te rodeas con talento de "capacidad" todo lo demás cae en su lugar; si no tienes talento de "capacidad", ningún trabajo que hagas lo va a salvar. Desde el presidente de la República, hasta el repartidor de periódicos de la colonia, nadie lo logra por sí mismo.

*"La clave es contratar buen personal".*

Cristina Martinez  
Millionario Profesional Inmobiliario  
San José, CA.  
Ventas: \$136.3 millones de dólares.

La historia nos muestra que se alcanza gran éxito cuando se trabaja a través de un corto número de grandes personas quienes también, a su vez, trabajan por medio de pocas grandes personas y así sucesivamente.

Así que aquí hay una gran verdad que la mayoría de agentes de bienes raíces podrían perder de vista: probablemente estás a no más de tres contrataciones de ser un Millionario Profesional Inmobiliario. Si miras al Modelo Organizacional del Millionario Profesional Inmobiliario (ver figura 42 en Gana Un Millón, pág. 197) habrás notado que cuando se ha completado hay tres personas en la cima.

1. El especialista del listado de contactos.
2. El supervisor administrativo y de marketing (que también se convertirá al 7° nivel para convertirse en administrador del negocio).
3. El especialista generador de contactos.

Cualquier otro en la tabla le reporta a una de estas 3 personas, quien a su vez, en cualquier nivel abajo del 7° Nivel, te reporta a ti, así que cuan-

do tengas a esas tres personas en tu vida. Sean talentos magníficos, el resto empezará a caer en su lugar. Los agentes que entienden esto a nivel esencial vuelven su vista en busca de esas tres personas clave sin duda. Estas tres personas clave con talento de "capacidad" real en sus trabajos se verán a sí mismos permaneciendo por largo tiempo y contarán con construir sus carreras dentro del negocio dentro y durante una larga duración con el Millonario Profesional Inmobiliario.

Tú deberías tomar nota que no son por lo menos tres, sino sólo tres. La clave es tener sólo tres personas cercanas a tus "tres pies" y tomar tu tiempo. El resto del crecimiento de tu compañía es su trabajo. Ellos se harán responsables de reclutar, entrenar y reforzar estándares cuando el resto sea necesario para cumplir con sus descripciones del puesto, metas del departamento y las Grandes Metas del equipo (un vez más el "Rock and Roll" debe estar en juego). Si estas tres personas no son realmente capaces, entonces obtendrás partes de sus trabajos de vuelta y a algunas personas en tu tiempo y espacio interrumpiéndote.

### Compromiso de 5 años

Cuando estés buscando a estas tres personas, es sumamente importante que busques por lo menos un compromiso de 5 años por parte de ellos. Necesitan ver la posición que les estás ofreciendo como personas con serias posibilidades de obtener el trabajo de sus vidas. No importa qué tan impresionante sea el candidato, no te conformes con nadie

que no pueda demostrar de manera convincente ese nivel de entusiasmo por tu negocio. ¿Por qué? Porque quieres guardianes de por vida. Tú necesitas tres personas magníficas que se vean a sí mismas en una relación de negocios contigo por largo tiempo.

Grandes metas y una comprensión clara de lo que se necesita para alcanzarlos serán las claves reales para atraer este tipo de talento a tu organización. Grandes Metas son como imanes en el reclutamiento, no solamente te enviarán hacia el talento clave, también lo atraerán en di-

rección hacia ti. Si hay una cosa que el talento disfruta, es una gran visión del futuro y el reto de llegar ahí. Si el talento percibe tus metas como muy bajas, es posible que esas personas las cuestionarán desde el principio: "¿Por qué no \$2.4 millones de GCI?". Las posiciones que estás contratando no serán fáciles. De hecho serán retos de la vida en expansión y no quieren presentarlos como algo menos. Metas bajas y descripciones mínimas de trabajo en realidad tienden a atraer a las personas menos ambiciosas que buscan trabajos que no los motivan ni los obligan a crecer. Y si ese tipo de personas es la que está trabajando en tu negocio no debes esperar que se desarrolle bien. ¡No tiene por qué aplicarse cualquier cosa menos que magnífico talento!

### Reuniones Semanales

Así que has encontrado a tus personas clave, te las arreglaste para contratarlos y estás cosechando los beneficios de atraer talento real a tu organización. Ahora debes dedicar tiempo para reunirte con estas personas clave, crear estrategias y trabajar en metas para su cumplimiento. Abre tu calendario y escoge dos horas durante la semana y reserva esos espacios de tiempo cada semana por el resto del año. Una hora dedícala a reunirte con la persona que dirigen el negocio. La otra hora utilízala con estas personas así como también con las otras personas clave. Esta segunda junta es como una reunión de personal ejecutivo.

Estas reuniones siempre deben empezar y terminar con un debate sobre tus metas de negocio, esté o no caminando bien el negocio. Y cómo llevarlo o mantenerlo ahí. Invítalos a traer sus hojas de metas individuales a largo plazo, a un año, a un mes, semanal. No necesitas agendar puntos: las metas de la compañía y sus metas personales son la agenda ¿de qué más necesitarías hablar? De Nada. El resto es 80% paja. Estas metas son de consulta; son acerca del cumplimiento, pero también deben ser enriquecedoras con intercambio de ideas y exploración de nuevas direcciones para el negocio. Si estas personas son de talento magnífico, no solamente identificarán nuevas áreas para crecer en el negocio también servirán como paneles acústicos para tus ideas.

*"¿La retención es crítica!"*

Glen Calderon  
Millonario Profesional Inmobiliario  
Ozone Park, NY  
Ventas: \$73 millones de dólares.

PATROCINADO POR EL CANAL : <https://t.me/cardinglatinotg>

Contratando

No sólo es tu responsabilidad contratar a la persona que va a manejar el negocio día a día. También será tu responsabilidad supervisar y estar tan involucrado como sea necesario en contratar a las otras 2 personas clave. Si has reclutado a la persona correcta para manejar tu negocio, ésta probablemente identificará a excelentes candidatos para las otras 2 posiciones, pero no seas dormilado hacia la pasividad por la magnificencia de tu contratación principal. Debes estar involucrado activamente en la contratación de las otras 2 personas y estar absolutamente seguro que son las apropiadas para el trabajo. Está mucho en riesgo verdaderamente. Al final contratar y mantenerte en el negocio con estas 3 personas clave se convertirá en tu objetivo principal. Cuando se hace apropiadamente, ellos contratarán, entrenarán y asesorarán al resto. Cuando se hace erróneamente, lo recibirás todo de vuelta y estarás más ocupado de lo que has estado en toda su vida. Curiosamente, cuanto más se centran en hacer que su equipo tiene derecho a 3 personas clave, no importa cuántas personas tengas últimamente, tu vida se vuelve y se mantiene menos estresante y menos complicada que antes. Todo se vuelve más manejable.

La gran idea esta aquí: La manera de construir un excelente gran negocio es tener primero un estupendo pequeño negocio. Y apoyados en nuestra experiencia, la manera en que construyes la pequeña gran empresa es alrededor de 3 magníficas personas. Cuando te mantienes fuera de su camino, provees responsabilidad y evitas poner límites a su crecimiento, el excelente gran negocio vendrá.

#### 4. TU PAPEL Y RESPONSABILIDADES

El papel del Millonario Profesional Inmobiliario en un negocio de 7º nivel es muy claro. Es el mismo papel que cada propietario de negocio exitoso tiene: responsabilidad. Nunca serás liberado de esta obligación hasta que vendas el negocio y le pases la estafeta de la responsabilidad al siguiente propietario. Al final del día el dinero se detiene contigo. Es tu negocio y eres responsable de su éxito financiero. Tal vez serás capaz de

gastar menos tiempo en el negocio (cuando está logrando metas), pero nunca podrás detener el autobús de la responsabilidad.

La responsabilidad es un conjunto de ambas: tanto de mentalidad como de habilidades. La mentalidad es cuestión de claridad en establecer estándares y determinación mentalmente fuerte para alcanzarlos. El conjunto de habilidades es, por un lado planear y establecer metas; y por el otro lado conservar registros y mantener a otros responsables de alcanzar esas metas. Debes ser capaz de establecer metas, comunicarlás claramente a tu equipo y después ser suficientemente atento y persuasivo para mantener a esas personas enfocadas en esos estándares y metas.

Como propietario, el papel de la responsabilidad está enfocado en 3 áreas clave: liderazgo, personas y capital. No importa cuánto tiempo pueda tomar, el Millonario Profesional Inmobiliario nunca pierde el enfoque de estos 3 aspectos en su negocio de 7º nivel. Estas 3 áreas mantienen al negocio creciendo y rentable en alto nivel. El descuido en ellas podría llevar al retroceso, pérdida de personal y de rentabilidad.

#### Responsabilidad de Liderazgo

Visita la sección de negocios de cualquier librería y probablemente encuentres más libros de liderazgo de los que puedes llevar al mostrador.

Habiendo leído más de esos libros de los que podría enlistar aquí, te puedo decir que mientras muchos tienen gran información de cómo debe actuar, pensar e interactuar un líder en la esfera del negocio mundial, también frecuentemente pasan por alto lo que el líder debe traer a la organización.

He llegado a creer que son para el liderazgo igual de importantes la personalidad, empuje y experiencia. La clave reside en traer 5 elementos a tu proyecto: misión, visión, valores, creencias y perspectiva. Llamamos a esto el MVVCP de tu negocio o como una persona lo puso, es el código ADN de los líderes. En nuestra experiencia los líderes están en sintonía y aportan claridad a estos cinco asuntos:

*"Es mi trabajo dirigir la empresa y supervisar la comercialización para llevarnos el negocio".*

Russell Shaw

Millonario Profesional Inmobiliario

Phoenix, AZ.

Ventas: \$50.6 millones de dólares.

PATROCINADO POR EL CANAL : <https://t.me/cardinglatinotg>

PATROCINADO POR EL CANAL : <https://t.me/cardinglatinotg>

1. **Misión:** ¿Cuál es nuestro propósito? ¿Por qué estamos en este negocio?
2. **Visión:** ¿Cómo luce el mundo durante y después que hemos alcanzado nuestra misión? ¿Cuál es el viaje y el final que tenemos en mente? ¿Cuáles son las metas a corto plazo (visión) que nos llevarán a nuestras metas a largo plazo (misión)?
3. **Valores:** ¿Qué es importante para nosotros? ¿Qué valoramos? ¿Cuál es el porqué detrás de nuestro negocio? ¿Cuáles son nuestras prioridades?
4. **Creencias:** ¿Cuáles son las reglas y las directrices que seguimos mientras trabajamos juntos?
5. **Perspectiva:** ¿Cuál es nuestra situación actual? ¿Cuál es la realidad de donde estamos ahora?

Básicamente los líderes están constantemente pensando alrededor de estas líneas; comunicando y reforzando su MVVCP en su organización. Esta es gran parte de su responsabilidad. Traen enfoque, claridad y realidad al negocio. En cualquier reunión, son aquellos que preguntan: ¿A dónde vamos?, ¿cómo lucirá el negocio cuando hayamos terminado?: misión; "¿cuáles son nuestras metas a corto plazo?": visión; "¿cuáles son nuestras prioridades?": valores; "¿qué reglas y estándares vamos a seguir?": creencias; "¿dónde estamos ahora?": perspectiva. Están siguiendo una fórmula clásica de liderazgo. Tu negocio necesita liderazgo y tú debes proveerlo. MVVCP es una fórmula que puedes seguir para proveer dirección a tus personas clave.

### Responsabilidad de las Personas

Como hemos señalado, puedes estar a sólo 3 contrataciones de tener un negocio de Millonario Profesional Inmobiliario. Sin embargo, hay que estar prevenido para hacer grandes contrataciones, ya que este es sólo el principio del proceso. Incluso con talento de "capacidad" en su lugar, no puedes sentarte tranquilo y permitirles que lleven tu negocio a cualquier dirección que escojan. Propietario ausente, como lo hemos dicho, es una pendiente resbaladiza que te puede llevar al desastre. La responsabilidad de las personas, es como tú como propietario, ayudes a tu mejor personal a crecer y alcanzar los estándares que has establecido. Al final la respon-

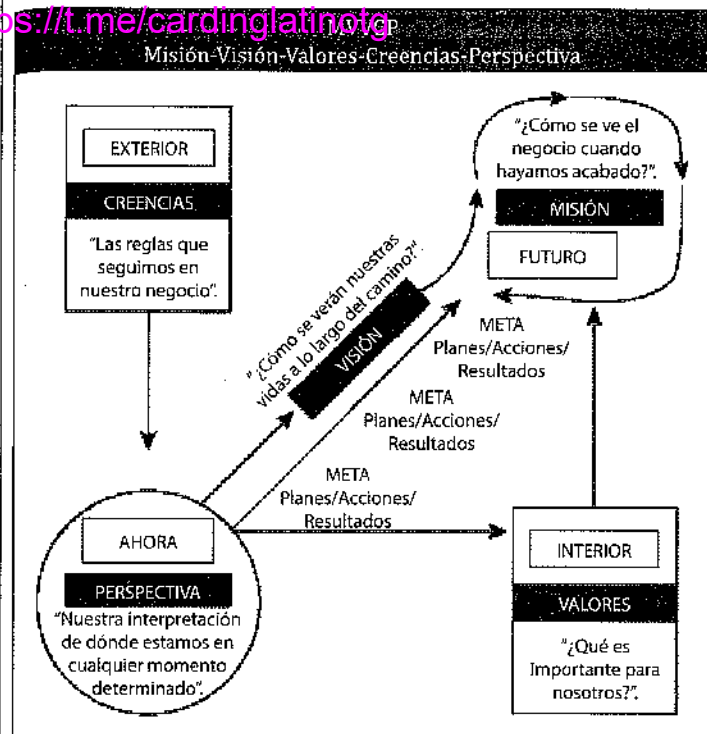


Figura 7

sabilidad de la gente es cómo les ayudas a ellos a llevar tu negocio al nivel más alto posible.

Mientras que ya hemos esbozado los métodos para lograr responsabilidad (reuniones semanales y la entrevista de asesoría) y el sistema de cuantificar las metas y estándares (notas de trabajo metas a la acción), lo que debes tomar de esta sección es el entendimiento y aceptación de que la "responsabilidad de las personas" será siempre y definitivamente tu

PATROCINADO POR EL CANAL : <https://t.me/cardinglatinotg>



responsabilidad. Cuando tienes a las 3 personas correctas en su lugar, la responsabilidad es fácil y con frecuencia es una experiencia edificante. El talento, después de todo, tiende a exceder la marca. Si tienes falta de talento en estas tres posiciones, la responsabilidad tomará más de tu tiempo, será más estresante y cumplirá menos. Sólo recuerda, tan estresante como pueda ser mantener a alguien responsable por un estándar roto o meta incumplida, la responsabilidad no es ni cercanamente tan estresante como perder el negocio o tener que regresar al trabajo día a día del negocio.

Nuestra experiencia con la rendición de cuentas nos ha demostrado que la responsabilidad amor-duro con personas que no son verdadero talento, finalmente conduce a la separación mutua de las formas o una reducción de sus obligaciones. Y después tendrás que encontrar una contratación realmente excelente para remplazarlos. Si tus otras 2 contrataciones han sido impresionantes, te ayudarán a hacer esta transición de manera que te forzará a dar un paso atrás en el negocio y adueñarte completamente del trabajo de la persona perdida, pero debes estar preparado para hacerlo en cualquier momento si eso es lo que se necesita para preservar el negocio y llevarlo de nuevo en el camino. Es como ese personaje de James Stewart, George Bailey en *It's a Wonderful Life*, quien en su noche de bodas, se coloca detrás del mostrador para salvar el negocio familiar, el *Bailey Bros. Building and Loan*, de una retirada masiva de depósitos potencialmente desastrosa. La propiedad del negocio nunca es realmente pasiva y a veces requiere sacrificios de tu parte. Manteniendo responsable de tus estándares a tu gente, es la manera de mejorar las posibilidades de no tener que saltar tras el mostrador y de regreso dentro de tu negocio.

Más allá de esto debes realizar el seguimiento para asegurarte de que tus miembros clave del equipo estén sosteniendo a su personal responsable en los mismos estándares. La responsabilidad es una habilidad que debes alimentar y desarrollar con ellos. También los estarás ayudando a aumentar constantemente el desempeño del equipo y a actualizar el talento entre el equipo siempre que sea posible. No hace falta decir que tu mejor ejemplo está en la responsabilidad de la gente; el mejor de tus tres personas clave estará en la contratación de talento, manteniendo los estándares y cuanto mayor sea el éxito de tu negocio.

PATROCINADO POR EL CANAL : <https://t.me/cardinglatinotg>

responsabilidad del capital

El área final de compromiso del Millonario Profesional Inmobiliario dueño del negocio es la responsabilidad del capital: el lado financiero de la propiedad. Como dueño de un negocio, tú eres el responsable de proveer el recurso financiero que necesita el negocio para sobrevivir y crecer. Tú eres finalmente responsable de asegurar que las obligaciones continuas sean cumplidas (tú pagas los recibos) y que los nuevos sistemas o contrataciones tengan fondos (tú inviertes en crecimiento y mejoramiento). Los dueños siguen su dinero, evalúan los resultados seriamente e invierten su dinero responsablemente para resultados apropiados. Estamos diciendo nuevamente que debes jugar el juego de la Luz Roja-Luz Verde para asegurar tu retorno en inversiones. Es mejor que el "dólar por dólar"

Básicamente esto significa que estás aprobando todos los presupuestos y revisando tus reportes de ganancias y pérdidas mensuales con tus 3 personas clave. Significa tener cada variante de presupuesto justificado para asegurar cumplimiento fiscal. Como se explicó en la sección "Controlando tus Costos" de la sección "Generando Un Millón", un truco muy útil para asegurarte de que estás involucrado en cualquier momento si tus gastos exceden tu presupuesto es:

1. Separar tu cuenta de depósito de tu cuenta operativa,
2. Autorízate sólo a ti para escribir cheques o mover dinero de la cuenta de depósitos, y
3. Coloca en tu cuenta operativa al principio de cada mes, dinero suficiente sólo para cubrir los gastos dentro del presupuesto y que estén aprobados.

De esta manera cuando los gastos se desborden, tu equipo de contabilidad tendrá que venir a ti para transferir la diferencia en la cuenta operativa. La mitad de la batalla de la responsabilidad es estar consciente (incidentalmente hemos visto que este método reduce drásticamente el riesgo de malversación y mal manejo financiero: una lección que muchos agentes exitosos han aprendido de la manera difícil). De modo similar tú estarás insistiendo en justificaciones económicas para cualquier nueva idea de generación de contactos, equipo o compras de mobiliario o contrataciones de personal. Estarás evaluando si estos costos propuestos generarán suficientes ganancias nuevas para justificar el dinero gastado.

La meta de todas estas medidas es no sólo decir no, además de ser el guardián principal del presupuesto, tu papel es el de enseñar responsabilidad en el presupuesto a tu equipo. Llevar a la gente a entender cómo evaluar los costos a la luz de beneficios potenciales, en lugar de necesidades actuales, es invaluable y hace que tu trabajo sea más fácil. Serás un maestro financiero. Y como dueño, la responsabilidad del presupuesto será un área primaria de enfoque hasta el día en que vendas tu negocio.

## CONCLUSIÓN

Una de las razones por las que comparamos el camino del Millonario Profesional Inmobiliario a escalar el Monte Everest es porque sólo pocas personas han sido capaces de completar dicha tarea. De los miles de agentes inmobiliarios con los que hemos trabajado, solamente un pequeño número han logrado un negocio de 7° nivel del Millonario Profesional Inmobiliario, pero creemos que esto es más un reflejo del hecho de que el sendero a la cumbre del negocio de ventas inmobiliarias ha sido identificado recientemente. Así como escalar el Everest una vez que la ruta está claramente marcada, más y más grandes triunfadores encontrarán que tienen el deseo, los medios y la habilidad de hacer el viaje ellos mismos. Hay miles de grandes agentes alrededor del país que están perfectamente posicionados a hacer el cambio a Recibir Un Millón, y aún hay más que podrían llevarlos a ellos rápidamente al mismo sendero. Este libro es un camino.

Nosotros creemos firmemente que una vez que has llevado tu negocio de ventas inmobiliarias al nivel de Generar Un Millón y has identificado a la persona que puede y llevará la administración del negocio, sólo necesitas enfocar tu atención en dominar unos cuantos asuntos para alcanzar Recibir Un Millón.

### ASUNTOS PARA RECORDAR: Recibir Un Millón

1. Ingreso Pasivo vs. Activo: Entender que el ingreso pasivo no es puramente "pasivo" cuando nosotros poseemos un negocio. Tu negocio aún requerirá tu involucramiento y atención, pero de diferente manera.
2. La oportunidad del 7° Nivel: Tan difícil como lo es transformar tu negocio en una empresa de 7° nivel, salir de tu trabajo a través de la inversión convencional requiere de la misma maestría y puede ser igual de duro. Transformar tu negocio inmobiliario en una empresa de 7° nivel es una gran opción.
3. Las 3 contrataciones clave de un negocio millonario: Realiza 3 contrataciones excelentes para crear un negocio de Millonario Profesional Inmobiliario y llevarlo al 7° nivel. Tu trabajo es reclutar, entrenar, asesorar y retener estos 3 individuos extraordinariamente talentosos.
4. Tu papel y responsabilidades: Como Millonario Profesional Inmobiliario de 7° nivel, tienes un papel: responsabilidad. Tu éxito residirá en tu habilidad de mantener a tu equipo cumpliendo en 3 áreas:
  - a. Liderazgo: Parte de la medición de tu habilidad para llevar tu negocio a un alto nivel de éxito sostenible será determinado por tu habilidad de traer MVVCP a tu empresa. Un verdadero líder es el abanderado del negocio.
  - b. Personas: A través de reuniones regulares, hojas de trabajo y una insistencia de amor-duro en alcanzar estándares, solicitar rendición de cuentas a tus personas clave y a través de ellos llevar responsabilidad a tu negocio por completo.
  - c. Capital: Igual como tú eres el guardián del presupuesto, también debes conducir a otros a entender la importancia del presupuesto responsable.

PATROCINADO POR EL CANAL : <https://t.me/cardinglatinotg>

*Parte Tres:*

MANTENERSE EN LA CIMA



PATROCINADO POR EL CANAL : <https://t.me/cardinglatinotg>

## REUNIÉNDOLO TODO CON ENFOQUE

*"Incluso si tú estás en el carril correcto, serás  
rebasado si sólo te sientas ahí".*

Will Rogers

### LA PREGUNTA DE LOS \$64,000

"Ningún caballo llega a algún lado hasta que se utiliza. Ningún vapor o gasolina impulsa nada hasta que se le confina. Ningún Niagara es convertido en luz y energía hasta que se le pone en un túnel, ninguna vida crece grandiosa hasta que está enfocada, dedicada, disciplinada". Estas palabras fueron escritas por Harry Emerson Fosdick y desde que las escuché no puedo sacarlas de mi cabeza. Después de haber pasado la mayor parte de mi vida adulta trabajando con agentes inmobiliarios exitosos, estoy convencido de que han logrado ser exitosos a través del poder de estrechar su enfoque. Mira, la vida no es algo que te pase, es sobre opciones: acerca de en qué te enfocas y de cómo mantienes ese enfoque.

En una entrevista a PBS de Sonny Fox, un presentador del show de *La Pregunta de los \$64,000*, relató una interesante historia acerca de la tenacidad de una joven mujer determinada a aparecer en el show. Aunque la joven mujer tenía un título en psicología, se quedaba en casa con su pri-

mer hijo mientras su esposa buscaba su interinato. Esta vez en los 500 La pareja veía *La Pregunta de los \$64,000* con regularidad y finalmente la joven mujer decidió audicionar para el show. Aunque tenía experiencia en su campo (uno de los prerrequisitos del programa), fue rechazada. Una joven ama de casa que era psicóloga no parecía inspirar su imaginación... estaban buscando por "yuxtaposiciones dramáticas", como un pescador que era un matemático o un piloto que catalogaba mariposas. Determinada en aparecer en el espectáculo, esta joven mujer tuvo la idea de ponerse como una experta en boxeo. Así que se puso a estudiar en serio, revisó todos los libros que pudo encontrar sobre boxeo y empezó a ir a torneos.

Después de un año mandó otra solicitud con su foto y anotó sus pasatiempos como: "Ama de casa, Psicóloga y Experta en boxeo", ella entró en el programa, ganó el premio de \$64,000 y pasó a ser una celebridad; pero la historia no acaba allí. Usó lo que ganó para completar su grado de doctorado en psicología y apalancó su nivel de celebridad del show del juego al dar inicio a una carrera impresionantemente exitosa. Tal vez la conozcas como la Dra. Joyce Brothers. Sonny Fox tiene esto que decir de ella: "Una cosa que debes saber de Joyce es que está absolutamente llena de propósitos en su vida, quiero decir que si quiere algo, va tras él".

La Dra. Joyce Brothers sabía qué quería, se enfocó en ello y lo logró. Ella probó que el enfoque de hoy puede manifestarse finalmente como la realidad del mañana.

## CINCO PASOS SENCILLOS

Desde el principio de este libro puse en claro que creemos que los logros grandes podrían ser más simples de lo que piensas. No es fácil: sólo más simple. Lo que queremos decir con más simple es que lo que tú necesitas está claro y es absolutamente posible para cualquiera conseguirlo. De cualquier manera, cuando decimos "cualquiera puede lograrlo" no significa "todos pueden lograrlo". Hay una gran diferencia. Es nuestra creencia que cualquiera puede lograrlo a alto nivel, pero no todos

podrán. Por qué? El enfoque. No sabemos por qué la gente es incapaz de lograr el enfoque, sólo sabemos que es la pequeña diferencia que hace la gran diferencia en sus vidas. La gran finalidad de su negocio de ventas inmobiliarias no es cuestión de lo que todos pueden hacer; es acerca de lo que pueden y van a hacer. Es sobre oportunidades no promedios.

El futuro de tu negocio inmobiliario depende directamente de tu habilidad en enfocarte hacia la dirección apropiada. Obviamente la dirección a la que apuntes determina los blancos que puedes acertar. Apunta bajo y solamente tendrás opción de acertar a una variedad de objetivos bajos, apunta más alto y tendrás la opción de acertar a objetivos más altos. Sólo recuerda que cuando apuntas bajo sólo una bala errante acierta un objetivo alto.

Grande puede ser magnífico, pero solamente si estrechamos el enfoque de tu negocio en asuntos simples que hagan que lo grande pase de manera importante. Mientras más importante quieras que sea tu negocio, más ajustado tendrá que ser tu enfoque en lo que importa. Al final el tamaño de tu negocio u o de personal no es realmente tu gran preocupación, tu enfoque sí lo es. Stephen Mckenna una vez observó -Todo lo bueno es ganado por aquellos a quienes su pensamiento y vida son mantenidos alrededor de una cosa principal, no dispersa en miles-. Con esto en mente quiero sugerirte cinco pasos sencillos que pueden dirigirte a un gran enfoque y te pueden abrir un enorme número de posibilidades tanto en tu negocio como en tu vida:

1. Crea un plan personal y haz procesar tu enfoque.
2. Aparta tiempo para obtener tu enfoque.
3. Obtén responsabilidad para mantener tu enfoque.
4. Asegúrate que tu entorno apoya tu enfoque.
5. Guarda tu energía para mantener tu enfoque.



## HAZ PROCESAR TU ENFOQUE

Lo primero que quiero que hagas es establecer metas altas en áreas clave. Anton Chekov nos enseñó que “Un hombre es lo que cree”, quie-

*“Todo lo que hago está bien pensado y planeado de antemano. Para las 4 o las 5 de la tarde ya tengo mi siguiente día planeado”.*

John Teye

Millonario Profesional Inmobiliario

Westland, MI

Ventas: \$39.2 millones de dólares.

mentación tu enfoque. Una verdad sorprendente es que el proceso trae enfoque incluso cuando nosotros mismos nos sentimos fuera de foco. Llámalo un truco del comercio, pero es verdad. Cuando te concentras en el proceso de implementar un plan que viene de un Gran Modelo, un gran logro se convierte no sólo es posible, sino en mucho más probable. Ahora esto no significa simplemente que sigas un gran proceso y le acertarás a la Gran Meta, lo que sí significa es que no será posible que tú seas mejor si no lo haces. La verdad es que he llegado a saber que buscar dominar un proceso es un camino, no un evento. Por tanto, permanecer en el camino y trabajar desde el proceso es lo que se convierte en tu enfoque.

### APUNTA ALTO

Es apropiado reiterar aquí el concepto inicial del libro: apuntar alto importa. El apuntar alto posibilita grandes éxitos. Por un lado, conocer el ingreso mínimo que necesitas tener para vivir tu vida de la manera que desees, es importante. Por otro lado, también es importante dejar

que ese número se convierta en la fuerza impulsora para que tu plan de negocio siempre te soporte. ¿Lo puedes ver ahora? Las metas son un punto final, una línea de meta. ¿Qué hacemos cuando cruzamos la línea de meta? Nos detenemos, expresamos nuestro alivio por haberlo logrado o lloramos de alegría cuando nos detenemos. La cuestión de la que debes tener cuidado acerca de establecer metas, es evitar dejar que tus metas se conviertan en límites de tus futuros logros. Si están bajas (incluso moderadas) son limitantes, en el mejor de los casos nos detenemos por un momento, nos damos cuenta que aún tenemos gasolina en el tanque y vamos a establecer nuevas metas para motivarnos y seguir moviéndonos. Se pierde el tiempo y las oportunidades. Un mucho mejor camino es establecer metas que coloquen lejos la línea de meta, muy lejos, y después nos permitan hacer una pausa para agarrar el ritmo y celebrar nuestro progreso durante el camino. Las grandes metas mantienen nuestros pies moviéndose y nos dirigen lo más cerca posible a nuestro más alto potencial.

El Gran Modelo te dirá cuándo tu plan necesite enfoque y tu plan siempre estará tomando acción. Lo que espero es que este libro te revele que este plan de acción siempre lleva enfoque en las 3 Big Rocks:

1. Contactos: Usa una aproximación con base de datos con enfoque en listas de contactos de vendedores.
2. Exclusivas: Obtén el número de los contactos de vendedores que debas tener y comercializa estas exclusivas sistemáticamente para ganar contactos adicionales de compradores y vendedores.
3. Apalancamiento: Recluta talento de capacidad con énfasis en tus 3 contrataciones clave y solicita al talento que implemente sistemas y herramientas.

Mantente enfocado en estas 3 cosas y llevarás el negocio al nivel más alto posible. Trata de pasar la tendencia natural de juzgar si puedes o no hacerlo y comprométete en la búsqueda de la excelencia. Después enfócate en el proceso de implementar y crecer dentro de los Grandes Modelos.

## INTENTA

No es por que sea linda la palabra INTENTAR, sino más bien por instructiva, te voy a invitar a verla como un acrónimo del verdadero tú (*The Real You*). A través de años de enseñanza sabemos de hecho que la mayoría de las personas no sabrán realmente quiénes son o qué pueden en verdad lograr porque les da miedo intentar El Verdadero Tú. Se puede mostrar sólo cuando lo intentas, así que no te quedes esperando a ver pasar el éxito de los demás, ¡sólo apunta alto e intenta!

## 2. BLOQUES DE TIEMPO PARA ENFOCARSE

*"Yo hago mis primeras llamadas y mi necesidad de dos segundas. Mi consigna de dos viene al final".*

John Towe  
Millonario Profesional Inmobiliario  
Westland, MI  
Ventas: \$39.2 millones de dólares.

La siguiente cosa que quiero que hagas es empezar a hacer bloques de tiempo. El segundo paso en hacer que tu negocio exitoso suceda es enfocarte que las cosas clave se hagan. Hacer bloques de tiempo te ayudará en esto. Piénsalo de este modo: si cada quien tiene el mismo bloque de tiempo, entonces el alto nivel de éxito no es de cuánto tiempo tengas, sino más bien de cómo ocupas ese tiempo.

## NEGOCIO VS. OCUPACIONES

Todos los agentes inmobiliarios tienen opción: pueden estar en negocios o en "ocupaciones". La mayoría está en las ocupaciones. ¿Por qué? Su tiempo no está enfocado en lo que realmente se debe hacer para llevar su negocio a alto nivel. No hay claridad acerca de sus modelos así que no

están claros acerca de las actividades y prioridades en las que deberían estar enfocando su tiempo. Los millonarios profesionales inmobiliarios son exactamente lo contrario: no tienen una lista de "tareas", tienen que "hacer" la lista. A través de bloques de tiempo, se aseguran de qué "tienen que" hacer antes del "hacer" que. Saben qué es lo que tiene que pasar, y al principio de cada año, mes, semana o día, abren su calendario y "desbloquean" la cantidad apropiada de tiempo para hacer que las cosas sucedan. Todo lo demás —su lista de "qué hacer"— queda agendada después y alrededor de las cosas "por hacer". Cuando das a una actividad igual importancia, la priorización únicamente pasará cuando el límite de tiempo y los problemas te obliguen a reaccionar hacia ésta. Aceptémoslo, las cosas que importan la mayor parte del tiempo no son siempre las más divertidas. Esto dirige a las personas a trabajar fuera de las listas de "por hacer" y a actuar como niños escogiendo su comida: empiezan con sus favoritas y guardan los vegetales para el final. Así que para cuando lleguen a ellas los "negocios vegetales" (léase: las labores que hubieran podido ser más fáciles o efectivas si se hacen antes) están frías o difíciles de comer, o tal vez ellos ya están llenos (léase: gastados) y no tienen espacio (léase: energía) para más.

Los de alto rendimiento son suficientemente sensibles para priorizar actividades de acuerdo a su habilidad para hacer que el negocio crezca, asignando bloques de tiempo en sus calendarios para asegurarse de que tienen tiempo de hacerlas. Primero ven la forma de cuidar la generación de contactos con un enfoque en exclusivas de vendedores. Sólo cuando estos importantes elementos están hechos y bien ejecutados, sólo así cambian su enfoque a otras actividades menos importantes. Es la diferencia entre negocio y estar ocupado en el negocio, es la diferencia entre productividad y actividad. Es la diferencia entre los Millonarios Profesionales Inmobiliarios y cualquier otra persona.

## ADMINISTRA TU TIEMPO

Hace muchos, muchos años, aprendí una verdad básica de asignar bloques de tiempo. Hasta que tus metas golpeen permanentemente tu calendario, tú consistentemente no lograrás acertar tus metas. Esta verdad

*"Tengo una tranquila mañana para empezar mi día. Yo trabajo fuera tres veces a la semana. Termino mi trabajo a las 6 o 6:30 p.m. y no contesto llamadas en casa".*

Valerie Fitzgerald  
Millonario Profesional Inmobiliario  
Los Angeles, CA  
Ventas: \$160 millones de dólares.

vel (Contactos, Exclusivas y agregar Apalancamiento). De la misma manera en que sostienes los dólares que gastas de manera responsable para producir resultados apropiados, estarás sosteniéndote personalmente como responsable de enfocar tu energía a donde has asignado el presupuesto, siempre que tú hayas asignado presupuesto o la tarea ha sido completada, si tú apartas una hora cada mañana para hacer 10 llamadas de contactos a tus fuentes aliadas, entonces te mantienes como responsable de hacer todas las 10 llamadas, incluso si las primeras 9 fueron espectaculares e incluso si tienes que asignar más tiempo y tirar otros elementos de tu calendario. El asignar tiempo por bloque es tu 20% y es una habilidad que debe ser totalmente aprendida, practicada y transformada en un hábito clave de productividad financiera. Se convertirá con el tiempo en uno de los más importantes hábitos de negocio que hayas adquirido. Los agentes que nunca adquieren la asignación de tiempo por bloque terminan malgastando tiempo ocupados en el negocio y no alcanzan su real potencial.

### ENFOCANDO TU TIEMPO POR BLOQUES

Vamos a ser un poco más claros. El hábito no se trata de asignar en bloques todo tu tiempo. Eso sería demasiado rígido e impráctico. La idea es hacer bloque suficiente tiempo para tus actividades clave de tu 20%. Tiempo por bloques es de hecho fácil. Sólo tienes que ir a tu calendario y hacerlo. El verdadero reto es el de honrar el sistema protegiendo el tiempo que has establecido y utilizarlo con enfoque absoluto, encarando la

hace a tu calendario, un poderoso, herramienta de logros, al igual que tu presupuesto, es tu herramienta financiera de poder. De hecho, asignar bloques de tiempo puede ser fácilmente pensado como una manera de administrar tu tiempo. Es decir que debes ir a tu calendario y dejar de antemano a un lado suficiente tiempo para completar las actividades que van a dirigir y construir tu negocio al más alto nivel.

calantha inevitable de falsas prioridades y las interrupciones que aparecen cada día. Tú tienes que recordar que nada, déjame repetirlo: *nada*, es más importante en tu negocio que tu enfoque en la generación de contactos, exclusivas y la búsqueda de apalancamiento a través del talento. Si tú cuidas estos asuntos esenciales experimentarás que esto es posible. Pierde el enfoque en estos asuntos esenciales y experimentarás el límite bajo de las barreras y el sentimiento de lo que no es posible.

Al final la asignación de bloques de tiempo es un proceso, un sistema que te ayudará a mantener tu enfoque. Abre la puerta a las actividades enfocadas y a la realización que el enfoque hace posible.

### 3. OBTÉN RESPONSABILIDAD PARA MANTENER EL ENFOQUE

Observando agentes y trabajando con ellos a través de los años, me ha enseñado algunas cosas. Todos tienen hábitos, comportamientos, tendencias y habilidades que en algún punto crean un límite natural de logros para ellos. Todos los agentes alcanzan un punto donde pueden decir: "Estoy haciendo mi mejor esfuerzo y esto es lo mejor que lo puedo hacer". Esto es a lo que llamamos un límite de logro difícil y no importante quién seas, alcanzarás uno. Romper esto requerirá tu enfoque en las áreas clave y mantener tu enfoque a través del tiempo.

*"Siempre he aprendido de otros, Allan Domb me enseñó a enfocarme en mi mercado y hacer un mejor uso de mi tiempo".*

Gregg Neuman  
Millonario Profesional Inmobiliario  
San Diego, CA.  
Ventas: \$113 millones de dólares.

### ENFOQUE A LARGO PLAZO

Enfocarse es fácil. Mantenerlo a través del tiempo no. Conociendo que el enfoque es difícil de mantener es un gran lugar por donde empezar. ¿Qué tan bueno eres manteniendo el enfoque? ¿Honestamente? Hacer re-

gímenes de ejercicio y planes de nutrición siguen siendo parte de tu vida. ¿tú los persigues lo suficiente para obtener buenos resultados? Lo modelos esenciales, sistemas y pormenores de gran logro son claramente identificados en este libro, pero para ser el mejor "tú" tendrás que enfocarte diariamente por el tiempo que sea necesario. Y por la virtud del hecho que son muy Grandes Metas y Grandes Modelos, podría tardar un rato. Mientras que tu enfoque está en mente, mantenerse en el rumbo es crítico.

¿Por qué el enfoque a largo plazo es tan difícil de lograr? Primero, el enfoque prolongado en los mismos asuntos puede sentirse como rutina y esto puede dirigirte al aburrimiento. Cuando el aburrimiento se establece la atención se va a la deriva. El ansia de la novedad llega arrastrándose y hacer algo nuevo empieza a parecer más y más atractivo. Piensa atrás cuando eras niño y quemaste una hoja de árbol o dibujaste líneas de quemadura con tu lupa en una tabla de madera. La técnica que utilizabas para trabajar era: sostener tu lupa perfectamente quieta para enfocar los rayos del sol en un pequeño punto y después mantenerlo arriba hasta que la hoja del árbol o la madera se quemaran. Aprendiste rápido que moviendo demasiado la lupa no tenía mucho efecto al final. Una aproximación crea fuego, el otro manchas café. Una requiere enfoque de largo plazo: el otro no. Uno era difícil: el otro no.

Si el enfoque ofrece resultados, entonces el enfoque a largo plazo trae resultados a largo plazo. Todos podemos enfocarnos en algo por cierto periodo. El truco es entender cómo enfocarse en algo día tras día para el recorrido largo. Resultados a largo plazo requieren que tú enfoques tus esfuerzos en el menor número de actividades que en respuesta generarán los mejores resultados. Ningún otro principio es violado más en el negocio inmobiliario que el principio básico del enfoque a largo plazo. En ninguna otra industria conocida por mí las personas cambian de estrategia tan seguido. Esto es debido en parte a la intensa competencia y también por el extraordinario número de diferentes opiniones acerca de lo que los agentes del negocio inmobiliario deberían estar haciendo con su tiempo. Es algo desafortunado ya que nuestra experiencia apunta hacia un sendero simple de inicio con un Gran Modelo probado y dirigiendo un jet Jumbo tan lejos como se pueda.

De manera objetiva, no puedes tener enfoque total en todas las cosas que hagas, ni mantenerlo todo el tiempo en hacer una sola cosa. Conocer

los límites de tu habilidad de enfocarte es importante porque te permite escoger cuidadosamente en qué te tienes que enfocar y después encontrar maneras que te ayuden a mantener ese enfoque en un alto nivel por mucho tiempo. Una de las mejores maneras de hacerlo es agregar algún tipo de responsabilidad en tu vida empresarial.

## RESPONSABILIDAD POR REENFOQUE

La responsabilidad es un poderoso proceso para un enfoque continuo y reenfoque. Vamos a poner juntos algunos de los puntos que hemos realizado hasta ahora en nuestra búsqueda de tener un poderoso y prolongado enfoque: primero hemos creado un plan personal (Grandes Metas y Grandes Modelos) e hicimos el proceso de implementación de ese plan, nuestro enfoque. Tenemos entonces enfoque. A continuación hemos asignado tiempo por bloques para que nuestro tiempo para hacer las actividades clave esté siempre protegido. Esto nos dio un enfoque de corto plazo, asignando nuestro tiempo para encajar en nuestro enfoque, entonces la realidad lo consigue. Hemos descubierto que es difícil mantener el enfoque a través del tiempo, incluso con la asignación de bloques de tiempo. Descubrimos que el tiempo por bloques por sí solo no nos mantendrá enfocados a través del tiempo. Necesitamos ayuda. La solución es la responsabilidad.

Desafortunadamente la mayoría de las personas tiene una comprensión distorsionada de la responsabilidad y poco o ningún aprecio de lo que la potenciación puede lograr en su vida. Llegando más lejos en lo que a tu enfoque concierne, la responsabilidad nos impulsa donde los bloques de tiempo nos abandonan y tú obtienes la mejor responsabilidad a través de la relación que sigue un proceso para reenfocarte regularmente. Se agudiza con el tiempo. La responsabilidad da y cambia la forma de tu enfoque, es un circuito de aprendizaje para ver claramente en lo que debes estar enfocándote y un circuito de retroalimentación para reenfocarte cuando tu atención resbala.

## EL PROCESO DE RESPONSABILIDAD

Básicamente la responsabilidad es un proceso que tú haces con al-

guien más. Es difícil a través del tiempo poserte como responsable de las metas difíciles. Ser efectivo reside en tu habilidad de rastrear de manera precisa tus actividades y los resultados que obtienes. Si consultas en el diccionario la palabra *responsabilidad*, verás que está derivada de *responsable*, que significa "proporcionar una explicación que justifique". Esto significa "responder a". La responsabilidad es cuestión de defender tus actividades con un observador objetivo. Es gracioso cuando se te pide una explicación de porqué estás haciendo algo, casi de inmediato ves la tontería de acciones que parecen perfectamente lógicas en cierto punto. Creo que las esposas proveen en gran medida la responsabilidad de nuestro tiempo libre y eso toma la forma de "amor, ¿qué demonios estás haciendo?".

Dejando las bromas de lado, necesitas alguien más para mantenerte responsable, pero también tienes que mantener registro de tus números. Tus números meta tal vez sean el objetivo, pero no significan nada si no estás tomando medidas regulares de tu progreso hacia ellas. Metas mensuales y semanales necesitan tener una valoración progresiva mensual y semanal para que tengan sentido. En cualquier punto del juego tienes que saber el marcador y qué tan adelante o atrás podrías estar; de otra manera nunca estarás en posición de hacer ajustes significativos. Los agentes inmobiliarios que no mantienen registro de su generación de contactos, productividad de ventas y desempeño financiero, serán presionados fuertemente para sostener resultados de alto nivel.

Con tus números en mano, la responsabilidad es sobre obtener y usar la retroalimentación. Esto significa tomar tiempo en una base regular planeada para reunirte con quien sea que esté manejando tu responsabilidad, mira tus números del negocio y reenfócalos, ésta es la esencia del ciclo de retroalimentación de la responsabilidad: establecer metas, hacer las actividades clave, medir los resultados, evaluar el proceso y hacer ajustes (reenfocar cuando sea necesario). Mientras más seguido vayas a través de este proceso será como se incrementa tu habilidad de mantener tu enfoque en las actividades que rindan los mejores resultados.

Pero no te equivoques: tú solo no puedes hacer esto eficazmente. Debes involucrar a alguien más que te mantenga responsable. Algunas personas serán más disciplinadas o tendrán un mayor enfoque, pero

nadie con éxito y continuamente puede asumir esta responsabilidad. El filósofo existencialista Jean Paul Sartre en la obra llamada *No Exit* muestra cuán difícil es descubrir la verdad auténtica. La percepción de nuestras propias acciones son siempre iluminadas con nuestras intenciones y otros sólo ven estas acciones sin el beneficio de saber qué es lo que realmente hacemos. La verdad por supuesto reside en algo intermedio. Teniendo una perspectiva exterior nos ayuda a romper las excusas, así tú puedes ver tus acciones y resultados de una manera muy honesta sin titubeos. Se necesita otra persona o grupo de personas para mantenerte responsable y te vuelva a reenfocar. Es por eso que casi todos los alumnos de alto rendimiento tienen entrenadores y asesores. Incluso lo mejor de lo mejor: Mia Hamm, Tiger Woods, Marion Jones y Michael Jordan, todos tienen entrenadores para mantenerse enfocados en el camino de sus Grandes Metas. La responsabilidad es la relación de elegir para ser campeones.

Así que la clave de la responsabilidad es seleccionar a una persona (entrenador, asesor, mentor o compañero) o un grupo asesor y después reunirse cada cierto tiempo agendado para revisar las metas y resultados. Las mismas reglas aplican a tus reuniones de rendición de cuentas en tus juntas con el personal. Necesitas traer y compartir tu hoja de metas, una revisión de tus planes de negocio o actividades y un resumen preciso de los resultados que has logrado hasta la fecha. Tienes que evitar justificaciones, puntos escondidos y solamente tratar tus acciones y resultados. La responsabilidad no es solo cuestión de mantener tu enfoque, encontrarás que puede autorizar para construir hábitos más efectivos y conciencia de cuándo son más eficaces o no están en curso. Cuando no tienes rendición de cuentas en tu vida el fracaso frecuentemente viene como sorpresa total. Esto no es un buen propósito.

La rendición de cuentas es la herramienta más poderosa para lograr Grandes Metas y éxito a largo plazo. Nos gusta decir: "Realiza un seguimiento y retroalimentalo", eso de hecho podría ser el motor del enfoque del Millonario Profesional Inmobiliario. Al final no es solamente una herramienta de enfoque para ellos, también lo es para las personas clave. Como hemos señalado en *Recibe Un Millón*, la rendición de cuentas es la clave de lograr desarrollo y altos logros a través de otros.



Un pensamiento final de la rendición de cuentas: la frecuencia importa. Mientras más trates de alcanzar o sea más grande el crecimiento personal que buscas, mayor frecuencia deberá tener tu rendición de cuentas. En el negocio un repaso mensual de actividades, producción y desenvolvimiento financiero es lo mínimo por hacer. Para la rendición de cuentas del desempeño personal te recomendamos una más rigurosa agenda semanal o quincenal. Algunos de los de más alto desempeño tienen juntas diarias (ya sea en persona o por teléfono) con su entrenador o asesor. A través del tiempo tú aprenderás la frecuencia de rendición de cuentas que trabaje mejor para ti. La verdad obvia es: sólo hazlo.

#### 4. ASEGÚRATE QUE TU AMBIENTE SOSTENGA TU ENFOQUE

El ambiente es uno de los más subestimados problemas del éxito que te toman por sorpresa. Ya sea que estés consciente de ello o no, tu ambiente de trabajo y tu ambiente personal importan. Estos son muy importantes. De hecho tu ambiente importa tanto que tal vez sea uno de los más importantes enfoques de soporte que tienes que tratar. Mientras que las personas se unen a las compañías por muchas razones, usualmente se quedan o se van por el ambiente y el impacto que tiene en ellos. Creemos firmemente que tu ambiente es un asunto crítico para tu éxito y éste debe sostener claramente tus metas.

La primera vez que yo experimenté esto fue la primera vez que entré a ser administrador. En mi primer año me encontré una sorprendente cantidad de mujeres que, una por una, terminaron en mi oficina en crisis; a veces en lágrimas. Ellas estaban lidiando con la frustración acerca de su situación, estas mujeres estaban en sus cuarenta y tantos y tempranos 50 donde después de cuidar de un esposo y una familia se habían reincorporado al mundo laboral. Después de años de sacrificio en nombre de la familia éste sería su tiempo para su propio desarrollo profesional. Y cada una de ellas estaba teniendo un serio reto. ¿Por qué? Porque el trato que su familia había establecido con ellas era, vamos a

apoyar tu trabajo mientras que la casa todavía esté lista a las 6 y nuestras vidas no se vean afectadas o alteradas por esta "fase de carrera" que estaban teniendo. Estaba en shock. Estas mujeres presentaban situaciones donde estaban en un profundo desorden psicológico y físico porque un aspecto clave de su ambiente personal: su familia; no las estaban apoyando, déjame parafrasearlo; un aspecto clave de su ambiente personal estaba trabajando básicamente en oposición directa a sus metas. Ahí fue cuando me di cuenta que nuestro ambiente debe apoyar absolutamente nuestras metas.

Observa, la mayoría de nosotros lo intentamos y nos adaptamos a nuestro ambiente, ponemos lo mejor en ello. A veces nos frustramos y nos quejamos sobre esto, pero rara vez vemos nuestro ambiente como algo que podamos controlar o algo que podamos cambiar. Así que en lugar de formar nuestro ambiente, la mayoría simplemente escogemos abandonarlo. Eso o simplemente continuamos como soldados y continuamos viviendo en un ambiente que no apoya nuestro enfoque para volvernos lo mejor posible.

#### EL ARQUITECTO EN JEFE

Tu ambiente te afecta constantemente; puede construir y apoyarte o te manda para abajo y pelea contigo. A veces esto es directamente obvio, otras veces te busca y te toma por sorpresa. Mientras más estés

*"Cálmate y organízate. Cuando organizas tu vida y tu mente (esa voz en tu cabeza), te volverás más calmado internamente y más productivo por fuera".*

Valerie Fitzgerald  
Millonario Profesional Inmobiliario  
Los Angeles, CA  
Ventas: \$160 millones de dólares.

consciente del poder de lo que te rodea y que afecta a tu vida. Más pronto podrás dirigirlo y convertirte en el arquitecto en jefe de tu propio ambiente. Al ser el arquitecto en jefe tú reduces el riesgo de convertirte en víctima de esto. Como arquitecto en jefe hay 2 importantes asuntos de diseño con los que tienes que lidiar: tu ambiente físico y tu ambiente personal.

### Tu ambiente físico

El asunto clave de tu ambiente físico es la productividad. Este es tu espacio de la oficina, mobiliario, equipo y herramientas que apoyan tu productividad hacia las metas. Este material básico de la ergonomía desde la calidad de la silla hasta la de la luz de tu oficina. Ya sea que apoye tus esfuerzos de mantenerte enfocado o te distraen a ti con dolor de espalda y ojos irritados. De igual manera tu equipo necesita estar acorde a la labor. No necesitas una computadora IBM para tus necesidades computacionales de negocio inmobiliario, pero sí necesitarás una computadora de escritorio confiable con software actualizado que no se esté pasando o descomponiéndose. Tus sistemas también son parte de tu ambiente físico. ¿Cómo son contestados los teléfonos?, ¿cómo se toman los recados?, ¿cómo se dirigen las llamadas? ¿Qué, cómo y dónde se almacena lo que se necesita?, ¿qué tan fácil pueden ser encontrados y utilizados los formularios y la información. Todos estos son sistemas físicos que pueden ampliar o reducir tu habilidad para ser productivo.

Uno de los elementos clave para alcanzar tu potencial completo es tu ambiente físico y qué tan bien coincide con lo que te apoya y enfoca en tu interminable búsqueda de la productividad. Es sorprendente cuántas personas escogen tolerar un ambiente físico pobre en lugar de tomarse un poco de tiempo, dinero y arreglarlo. En verdad tu ambiente físico es más fácil de arreglar que el ambiente del personal, así que no olvides quién es el arquitecto de tu vida ¡TÚ!

ambiente del personal

El otro aspecto principal en materia de ambiente son las personas. Si tu ambiente físico es acerca de la productividad entonces tu ambiente del personal es acerca de la energía y la sinergia. Tu ambiente del personal está compuesto de 3 grupos: las personas con las que tienes negocio (tu equipo, tu compañía, otros agentes); las personas con las que haces negocios (tus clientes y vendedores) y las personas fuera de tu negocio (tu familia y amigos); en lo que la mayoría falla en darse cuenta es que tú eres el guardián de la puerta y puedes controlar a quién dejas entrar en tu mundo, esto significa convertirse en el arquitecto de tu ambiente del personal. En nuestra experiencia los que logran muchas cosas tienden a asociarse con activadores y sinergizadores: las personas que apoyan sus metas o quienes no las apoyan quienes drenan la energía y alteran la sinergia, son aislados y marchitos. Como te dijo tu mamá: "Los niños con los que te juntas" hacen una diferencia en tu vida.

Aquí es donde el reclutamiento de talento juega otro papel significativo en tu vida. Lo mejor que seas en esto, lo mejor que sea tu ambiente y que te apoyen los mejores, esto será lo mejor de tu ambiente laboral y lo mejor que tu enfoque sea será el tiempo que utilizarás en labores infructíferas de eliminar lo malo de la hierba. Puedes elegir asociarte a propósito y dejar en tu vida a las personas que pueden apoyar tus metas o simplemente puedes usar el enfoque tipo "vuelo y una oración". Pero al final del día si las personas en tu vida no están en sinergia con tus metas, terminarás negociando, comprometiéndote y sintiéndote menos enfocado.

*"Ser el autor intelectual y mi asociación con otros optimistas agentes de alto rendimiento, ha sido una de las claves para conseguir éxito".*

Mary Harker  
Millonario Profesional Inmobiliario  
Dallas, TX.  
Ventas: \$52 millones de dólares.

Tu ambiente puede crearte o quebrarte, es así de importante. Y si bien puedes tomar más coraje y determinación para mejorar tu ambiente tanto de trabajo como físico, tú eres finalmente responsable por ambos, no dejes al azar la arquitectura de tu ambiente. Moldéalo, manufactúralo y hazlo uno que te ayude a cumplir tu promesa.

## 5. MANTÉN TU ENERGÍA PARA MANTENER TU ENFOQUE

El hecho es que tu capacidad de mantener tu enfoque en un nivel alto por bastante tiempo dependerá en gran medida de si puedes o no permanecer constantemente entusiasta y lleno de energía. Obtener y sostener el entusiasmo y la energía son algo misterioso. El máximo aprovechamiento requiere gran energía, pero paradójicamente el logro también puede ser una fuente de energía y entusiasmo. Así que cuál viene primero, la energía o lo otro. Honestamente no lo sé. Lo que sí sé es que no puedes llegar a Grandes Metas sin un esfuerzo grande y sostenido. Un gran y sostenido esfuerzo requiere de gran y sostenida energía. Los más efectivos agentes inmobiliarios (ciertamente todos los Millonarios Profesionales Inmobiliarios que he conocido) tienen gran energía. El truco es aprender cómo obtenerlo y cómo mantenerlos también.

La vida es energía. Para todas sus aplicaciones y complejidades, cuando tú aprendes el  $E = mc^2$  de Einstein te regresa a lo básico, que dice, todo es energía. Todo es energía, inclusive nuestros cuerpos físicos, después de algo de reflexión he llegado al punto de ver cómo lo haces con tu vida, ya sea que añadas o restes energía de tu vida. La energía que tienes a tu disposición: la gasolina para tu vida, es determinada por las elecciones que haces.

Dejando la metafísica de lado, hay algunas cosas específicas que puedes hacer para incrementar tu energía y por tanto mantener tu enfoque. Primero, yo recomiendo darle una buena revisada a las 5 áreas de energía y al plan de energía del Millonario Profesional Inmobiliario (figura 1) explicada en la siguiente sección. Describe básicamente 5 tipos de energía en tu vida y cómo obtenerlos. Segundo, te pido que consideres el poder

de una vida basada en el aprendizaje. Al final tener la energía necesaria para Grandes Metas y logro sostenido es para nosotros cuestión de 2 hábitos esenciales: el de lanzar tu vida con energía y el de la renovación constante por medio del aprendizaje.

## EL PLAN ENERGÉTICO DEL MILLONARIO PROFESIONAL INMOBILIARIO

Al principio de mi carrera profesional, descubrí un programa simple para aprovechar la energía para mi vida e impulsarme durante el día. Es aparentemente simple, pero también son de las cosas más poderosas que he hecho para apoyar mis metas. Tener una fuente constante de energía positiva es invaluable para el emprendedor!, yo le llamo el Plan Energético del Millonario Profesional Inmobiliario (un gran plan para gran energía!

### Las 5 Áreas de Energía

Hay 5 áreas en las que necesito energía. Lo más probable es que sean muy parecidas para ti. Necesito energía espiritual, energía física, energía emocional, energía mental y energía de negocios. Mi fórmula simple es "desbloquear" mi tiempo de manera que me asegure ser capaz de atraer una gran cantidad de energía dentro de mi vida cada día. Lo que he aprendido es que el mundo en realidad no empieza a moverse sino hasta las 10:30 - 11:00 a.m. Esto significa que si realmente quieres que algo se haga con un mínimo de interrupciones lo haces antes de las 11:00 a.m., que es cuando el teléfono empieza a sonar y las personas comienzan a aparecer. Mi rutina de energía está diseñada con un tiempo máximo de las 11:00 a.m. en mente.

Aquí está lo que hago: Me levanto diario a las 6 a.m., medito y rezo: para energía espiritual. Después hago ejercicio y como: para energía física. Después de esto, abrazo, beso y sonrío con mi familia: para la energía emocional. Y lo hago de tal manera que paso tiempo con todos ellos y aún así llego a la oficina entre las 8:00 y las 9:00 a.m. (la mayoría de las personas planean sólo las tardes o fines de semana para la energía emocional, cuando pueden hacer poco por su búsqueda diaria de Grandes Metas).

Después planeo y calendarizo mis días para energía mental y paso mis primeras y más energizadas horas en el trabajo duro de oficina en la generación de contactos y reclutando talento: para la energía de negocio. Yo nunca aflojo el paso antes de las 11:00 a.m.

Es divertido, pero esas primeras horas de intensa concentración final tienden a impulsarme por el resto del día. Puedes obtener tanto qué hacer que te toma toda la tarde sólo para empacar las cosas. Esa energía positiva crea gran impulso en tu vida! Incluso cuando estoy menos estructurado en la tarde, aún tiendo a ser extraordinariamente productivo debido a que mis acciones anteriores han establecido mis prioridades. Realmente creo que esas pocas primeras horas estructuradas de cada día hacen la diferencia.

### Renovación por Medio de Aprendizaje

La energía importa. Cómo se utiliza la energía también es importante. Aprender es cómo llegamos a entender las más poderosas y productivas

*"Somos adictos a la educación. Hablamos con otros y ellos nos ayudan a darnos cuenta de lo que es posible".*

David y Judie Crockett  
Millonarios Profesionales Inmobiliarios  
Concord, OH  
Ventas: \$53 millones de dólares.

#### El Plan Energético del Millonario Profesional Inmobiliario

1. Meditar y rezar: energía espiritual
2. Ejercitar y comer: energía física
3. Abrazar, besar y reír: energía emocional
4. Planear y calendarizar: energía mental
5. Generación de contactos: energía del negocio



**¡Todo para las 11:00 a.m. todos los días!**

Figura 1

formas de usar nuestra energía. Cuando observamos a las personas que han logrado un nivel alto de maestría en cualquier labor, sus acciones parecieran casi sin esfuerzo y parece como si lo pudieran hacer por siempre. Eso algunas veces es verdad. Cuando las personas tienen habilidades altamente desarrolladas o gran conciencia, lo que ellos hagan de hecho requerirá menos energía y esfuerzo. Son simplemente más eficientes y saben cómo obtener más de su intención de resultados por sus acciones.

La ilusión está en qué tan "natural" esto parece ser. Claro, un porcentaje mínimo de nosotros son favorecidos naturalmente con extraordinaria energía, enfoque y habilidades, pero la verdad es: la mayoría de los que aparentan tener esto naturalmente deben trabajar muy duro para conseguirlo. Jack Nicklaus en una entrevista post-torneo una vez dijo: "Algunas personas me dicen que están sorprendidas de lo fácil que golpeo la pelota de golf tan consistentemente recta y lejos. Sólo les digo que si me hubieran estado observando golpear cientos de pelotas de golf todos y cada uno de los días durante todos esos años no estarían tan sorprendidos".

Mi punto aquí es, si estás comprometido a lograr Grandes Metas, también debes estar comprometido a una vida con base en el aprendizaje. Aprender es ambas cosas: potenciar y energizar son cuestión de ganar conocimiento y habilidades nuevas, esto también es cuestión de renovación y renovarse es divertido.

Así que aprender es cuestión de obtener conocimientos y habilidades. Te permite hacer más con la energía que tienes y es el fundamento de la proactividad: hacerse cargo y estar en control. El estar basado en el aprendizaje te da una gran ventaja en el negocio sobre aquellos que no lo están. Por default tienen menos energía y están gastando más de ella para hacer las mismas cosas que tú haces fácilmente. Para ellos la ignorancia no es bendición.

Para ti aprender es apalancamiento y esto te provee de 3 importantes ventajas: sabiduría (saber qué hacer); competencia (saber cómo hacerlo) y previsión (saber cuándo hacerlo); no solamente este apalancamiento te permitirá gastar menos energía y obtener más con menos energía, de hecho te trae más energía a ti. Honestamente no sabemos por qué esto es cierto, sólo sabemos que lo es. Quizá está en el hecho que la sabiduría, competencia y previsión traen con ellas confianza saludable, que en mi

opinión es una emoción excitante, puede ser la emoción que viene de hacer algo realmente bien. La energía tal vez provenga del estímulo mental y espiritual que viene de una gran conciencia y percepción o quizá simplemente viene de la satisfacción personal de afrontar un nuevo reto, tener el coraje de intentarlo y después darte cuenta que ahora lo puedes hacer. Lo que sea que es, ¿de dónde viene?, esta energía basada en el aprendizaje que se renueva es muy leal y poderosa.

Ya sea que estés aprendiendo mediante hacerlo o estudiarlo, encontrarás que ambas son válidas y cruciales para lograr el más alto nivel de energía productiva y usar esa energía más eficientemente. Aprender haciendo te dirige hacia grandes habilidades y competencias. Aprender estudiando te conduce hacia mayor sabiduría y previsión; hacer te da experiencia y estudiar te proporciona la experiencia de otros que han vivido antes que nosotros.

Los Millonarios Profesionales Inmobiliarios que conocemos leen libros, escuchan grabaciones, observan videos, se presentan a seminarios y clases regularmente. De hecho muchos ocupan 10 o 15% de su tiempo de trabajo buscando el aprendizaje. Llámalo una inversión en ellos mismos y algo necesario en el sendero hacia grandes logros. Estamos de acuerdo. Es ambas, estrategia buena de negocio y gran estrategia de vida.

Una vez que aceptas el reto del mejoramiento propio toda la vida y el camino hacia tener maestría en ello, erás humilde por cuanto en realidad no sabes. Un pozo sin fondo de aprendizaje nos espera a todos. Y esto no es una conciencia negativa, es un emocionante y retador descubrimiento. Te va a activar a aprender más y nunca parar. Quizás es uno de los aspectos más excitantes y edificantes del camino hacia el logro de Grandes Metas y espero se convierta en gran parte de tu Gran Por Qué. No es solamente "vive y aprende" es "¡vive para aprender!".

PATROCINADO POR EL CANAL : <https://t.me/cardinglatinotg>

El enfoque es realmente el eje en tu búsqueda de la excelencia. Si hemos hecho nuestro trabajo con este libro, deberías saber dónde necesita estar tu enfoque hoy, mañana y el resto de tu carrera. Contactos, exclusivas y apalancamiento, tal vez sean la piedra angular entre tú y una gran venta inmobiliaria, pero sí puedes desarrollar el tipo de enfoque intenso necesario para convertirte en un Millonario Profesional Inmobiliario. Ese mismo enfoque poderoso será tuyo para aplicarlo a otras áreas de tu vida. Deja que tu enfoque dirija tus sueños a la realidad.

Finalmente, si hemos aprendido algo, es que cuando piensas en grande, piensas en posibilidades. Tú piensas: "¿Qué podría hacer en realidad si en verdad lo intento? ¿Qué es posible en mi vida?", cuando piensas en posibilidades en este nivel tú buscas Grandes Modelos y procesos; después los conviertes en tu enfoque. Los Grandes Modelos y Grandes Metas te impulsarán hacia arriba a través de metas más pequeñas hasta conseguir tus logros más altos posibles. Terminarás viviendo en grande, logrando lo máximo que puedas lograr y convirtiéndote en lo mejor que puedas ser.

*"Nuestros sistemas y nuestras experiencias están en su lugar. Podemos construir este negocio al más alto nivel, es una entidad viviente y no le veo fin".*

Mary Harker  
Millonario Profesional Inmobiliario  
Dallas, TX.  
Ventas: \$52 millones de dólares.

PATROCINADO POR EL CANAL : <https://t.me/cardinglatinotg>



PUNTOS PARA RECORDAR: Juntándolo todo

- Al final, la característica distintiva de los agentes inmobiliarios de alto rendimiento es su habilidad de mantener el enfoque a través del tiempo. Todos somos capaces de tener un gran enfoque, pero esta disciplina personal debe ser adoptada y alimentada en nuestras vidas.

- Crea un plan personal y haz que procese tu enfoque.
- Bloques de tiempo para tu enfoque.
- Obtén responsabilidad para mantener tu enfoque.
- Asegura que tu ambiente apoye tu enfoque.
- Mantén tu energía para conservar tu enfoque.

- Nuestro consejo para ti es: ¡créelo y busca todas las posibilidades que tu vida te guarda!

Piensa en Grande

Actúa Audaz

Vive a lo Grande

¡Conviértete en lo mejor que puedes ser!

## MILLONARIOS PROFESIONALES INMOBILIARIOS DE LA VIDA REAL

### MODELOS A SEGUIR DEL NEGOCIO INMOBILIARIO DE LOS CUALES APRENDER

A través de este libro hemos citado las palabras y compartido la sabiduría de muchos agentes inmobiliarios de grandes logros. Estos agentes representan, con sus éxitos en la vida real, lo que nos empeñamos en enseñar. Estamos profundamente agradecidos con todos ellos por su disposición para darnos su tiempo y sabiduría. Es importante apuntar que aunque estos agentes representan lo más alto a nivel nacional, compañías inmobiliarias y muchas de las más fuertes regionalmente, todos ellos prefirieron compartir su conocimiento sin titubear y sin reservas. Como nosotros, ven el negocio inmobiliario, no en términos de compañías individuales, sino más bien en un sentido de familia de todos los agentes inmobiliarios. Con esto en mente, decidimos no identificar su "gran" afiliación de la compañía inmobiliaria. La verdad es que sus nombres y su reputación personal son sus "marcas": ¡justo como tendría que serlo!

En esta sección de "vida real" del libro, compartiremos 16 de sus perfiles. Ya que no pudimos incluirlos a todos, hemos seleccionado a aquellos cuyos negocios, en nuestra humilde opinión, son los que más reflejan la base amplia de agentes inmobiliarios: las exclusivas y ventas de casas de una sola familia. Esperamos que disfrutes conociéndolos mejor así como nosotros lo hicimos. Sus inicios son variados y sus historias inspiradoras. Sus comentarios y observaciones proveen guía y seguridad. Al final nos enseñan que sí es posible el camino a la gran cima de la meta de las ventas inmobiliarias. ¡Disfruta!

# INSTANTÁNEA DE UN MILLONARIO

**CHRIS CORMACK**

Ashburn, VA

**Experiencia:** 14 años

**Antes del negocio inmobiliario:** Diseñadora de modas y dueña de una boutique de piel.



## *Producción 2001*

**Transacciones:** 212

**Volumen de ventas:** \$70 millones de dólares.

**Ingreso en comisión bruta:** \$1.9 millones de dólares

## *El equipo*

**Ventas:** Especialistas en exclusivas, líder de equipo, especialista en compras y 9 especialistas en compras (con 3 candidatos pendientes).

**Apoyo:** Jefe de la oficina financiera, gestor de cierres, coordinador de exclusivas, asistente ejecutivo y director de *marketing*, especialista multimedia y 2 ayudantes generales.

## *Breve opinión*

**Clave para el éxito:** Hoy en día mi equipo está compuesto de especialistas que colaboran para ser una máquina bien aceiteada. Nuestro producto está diseñado para crear excelencia en nuestro *marketing*, ventas y servicio. Aplaudo el profesionalismo de cada miembro del equipo y estoy particularmente satisfecha de trabajar con mi hijo, quien es un agente de compra exitoso.

Los beneficios de trabajar con un equipo de especialistas, son la calidad de contactos y la expansión.

El entrenamiento juega un papel importante en el éxito de nuestro equipo. Cuando un agente comprador se une al equipo pasa por el campo de entrenamiento CC un proceso de 2 a 3 semanas. En el campo de entrenamiento son capacitados para ventas inmobiliarios a nuestro nivel de

excelencia, tenemos grandes estándares y tienen que aprender a jugar de nuestro modo y a nuestro paso, se les solicita proveer 4 casas en 5 días y reunirse con el líder del equipo en sesiones semanales de rendición de cuentas.

Por último nosotros pensamos y actuamos como negocio. Desde nuestros títulos hasta nuestra estructura organizacional, todo refleja una cultura de negocio profesional. Rastreamos nuestra meta estadísticamente y con números de presupuesto en base semanal, mensual y anual. Porque sabemos exactamente qué está pasando con nuestro equipo y nuestro mercado, podemos hacer decisiones sólidas e informadas.

**Inspiración:** Mi familia inmediata. Crecimos a las afueras de Washington, D.C., mi papá era un increíble vendedor que le vendía al gobierno, así que aprendí mis habilidades de venta en la mesa de la cena. Siempre estaba hablando de sus ventas del día. Mi mamá trabajaba para la CIA, lo cual era inspirador. Mi abuela era una asombrosa emprendedora. Ella inició con las escuelas de enfermería, en los días de la Gran Depresión, cuando las mujeres no trabajaban y ella compró inversiones inmobiliarias. Antes de eso mi bisabuela vino hacia aquí en un bote era inmigrante irlandesa. Había sido sirvienta, pero aprendió a hacer la contabilidad y después logró que su negocio creciera. A mis 2 hijas les estoy pasando un regalo: ser emprendedoras exitosas en cualquier campo que ellas elijan.

**Generación de contactos:** Nuestra fuente primaria de negocios el *marketing*. El *marketing* hace sonar mi teléfono. Nos anunciamos frecuentemente, la otra porción de mi negocio viene del internet. Tal vez 20% viene de referencia. En resumen, nosotros presupuestamos 8 a 10% de nuestro ingreso proyectado bruto al *marketing*. Este año son \$148,000 y estamos en presupuesto. La forma más efectiva son los diarios, tenemos una página completa y eso está siendo enviado por correo a 50,000 casas. Hacemos esto cada semana. Tenemos un cuarto de página que enviamos en el periódico local. Lo más grande es *Noticias CC*, hacemos un periódico a todo color con un repaso del mercado y nuestros listados. Nuestra circulación es de 22,000 ejemplares e inclusive vendemos espacios de anuncios. El costo del espacio publicitario es \$7,200 por mes, antes de ventas.

**Otro negocio:** Miembro fundador del eFROGG, un sistema interactivo de internet para agentes compradores y vendedores.

**El próximo año y el futuro:** Para 2002 estamos en camino de hacer \$2.4 millones en GCI. Esa es nuestra meta y estamos en camino a ello. Hemos tenido 178 transacciones en los libros, estos son nuestros números durante julio. Nuestra meta es 300 unidades y estamos a 54% de esta meta. Nuestro volumen es 100 millones así que estamos también a 53% del camino hacia allá.

#### INSTANTÁNEA DE UN MILLONARIO

**David y Judie Crockett**

Concord, OH

**Experiencia:** 24 años

**Antes del negocio inmobiliario:** Químico y Ama de Casa.



#### *Producción 2001*

**Transacciones:** 306

**Volumen de ventas:** \$53 millones de dólares.

**Ingreso en comisión bruta:** \$1.6 millones de dólares.

#### *El equipo*

**Ventas:** 3 especialistas en listados (Judie, su hija, su hijo).

**Apoyo:** Administrador de la oficina/Administrador de fideicomiso, administrador de servicio a cliente (exclusivas), administrador de publicidad (medio tiempo) y un asistente administrativo (medio tiempo).

#### *Breve opinión*

**El inicio:** Judie empezó en 1978 y se convirtió en una gran productora en el área. Dejé mi trabajo en la industria en 1984 y me convertí en administrador de la oficina más grande de nuestra área, en 1994 formamos el equipo Crockett: Judie, yo, mi hija Melissa y mi hijo Todd.

**Clave para el éxito:** Soy un gran creyente que las exclusivas crean el negocio. Hacen sonar el teléfono. Nadie sabe quién fue su agente vendedor, pero todos saben [quién los puso en la lista! La mejor fuente de contactos son los anuncios de jardín.

Nuestro negocio está establecido con base en los sistemas. Lo armamos de manera que todos en nuestro equipo tienen un enfoque especial. Queremos que desarrollen su experiencia y se vuelvan grandes maestros de lo que hacen. Después sistematizamos todo: tiene que ser repetitivo, tiene que ser automático, siempre estará documentado y todo eso va a nuestro manual de operaciones.

**Inspiración:** Somos adictos a la educación. Tomamos un horrible montón de estas cosas y somos instructores de muchas de ellas, el verdadero secreto del éxito para los inmobiliarios es reconocer qué es posible allá afuera. No los vas a encontrar mirando de arriba abajo en tu calle, tienes que ir y hablar con otras personas y aprender de ellas.

**Generación de contactos:** Mandamos postales a nuestra base de datos de clientes 4 veces al año. Vendemos cerca de 250 y 300 tarjetas alrededor de cada exclusiva y venta. Hemos negociado un buen trato con las páginas amarillas (una ficha en medio del libro) y nos anunciamos en nuestro diario regional.

El error que la mayoría de los agentes del negocio inmobiliario tienen es que aman cualquier idea que ven. Y están por todo el lugar. Necesitas definir lo que quieres ser y correr hacia ello. La típica campaña corta y pequeña es inútil.

Nos hemos enfocado recientemente en la búsqueda de contactos, sabemos de dónde vienen y hemos incrementado nuestra velocidad de respuesta y tasa de conversión.

**Consejo:** Tienes que contar con una buena base de personas que te agraden desde el principio, no necesitas nadie que sea de alguna manera disfuncional. ¿Están motivados? ¿Tienen metas? ¿Desean trabajar como equipo? ¿Entienden cómo trabaja el negocio? ¿Tienen sentido común? Si fuera cliente, ¿me gustaría esta persona desde el principio?

**Próximo año y el futuro:** Estamos formando una compañía de confianza limitada, con nosotros 4 siendo socios igualitarios. Tenemos un programa de compra de manera que nuestros hijos se puedan beneficiar de lo que hemos construido.

## INSTANTÁNEA DE UN MILLONARIO

**Rachel deHanas**  
Waldorf, MD

**Experiencia:** 20 años

**Antes del negocio inmobiliario:** Secretaria de la Comisión de Educación.



### Producción 2001

**Transacciones:** 246

**Volumen de ventas:** \$52 millones de dólares.

**Ingreso en comisión bruta:** \$1.5 millones de dólares.

### El equipo

**Ventas:** Especialista de exclusivas (nuera), especialista comprador y de reubicación (nuera) y 2 especialistas compradores.

**Apoyo:** Asistente contable y administrador de propiedad (esposos), marketing y administrador de publicidad (hijo), especialista computacional (hijo), administrador contractual, administrador de retención de clientes, especialista en contratos y un asistente

### Breve opinión

**El inicio:** Hemos vivido aquí desde 1969, así que vi al mercado convertirse en el mercado. Mi esposo Jack tiene su licencia desde 1976, él me llevó hacia esto a inicios de los 80 y obtuve mi licencia en 1983. Tengo un trabajo de 9 a 3. Tuvimos 4 hijos y decidimos que una vez que los criáramos, podría hacer algo diferente. Ese horario de trabajo me funcionó bien como mamá; una mamá trabajadora y me permitió ganar algo de ingreso fuera de casa. También soy propietaria de un negocio de cerámica donde era maestra 3 noches a la semana. Tenía alrededor de 100 estudiantes, así que manejé ese negocio 3 noches a la semana, además de trabajar en la escuela como secretaria, criando 4 niños, teniendo la cena en la mesa a las 5 y todas esas cosas buenas. Y a principios de los 70 antes de entrar al negocio de cerámicas, vendía

Tupperware y era administradora de Tupperware y tenía alrededor de 18 personas de venta a mi cargo. Así que siempre he tenido dos o tres trabajos al mismo tiempo.

**Clave para el éxito:** Los sistemas. Teniendo los sistemas en su lugar y ser capaces de capturar a los compradores. El internet también. Estamos obteniendo probablemente 47% de nuestros compradores de internet. Tengo exclusivas. Soy el mayor ingresador de exclusivas en el área y lo he sido. Obtenemos los compradores porque tenemos las exclusivas.

A principios de los 90 empecé a verlo más como un negocio y contratando asistentes. Después del 1er. asistente vi cuánto volumen más podía hacer, parecía que cada vez que añadía una persona o hacía algo diferente, me liberaba para concentrarme en cosas más importantes, es un crecimiento constante.

**Generación de contactos:** Tenemos un periódico mensual, se envía como correo masivo, así que se va probablemente de 50 000 a 75 000 casas, lo insertamos en nuestro periódico local, pero la distribución no era suficientemente buena, una vez que lo mandamos como mail masivo pudimos tener una gran diferencia en el número de llamadas definidas.

Estamos en cerca de 47 % de internet ahora. Mis anuncios de jardín son la siguiente mejor cosa. Desde 1987 o 1989 he hecho un spot de 30 segundos con nuestro proveedor de cable local, no sabía que se pudiera registrar. Cuando les preguntamos a las personas que nos llaman, la mayoría dice "simplemente te veo por todos lados"

**Otros negocios:** Administradora de propiedad.

**Próximo año y el futuro:** DeHanas ha establecido en 2002 hacer más de 500 transacciones, 75 millones de volumen de ventas y 2 millones en comisiones. Su visión para el futuro: mi visión sería tener un negocio del que mis hijos puedan hacerse cargo y pagarme muy bien en mi retiro para que pueda vivir la vida a la que estoy acostumbrada.

## INSTANTÁNEA DE UN MILLONARIO

**VALERIE FITZGERALD**

Los Angeles, CA

**Experiencia:** 14 años

**Antes del negocio inmobiliario:** Modelo de moda.



## Producción 2001

**Transacciones:** 57

**Volumen de ventas:** \$160 millones de dólares.

**Ingreso en comisión bruta:** \$3.2 millones de dólares.

## El equipo

**Ventas:** 4 agentes compradores.

**Apoyo:** Administrador de oficina, coordinador de marketing, coordinador de contratos y fideicomiso, un asistente personal/ coordinador de llamadas.

## Breve opinión

**El inicio:** Siendo una modelo profesional que visitó el mundo y que tenía como base la ciudad de Nueva York, me moví a Los Angeles por una asignación de trabajo, me dejé caer y como madre soltera necesitaba encontrar una manera de ganarme la vida, un amigo me guió hacia la venta inmobiliaria. No tenía habilidades para la gente, venta o experiencia de negocio, pero estaba determinada a hacerlo y hacer una vida para mi hija.

Estaba personalmente hecha una plaga hasta que un constructor me dio un respiro permitiéndome vender su casa de 3 millones. La mantenía abierta cada sábado y domingo; conocí a muchas personas hasta que la vendí y mi carrera empezó.



**Clave para el éxito:** Hago que mi negocio conozca el mercado inmobiliario, el mercado financiero y doy consejos informados. La mayoría de las personas quieren que los guíes.

Soy una agente de exclusivas. 95% de mi negocio son las exclusivas, hago lo que quiero hacer, contactar, vender, negociar y contrato personas para hacer el resto.

Sólo da el salto de fe y contrata a alguien. Te va a abrir y liberar.

Trabajo con celebridades como Sly Stallone, Leonardo Dicaprio, Ben Affleck, Cristina Aguilera, Bruce Willis, Demi Moore, Vanna White y Holly y Rodney Peete, por nombrar algunos. En mi experiencia, no son diferentes a cualquier persona: son gente real. Cuando los represento creo un nivel de confort para ellos.

**Inspiración:** Amo este negocio, mi meta es: Si disparas a la Luna y fallas aún estás entre las estrellas.

Yo trabajo 3 veces a la semana y tengo 3 entrenadores: un entrenador personal, un entrenador físico y un entrenador de negocios.

Cálmate y organízate. Cuando organizas tu vida y tu mente (esa voz en tu cabeza), te tranquilizas completamente por dentro y eres muy productivo por fuera.

**Generación de contactos:** Hago muchas relaciones en el medio público para la televisión. He hecho shows para *Entertainment Tonight* y para las siguientes cadenas: CBS, NBC, HGTV, MTV y E! Entertainment Televisión. Pero lo más importante es estar hablando de frente a las personas todo el tiempo. Hago esto manteniéndome involucrada en eventos de caridad, eventos políticos, programas escolares, eventos deportivos, eventos sociales y actividades religiosas.

#### INSTANTÁNEA DE UN MILLONARIO

**Mary Harker**  
Dallas, TX

**Experiencia:** 34 años

**Antes del negocio inmobiliario:** Violinista  
sinfónica, maestra de violín y piano, directora  
de coro, editora de comida gourmet.



#### Producción 2001

**Transacciones:** 178

**Volumen de ventas:** \$52 millones de dólares.

**Ingreso en comisión bruta:** \$1.4 millones de dólares.

#### El equipo

**Ventas:** Especialistas de exclusivas y compradores (hijos Dan y Joseph)  
y un agente de referencia de medio tiempo.

**Apoyo:** Administrador ejecutivo, coordinador de exclusivas, ayudante  
general y personal ocasional de medio tiempo.

#### Breve opinión

**Perspectiva:** He estado en el negocio por 34 años ayudando a mudar  
familias encontrando un hogar y reconectando su red de actividades  
fracturadas.

**Claves del éxito:** Hemos sido exitosos porque empezamos con gran  
energía y enfoque en lo que queremos lograr. Y eso significa poner  
nuestras metas por escrito. Al principio tenía gran energía, un gran  
deseo de tener éxito y las metas escritas, pero sin entrenamiento. Para el  
fin del primer año, había ganado ¡\$376! Mi papá me dijo: "Puedes ser lo  
que quieras ser si pones toda tu mente en ello", grabaciones y libros de  
éxito fueron mis maestros, después muchos entrenadores se añadieron  
a eso.

Dominando el *marketing* y la producción nos llevó muy lejos. Enfocarnos en resultados, desde escribir las metas, implementar modelos, sistemas, procedimientos y manteniéndolos responsables, nos ha llevado al siguiente nivel. Ser entrenada y asesorada por Gary Keller nos está moviendo de tener un trabajo, a tener un negocio, mediante habilidades de negocio y disciplinas de ganancia y apalancamiento. Me han señalado otros mega productores: "Cómo lo hicimos tan bien en el mundo, cuando sabíamos tan poco".

**Inspiración:** Me rodeo personalmente sólo de personas con iguales valores... aquellos que son optimistas y positivos. Mi mamá vivió hasta los 95 años. Cada mañana yo le preguntaba, ¿vas a tener un buen día?. Ella entonces siempre respondía: "Decido tener un buen día, no me quedan suficientes días en mi vida como para tener uno malo". Tenía razón, no lo tuvo y ¡yo tampoco!

**Generación de contactos:** Impartiendo clases en Texas, a través de Estados Unidos y Australia para conferencias y también como miembro de la facultad de CRS, escribir para publicaciones, dominándolo ha dado lugar a increíbles oportunidades de construir relaciones. Hemos construido una red de referencia agente a agente que genera 84% de nuestras repeticiones y referencias y nos ha dirigido a una base de datos de 6,000 personas. Cada año es enviado un calendario magnético que incluye nuestra foto. Porque este artículo genera más de 2 millones de exposiciones de nuestro nombre, no nos preguntamos por qué escuchamos una y otra vez: "Es difícil olvidar tu rostro Mary, te vemos todos los días". Creemos en convertir una venta en múltiples ventas a través de artículos de valor añadido enviado por mail directo cada 21 días, seguido de notas, llamadas y reuniones cara a cara.

Honramos a nuestros clientes y vendedores contribuyendo con una porción de nuestra comisión a caridad infantil y campamentos cristianos para niños.

Le retribuimos a la comunidad sentándonos en mesas de asesoramiento para desarrolladores y constructores para el Campamento Cristiano *Sky Ranch*. Y reunimos fondos para *Habitat para la Humanidad*, Leucemia y la Sinfónica de Dallas.

**El próximo año y el futuro:** Me veo personalmente siendo capaz de salir de la puerta de nuestra compañía y aún así tener un ingreso excedente que nos permitirá un estilo de vida que hemos disfrutado por los anteriores 20 años. Estamos libres de deudas, eso nos da muchas opciones.

Joe Harker, mi esposo y mejor amigo por más de 46 años y yo nos hemos esforzado en traer valor a las vidas de nuestros 3 hijos casados y 8 nietos, enseñándoles balance y la importancia de hacer una diferencia en las vidas de las personas a través de la enseñanza y el servicio en los años por venir. Dios, Familia, Negocio: este es el legado que queremos dejar.

## INSTANTÁNEA DE UN MILLONARIO

**Cristina Martínez**  
San Jose, CA

**Experiencia:** 13 años

**Antes del negocio inmobiliario:** Ingeniera química en la industria aeroespacial.



### Producción 2001

**Transacciones:** 240

**Volumen de ventas:** \$136.3 millones de dólares.

**Ingreso en comisión bruta:** \$4.08 millones de dólares.

### El equipo

**Ventas:** 2 asistentes compradores.

**Apoyo:** Administrador de la oficina, agente comercial, coordinador de listados de servicio, 3 coordinadores de cierres de ventas, asistente administrativo.

### Breve opinión

**Claves del éxito:** El número uno: Tengo una muy alta consideración por el trabajo; una ética de trabajo muy buena. El número dos es la integridad. Un buen nombre será escogido por sobre grandes riquezas.

Tengo un sistema que trabaja para mí. Tengo un gran equipo. Yo hago todas las negociaciones. Los listados y citas de ventas son hechas en la oficina al igual que los cierres. Tengo mi propia compañía hipotecaria.

Yo sé que si tengo que dirigir un negocio tiene que ser redituable. Le doy seguimiento a todos mis gastos de manera minuciosa y genero entre 60 y 65% de ganancia. Hago esto en ambas cosas, el negocio inmobiliario y compañías de hipoteca.

Solamente trabajo 4 días por semana y promedio unas 10 ventas por semana. Tengo que maximizar lo que hago. Por eso he creado un sistema donde todos son eficientes haciendo lo que deberían hacer como extensión del negocio.

**Generación de contactos:** Mi negocio viene de 70% de repetición y referidos. Mando a mis anteriores clientes un calendario cada año. Después de cada venta les mandamos un regalo. No me anuncio, no mando correo regular y no pongo letreros en los jardines geográficamente. Sólo llamo, tengo un itinerario y lo sigo. La primera hora llamo a 5 clientes. La segunda hora hago seguimiento de contactos y el resto del día son citas y negociaciones contractuales. ¡Y eso es todo!

Trato con muchos inversionistas, el año pasado, hice 300 tratos, pero trabajé con sólo 100 personas, hago tratos múltiples por persona, cerca de 3 tratos por persona en un año.

Convierto a mis clientes pasados en inversionistas: creo un sueño para ellos y cambio su destino financiero.

**El próximo año y el futuro:** Veo a mi negocio haciendo 10 millones en ingresos en 2003 y 15 millones de dólares el siguiente año. Planeo mantener el margen de ganancia en 60 por ciento.

El éxito del negocio me ha permitido comprar autobuses para mi iglesia de manera que podamos traer a los niños a la escuela dominical. Nosotros visitamos niños desprotegidos los sábados para ver qué necesitan y luego los domingos los subimos en los autobuses y los traemos a la escuela dominical. Después que hemos alimentado su espiritualidad, los alimentamos físicamente antes de llevarlos a su hogar. Acabo de donar 3.1 millones para el colegio *Golden State Baptist*. Creo que la clave en mi negocio es poner a Dios primero. Si estoy bien con Dios, puedo estar bien con los hombres.

## INSTANTÁNEA DE UN MILLONARIO

**RONNIE Y CATHY MATTHEWS**  
Houston, TX

**Experiencia:** 14 años

**Antes del negocio inmobiliario:** Dueños de un negocio de plomería y servicios públicos.



### *Producción 2001*

**Transacciones:** 624

**Volumen de ventas:** \$99.5 millones de dólares.

**Ingreso en comisión bruta:** \$2.5 millones de dólares.

### *El equipo*

**Ventas:** 3 compradores y un especialista en listados

**Apoyo:** 3 en el departamento de pendientes, tres en el departamento de exclusivas, uno en administración general y tecnología y un especialista de contratos

### *Breve opinión*

**El inicio:** En 1988, cerramos las puertas de nuestro negocio de plomería y servicios públicos. Después de construirlo hasta 65 empleados en 1988, la economía de Houston se vino abajo, terminamos perdiendo muchos de nuestros clientes porque la mayoría de ellos cerraron y nunca nos pagaron. Terminamos perdiéndolo todo y teniendo que empezar todo nuevamente.

Yo dejé la escuela secundaria y Cathy tenía un año en la universidad, no teníamos nada para caer de nuevo. Habíamos comprado y vendido algunos bienes raíces, así que decimos: "Mira, esto suena bastante bien intentémoslo, así es como empezamos. Esto siguió y hemos sido gratamente sorprendidos".

Cathy y yo siempre hacemos cosas por separado. Hemos trabajado juntos, pero constantemente usamos nuestros diferentes talentos y personalidades. Ella trabaja con todos los compradores y yo era la persona de las exclusivas. También he dirigido el negocio y administrado el dinero.

Al principio fue difícil contratar a las personas e invertir tiempo entrenándolas, pero el negocio floreció y creció. Nosotros añadimos una persona aquí, una persona allá y algo dio el impulso y crecimos de 30 a 40% cada año. La siguiente cosa que supimos era ¡que ya estábamos en \$100 millones al año en ventas!

**Claves del éxito:** Hay 2 o 3 cosas básicas para el negocio inmobiliario. Primero tienes que darte cuenta que estás en el negocio para ti. La mayoría de los vendedores inmobiliarios simplemente no entienden eso. Segundo, tienes que trabajar más duro y más inteligentemente que nadie más: particularmente al principio. Tercero, siempre debes regresar la llamada, incluso cuando es inconveniente. Lo hemos hecho siempre como una práctica el regresar cada una de las llamadas, todos los días.

**Generación de contactos:** Nunca he hecho una llamada fría, nunca he tocado una puerta, nunca he llamado para vender por el dueño. Si haces bien tu trabajo y te importa la gente van a esparcir la voz. Todos conocen a alguien que está intentando vender o comprar una casa. Simplemente mantenemos nuestro nombre frente a ellos.

Tenemos una base de clientes de cerca de 3,000 a las que mandamos mails cada seis semanas, generalmente una postal grande a todo color. Después tenemos cerca de 5,000 en nuestra zona de la comunidad y les mandamos a ellos cada 3 semanas preguntando por negocio, es una parte importante de todo lo que hacemos.

**Próximo año y el futuro:** Hemos trabajado cientos de horas por semana por muchos años. Lo traigo a un simple 70 y después a un 60, me gustaría bajarlo a 20, no estoy nada cerca para estar listo a renunciar, pero ya estamos empezando a pensar qué es lo que haremos cuando envejecamos.

He estado separando por sucursal algunas otras cosas. Compré 130 acres hace más o menos 6 años y hemos subdividido y desarrollado esto. En los pasados 12 meses, cerré 2 propiedades de 50 acres y ahora tengo un contrato de otros 170 acres. Poseo algo así como 20 propiedades residenciales y complejos pequeños de oficinas. La idea es generar ingreso pasivo de mis propiedades y negocios. Cualquiera puede ser exitoso en nuestro gran país, ¡pero te lo tienes que ganar!

# INSTANTÁNEA DE UN MILLONARIO

**MIKE MENDOZA**

Phoenix, AZ

**Experiencia:** 19 años

**Antes del negocio inmobiliario:** Jugador profesional de béisbol.



## Producción 2001

**Transacciones:** 348

**Volumen de ventas:** \$60 millones de dólares.

**Ingreso en comisión bruta:** \$1.79 millones de dólares.

## El equipo

**Ventas:** 15 agentes autorizados en bienes raíces.

**Apoyo:** Coordinador de exclusivas, coordinador de transacciones, asistente administrativo, director de reubicación y un contador.

## Breve opinión

**El inicio:** Bueno, para mí los bienes raíces, fueron el primer trabajo en el que consideré trabajar, nunca consideré el béisbol como trabajo. Nunca hice mucho dinero jugando béisbol, lo más que hice en las Ligas Mayores fue \$ 32,500 por año, así que no fue como haber remplazado un ingreso enorme. Yo veo muchas personas hoy día. Se retiran o cambian de trabajo y quieren empezar en el negocio inmobiliario para remplazar un enorme ingreso. Yo veo el negocio inmobiliario como si fuera mi trabajo, mi papá siempre trabajó duro; yo más o menos vi la manera en que lo hacía. Él estaba en ventas. Él trabajó para la *Wrigley Chewing Gum Company* durante treinta y tantos años; se iba a trabajar temprano; tenía sus cosas hechas. Era un ingreso estable para mí, pero cada año yo hacía más dinero, cada año me mantenía incrementándolo, para serles totalmente honesto, nunca vislumbré que haría la cantidad de dinero que conseguía mediante la venta de casas, siempre pensé que si en algún momento haría mucho dinero en la vida, éste vendría del béisbol.

**Claves para el éxito:** Nunca dicto (a mi equipo de ventas ya sea que hagan listados o sean compradores), siempre los he impulsado a ser agentes inmobiliarios de tiempo completo y haciendo las 2 caras del negocio. Ellos operan bajo sus nombres, aunque cada vez que ofrecen una casa es "El Equipo Mike Mendoza", todo está construido alrededor del equipo, nosotros vendemos al equipo y apoyamos al equipo y vendemos los beneficios de tener muchas personas trabajando para ti en lugar de una. Siempre intento poner a alguien más en la posición que me permita hacer las cosas que disfruto hacer en el negocio, empecé a hacerlo hace mucho tiempo y por eso creo que mi negocio creció más rápidamente que la mayoría. No tenía miedo de tener personal adicional realizando ciertas cosas que creaban oportunidades de negocio para mí. Me dio más tiempo para enfocarme en las actividades más productivas que hago en dólares en lugar de procesar papeleo o algo más.

**Generación de contactos:** Podría decir que la mayoría de nuestros contactos son generados de nuestro inventario de exclusivas. Trabajamos las listas para otras oportunidades, si no tienes inventario obviamente el teléfono no sonará.

Siempre he estado convencido en tratar a las personas como quieres ser tratado, darle seguimiento a las personas, darles un buen servicio y después las personas disfrutarán trabajar contigo. Mi negocio de referencia es ya bastante largo y debería serlo después de 19 años, si no fuera así habría algo mal. Siempre he sido de los que intentan regresar algo a la comunidad. Me gusta estar bastante involucrado en la comunidad y las caridades locales. La YMCA, la Cámara de Comercio y cosas como esa, porque ahí es donde hago mi vida.

**El próximo año y el futuro:** El "Mike Mendoza Team" al momento en que esto se escribió está a un paso de alcanzar o mejorar la producción del 2001. Tengo 47 años ahora y me gustaría tomar un gran paso atrás en el negocio para el momento en que tenga 55 y ambos de mis hijos hayan ido a la universidad y tengan sus vidas moviéndose. Me gustaría estar más involucrado en el negocio regional de lo que estoy en mi negocio personal, hacer más entrenamiento y asesoramiento. Es acerca de intentar encontrar a la persona correcta que pueda entrar ahí y tal vez ocupar mis zapatos un poco más.



## INSTANTÁNEA DE UN MILLONARIO

**GREGG NEUMAN**

San Diego, CA

**Experiencia:** 21 años

**Antes del negocio inmobiliario:** Barman profesional durante 15 años.



### Producción 2001

**Transacciones:** 356

**Volumen de ventas:** \$113 millones de dólares.

**Ingreso en comisión bruta:** \$3 millones de dólares.

### El equipo

**Ventas:** Su socia Jennifer y 8 agentes compradores.

**Apoyo:** Director de *marketing*/gerente de oficina, dos coordinadores de transacción, un coordinador de exclusivas y un mensajero de tiempo completo.

### Breve opinión

**El inicio:** Yo era un barman por 15 años. Fui un año a la universidad. Sólo sabía que la única manera en que podría hacer mucho dinero sin tener una gran educación era en ventas... unos artículos de venta de boletos ... Pensé que las casas lo serían.

De hecho atendí la barra el primer año y medio por la noche, mientras vendía algo de inmuebles durante el día.

Una noche estaba escribiendo una oferta para una propiedad de unos 10 millones y me estaba apresurando tanto para llegar al turno a la barra y dije: "¡Espera un minuto!, voy a hacer 30,000 en esta transacción y me estoy apresurando a llegar a la barra para hacer unos cientos de dólares", así que llamé a mi jefe y le dije que llegaría tarde.

**Claves para el éxito:** El negocio inmobiliario siempre ha sido fácil para mí. Me gusta hacer tratos. Sé cómo responder a objeciones. Sé cómo responder a los retos. Sé cómo hablarle a las personas y hacerlas sentir bien acerca de cosas a las que preferirían no renunciar.

He hecho todo mal... No era bueno con el dinero. Compré una oficina sin tener ninguna experiencia como propietario, me fusionaría con otra oficina. Estaba persiguiendo todo el dinero que tenía en ese momento. Finalmente encontré a alguien en quién descargarlo y me convertí en agente.

Hice 10 ventas, después 23 y luego 30. Más adelante incluí una asistente y mi negocio casi se duplicó. En ese tiempo yo trabajaba 10 horas al día, 7 días a la semana. Ahora con mi gran equipo me tomo libres 8 días al mes, nunca trabajo los domingos y tomo 3 períodos de vacaciones. El año pasado el negocio generó más de \$1.6 millones de dólares.

**Inspiración:** Siempre he sentido que no hay fin, las oportunidades en el negocio inmobiliario no tienen límite, te puedes convertir en lo que sea que quieras.

**Generación de contactos:** Yo anticipo el mercado, no sólo reacciono a él y he aprendido mejores técnicas de *marketing*. Hago anuncios a todo color (atraen bastante más), comerciales de IVR y mando 200 tarjetas más o menos a cada persona en el listado y en cada venta.

Allan Domb es mi héroe, me enseñó a enfocarme en mi mercado y hacer mejor uso de mi tiempo.

## INSTANTÁNEA DE UN MILLONARIO

**ELAINE NORTHROP**

Ellicott City, MD

**Experiencia:** 30 años

**Antes del negocio inmobiliario:** Ama de Casa.



### *Producción 2001*

**Transacciones:** 159

**Volumen de ventas:** \$71 millones de dólares.

**Ingreso en comisión bruta:** \$1.8 millones de dólares.

### *El equipo*

**Ventas:** Un especialista comprador.

**Apoyo:** Director de *marketing* (esposo), administrador de la oficina, contable, coordinador de exclusivas y un auxiliar administrativo.

### *Breve opinión*

**El inicio:** Mi marido me dejó con dos niños pequeños; jugué a la víctima. Después de seis meses que me vi sumida en eso... Vendí \$1 millón en los siguientes seis meses.

**Clave para el éxito:** Aprendí a utilizar la visualización creativa. Vi mi éxito. Me imaginé mi vida y cómo obtener algo mejor. Mientras más visualicé esas imágenes, más logré crear una nueva vida para mí.

Vi a otros agentes que lo estaban haciendo bien. Empecé a hacer lo mismo. Cada año me propuse metas superiores y diseñadas. Mi lema era "doble" y funcionó.

Tengo un asistente desde temprano. Me encanta la venta, no el papeleo.

**Inspiración:** Para mí, los bienes raíces no es un trabajo, es una forma de vida.

En primer lugar, debes crear el éxito en tu propia mente. A continuación, establecer metas y hacer que sucedan. Invertir en ti.

**Generación de contactos:** Hago una gran publicidad. Saco de 10 a 20 páginas en las revistas de casas y un anuncio de página completa todos los domingos en el periódico local. Escribo un nombre y una historia para cada casa que he vendido. Nuestros anuncios son muy creativos y pegajosos.

Hago 300 tarjetas de clientes que acabamos de contactar y a los completamente cerrados, pero ningún otro correo directo. Y hago reuniones a los clientes.

## INSTANTÁNEA DE UN MILLONARIO

**JOE ROTHCHILD**

Katy, TX.

**Experiencia:** 21 años

**Antes del negocio inmobiliario:** Ventas telefónicas y localización de departamentos.



### Producción 2001

**Transacciones:** 597

**Volumen de ventas:** \$106.9 millones de dólares.

**Ingreso en comisión bruta:** \$2.6 millones de dólares.

### El equipo

**Ventas:** 3 agentes compradores más un líder de equipo (hermano).

**Apoyo:** Administrador financiero (esposa), administrador de exclusivas, director de *marketing*, coordinador de retroalimentación del cliente, 2 coordinadores de venta cerrada, 2 recepcionistas y un mensajero.

### Breve opinión

**El inicio:** Yo fui directamente de la universidad a las ventas: ventas telefónicas. No tengo miedo de llamarle a las personas o tocar en puertas. Es como haces que los negocios sucedan.

Hice algunas ventas de campo y después de localización de apartamentos. Eventualmente ayudaría a las personas a rentar un apartamento, después a rentar una casa, después a comprar una casa.

Quería tener mi propio negocio, así que empecé *Rothchild Realty* y compré una franquicia, vendí esa, adquirí otra y la oficina es muy rentable.

Ahora tengo 9 en el equipo y 4 agentes compradores. Mi esposa dirige todas nuestras finanzas y operación de localización de apartamentos. Mi hermano dirige nuestro equipo de agentes compradores. Yo manejo todas las exclusivas y hago de 3 a 5 citas de exclusivas 6 veces a la semana.

**Clave para el éxito:** Mis claves para el negocio inmobiliario son conocer mi industria, conocer mi producto, cuidar a mis clientes, enfocarme en los sistemas y construir mi reputación local.

No quito el dedo del renglón en mi negocio. Observo todo como un halcón y me aseguro que todos están haciendo lo que necesitan estar haciendo. Los hago responsables.

Me afo de ser persistente y determinado en todo. La gente me dice que mis metas son inalcanzables, pero eso sólo me hace más determinado para alcanzar mis metas y probarles que se equivocan. Creo que la persistencia y la determinación son omnipotentes, todopoderosas, capaces de todo: el cielo es el límite.

**Generación de contactos:** Nos dan muchos prospectos por referencia, pero tengo un extenso plan de *marketing*: periódicos, revistas de casa y el internet. Nuestros letreros en la oficina por sí solos generan más de 7,000 contactos al año.

Siempre me he enfocado en anuncios locales que puedo dominar sin gastar demasiado dinero.

**El próximo año y el futuro:** Ahora estoy buscando más ingreso pasivo. Tengo más de 30 propiedades en renta las cuales manejo, incluyendo edificios comerciales. Mi meta es recibir un millón de dólares al año en ingreso pasivo de estas propiedades en renta.

## INSTANTÁNEA DE UN MILLONARIO

**BILL RYAN**

Chandler, AZ

**Experiencia:** 28 años

**Antes del negocio inmobiliario:**

Universitario y venta al detalle de medio tiempo.



### *Producción 2001*

**Transacciones:** 281

**Volumen de ventas:** \$54 millones de dólares.

**Ingreso en comisión bruta:** \$1.4 millones de dólares.

### *El equipo*

**Ventas:** 6 agentes compradores.

**Apoyo:** Gerente de oficina, coordinador de transacción, coordinador de exclusivas, gerente de cuidado del cliente y 2 personas en gerencia de propiedad.

### *Breve opinión*

**El inicio:** Salí directo de la universidad hacia los bienes raíces. Soy nativo del área en la que vivo. Así que trabajé desde el principio. Teníamos una población de 15,000 a 20,000 en esos días. Ahora es de 200,000. Ha sido mi nicho de negocio. Y simplemente ha crecido durante los años.

**Claves para el éxito:** He aprendido a ser más metódico. Si no lo tratas como negocio, no se convertirá en negocio.

Estoy en lo alto de la educación: CRS (Consejo de Especialistas Residenciales) estuvo magnífico. He aprendido a implementar lo que me han enseñado: establecer metas y poner sistemas en su lugar. Ahora disfruto enseñándole a otros cómo ser exitosos.

He tenido un asistente por 24 años, pero cuando contraté a Kerri como mi gerente de oficina hace cuatro años, mi negocio dio un gran salto. Ha duplicado su ingreso y yo he duplicado el negocio.

**Generación de contactos:** He dejado de tirar piedras a la pared, ahora he estrechado mis promociones. Dejé de hacer anuncios en revistas del hogar y en las páginas amarillas. Mi negocio aún creció y ahorré más de \$40,000 en gastos.

Cuando registras tus contactos, tú sabes lo que está funcionando y dónde gastar tu dinero. Cuando intentas un nuevo programa síguelo de 6 meses a un año. Tienes que darle oportunidad.

Hago una carta informativa a mis 3,000 de la esfera de influencia y a mis 12,000 del área de la comunidad. Hago de 200 a 400 tarjetas alrededor de mis ventas y he mejorado mi sitio de internet.

**Otros negocios:** En 1986 el *Tax Reform Act* me golpeó duro. Fui de más de \$4 millones de ganancia neta a \$2 millones de pérdidas. Decidí permanecer con lo que conozco, propiedades residenciales y ahora poseo 20 y estoy añadiendo dos por año. Me gusta la igualdad de la acumulación y reconocimiento.

## INSTANTÁNEA DE UN MILLONARIO

**RUSSELL SHAW**

Phoenix, AZ

**Experiencia:** 24 años

**Antes del negocio inmobiliario:** Ventas de seguros y difusión en radio y TV.



### Producción 2001

**Transacciones:** 383

**Volumen de ventas:** \$50.6 millones de dólares.

**Ingreso en comisión bruta:** \$1.5 millones de dólares.

### El equipo

**Ventas:** 2 agentes compradores y un especialista en listados.

**Apoyo:** 2 gerentes de transacción, un gerente de exclusivas, un gerente de oficina y un asistente administrativo. Su esposa ayuda en ambas: ventas y soporte a gerencia.

### Breve opinión

**El inicio:** Salí del negocio de los seguros, así que sabía cómo crear una base de clientes que traería negocio por repetición.

**Claves para el éxito:** Al principio era un tonto para contratar. Me he vuelto mejor. La cosa más inteligente que he hecho es delegarlo todo. Mi esposa es mejor contratando que yo. Así que se lo dejo a ella y a mi gerente de oficina. Ahora no microadministro y de hecho lo hacen mejor de lo que yo hubiera podido.

Con la excepción de un vecino, no he trabajado con un comprador desde 1993. El año pasado tomamos 519 exclusivas de 912 entrevistas de exclusivas y yo fui a más o menos 25 de ellas. Y no presento ofertas: mi gerente de contratos lo hace.

Solía regalar todos mis compradores. Sabía que perdía negocio, ahora con mi equipo de ventas, estamos haciendo más negocio.

Es mi trabajo dirigir el negocio y darle un vistazo a nuestro *marketing*: traer negocio hacia nosotros.

**Inspiración:** Los agentes deben parar de enfocarse en el trato que *casi* obtienen y enfocarse en *todo el negocio* allá afuera. Si uno quiere mirar los residuos, los clientes con los que nunca pudo ponerse en contacto, en cualquier caso representan las pérdidas reales: no es el que se escapó.

Me han diagnosticado cáncer y no trabajé para el acumulado del año pasado. Mi negocio sí creció, no estaba allí y tuve el mejor año de todos.

**Generación de contactos:** Usa tus fuerzas y habilidad natural para construir tu negocio. Estuve en radio y televisión por 12 años, así que hago comerciales de radio y tengo un programa radiofónico. Hago mi propio guion y hago comedia.

Tengo una base de datos de 5,000 personas a las que mando e-mail cada mes. Subrayo nuestras ventas y ofrezco nuestro paquete de información.

Sea lo que hagas enfócate en los beneficios que tú provees al consumidor.



# INSTANTÁNEA DE UN MILLONARIO

**SHERRY WILSON**

Purcellville, VA

**Experiencia:** 18 años

**Antes del negocio inmobiliario:** Maestra de escuela.



## *Producción 2001*

**Transacciones:** 351

**Volumen de ventas:** \$102.6 millones de dólares.

**Ingreso en comisión bruta:** Más de \$3 millones de dólares.

## *El equipo*

**Ventas:** 6 agentes compradores (2 nuevos agentes compradores).

**Apoyo:** Gerente de operaciones, gerente de exclusivas, gerente de contratos, asistente ejecutivo, coordinador de recepción y publicidad, coordinador de proyectos especiales y 2 mensajeros de medio tiempo.

## *Breve opinión*

**El inicio:** A mediados de 1984, mientras aún enseñaba en la escuela, decidí obtener mi licencia. Siempre disfruté leyendo esas revistas inmobiliarias y conocía el mercado. Nos acabábamos de mudar al condado y los bienes raíces era algo que me estaba interesando. Me di cuenta que podía vender una casa o 2 por año y ayudar a las personas, disfruto ayudando a la gente, así que fue lo que hice. Mientras estaba enseñando en la escuela tiempo completo, al siguiente año era novata del año. Y el siguiente año también mientras enseñaba tiempo completo, era la más alta en ventas del condado. Estaba realmente temerosa de que nada más tuviera suerte. Enseñé dos años completos después de tener mi licencia y más tarde renuncié. Cada año desde entonces, era la principal productora en el país, la mejor en ventas y la más alta en exclusivas.

**Claves para el éxito:** Siempre he tenido ayuda. 6 meses en el negocio y tenía una asistente de medio tiempo. Tuve ayuda antes que alguien supiera del concepto de equipo. Antes de que todos empezaran a hablar de asistentes. Yo tenía ayuda para las partes del negocio que no disfrutaba.

Soy muy consistente en todo lo que hago. Mi visión siempre estaba en el negocio del mañana. Y nunca, nunca (enseño a mis agentes que si piensan de esta manera también van a lograrlo), mantengo mi ojo en cuánta comisión voy a obtener. Mi enfoque está y siempre estará en ayudar a otros a lograr sus metas.

**Generación de contactos:** Un sistema de referencias fuerte y reconocimiento del nombre por medio de publicidad. Sin sistema de local, sin mail directo, donde estoy puedo caminar a una tienda de abarrotes, un restaurante, un cine. Puedo ir a cualquier lado y tendré personas viniendo hacia mí porque me reconocen de la publicidad. Mi presupuesto es bastante significativo en publicidad.

**Otros negocios:** Soy dueña de una compañía inmobiliaria, una compañía de títulos, una empresa de referencias y 15 propiedades de inversión. Estaba realmente asustada que no tendría una jubilación, así que hice que mi meta para mis primeros 10 a 15 años en el negocio era comprar una propiedad de inversión cada año.

**Siguiente año y el futuro:** Estoy adelante de mis números de 2001 por un poco. En 2001 mi meta era alcanzar \$100 millones en volumen de ventas. Como premio de ayudarme a alcanzar esa meta, me llevé a 16 miembros de mi personal de crucero, porque el mercado se había detenido. Mantuve mis metas en \$100 millones en volumen de ventas. Un incremento en mi promedio de precio de venta de \$292,000 a aproximadamente \$315,000 es mantenerme adelante de mi paso del 2001. También ayuda a mi equipo a conocer que si alcanzamos la producción de 2001, ¡tendremos otro crucero!

## INSTANTÁNEA DE UN MILLONARIO

### TIM WOOD

Big Bear Lake, CA

Experiencia: 27 años

Antes del negocio inmobiliario: Impresor de periódicos.



### Producción 2001

Transacciones: 275

Volumen de ventas: \$38 millones de dólares.

Ingreso en comisión bruta: \$1.45 millones de dólares.

### El equipo

**Ventas:** 2 agentes inmobiliarios autorizados (uno de los cuales es hijo de Tim) quienes manejan aproximadamente 25% del listado completo y apoya el 75% del trabajo de Tim personalmente.

**Apoyo:** Equipo de 2 para soporte administrativo y de ventas, confía en la hipoteca y compañías de fideicomiso, así que no se necesita coordinador de transacciones.

### Breve opinión

**El inicio:** Los primeros 5 años me enfoqué en cuánto dinero podría hacer. Pensé que hacer \$100,000 dólares al año me haría un millonario. Manejaba Porsches, gastaba mucho dinero, todas las cosas materiales. Tenía problemas de impuestos. Esos fueron los 5 primeros años.

**Claves del éxito:** Después, los últimos 20 a 25 años me encontré que enfocarme en la meta del dinero no necesariamente me despierta por la mañana. He descubierto que, para mí, es cuestión de enfocarse, interiorizarse, personalizar las emociones de mis sueños y mi visión, eso es lo que me despierta por la mañana. Eso es lo que me mantiene motivado.

Eso es en verdad lo que me mantiene emocionado y en camino.

Mi creencia es que los sueños y perspectivas son más grandes y más a largo plazo que las metas. Las metas son simplemente puntos a enfocar y que una vez completados te ponen más cerca de los sueños y panoramas del futuro. Las metas son simplemente un vehículo de tus sueños y los sueños son la gasolina de tus metas.

**Inspiración:** Lo que me inspira es mi fijación en el futuro de cuándo tendré libertad total. Mi idea de ese día es: Estoy viendo el camino en una bicicleta de montaña, con el cabello largo hasta los hombros, sin playera, jeans cortados y voy a la oficina de correos a la caja 315 y saco un sobre marrón con un cheque verde por \$100,000 para el día! Ahora ese es un gran día. ¡Eso es el porqué me despierto a las 3:19 a.m!

**Otros negocios:** Soy dueño de un negocio inmobiliario, un fideicomiso y una compañía hipotecaria.

**Consejo:** Mantenlo simple. Hacer y ganar un millón de dólares. La mayoría de personas lo hacen mucho más complicado de lo que es. Debes ser paciente. La falta de paciencia es el héroe de nuestra muerte. Todos quieren ganar un millón, pero pocos pueden mantenerse ahí lo suficiente para lograrlo. Mira, me llevó veinte años acumular \$1 millón en efectivo en el banco. Dos años después tenía \$3 millones y para final de este año tendré \$5 millones. Muchas personas no entienden lo que es la paciencia. Es uno de los pasos finales. No puede ser evitado. Es ya sea tu aliada o tu enemiga y tienes que saber cuándo es y cuándo no lo es.

**El siguiente año y el futuro:** Este año (julio 2002) hemos cerrado 275 y tenemos 500 proyectados para este año. La venta será de \$50, \$55 o \$60 millones y tendremos cerca de \$2.2. millones en comisiones.

Tyler y Mike (los asistentes autorizados del negocio inmobiliario) tienen 27 y 28 años. Mi meta es tener a estos chicos en posición de retiro, si les gustaría, cuando tengan 35 años.

## INSTANTÁNEA DE UN MILLONARIO

**DON ZELEZNAK**

Scottsdale, AZ

**Experiencia:** 14 años

**Antes del negocio inmobiliario:** Consorcios de apartamentos / planeamiento financiero.



### *Producción 2001*

**Transacciones:** 491

**Volumen de ventas:** \$77 millones de dólares.

**Ingreso en comisión bruta:** \$2 millones de dólares.

### *El equipo*

**Ventas:** Una persona, mi hijo Ryan quien ha estado en bienes raíces desde 1997.

**Apoyo:** Una persona, Dee Ann, maneja toda la coordinación de administración y transacción.

### *Breve opinión*

**El inicio:** En 1984 me mudé de Minnesota a Arizona. Había hecho más de \$100 millones en bienes raíces de consorcios, pero decidí que iría por ventas inmobiliarias. Crecí mi negocio trabajando con inversionistas. Los ayudé a encontrar grandes compras y después inversión en ventas "sin igual" con hipotecas envueltas. Algunos sólo compraban y revendían; otros mejorarían la propiedad y revenderían.

Hay cerca de 100 personas con las que permanezco en contacto como inversionistas repetidos. Hace dos años nos movimos hacia trabajo más tradicional con compradores y vendedores. Nuestra base de datos está ahora en 1,000, pero gran parte de nuestro negocio viene de referencias.

**Claves para el éxito:** Me encanta la acción, pero tienden a abarcar demasiado. Eso es lo que mi esposa me sigue recordando.

Puedo llevar el enfoque de mi trabajo y tratar de aprovechar el flujo de caja y el ingreso pasivo de negocio o proyectos que tengo.

La contratación de mi primer ayudante era un gran paso. Si vas a conseguir a alguien bueno, tienes que pagar bien.

Tengo un gran contador que entiende de negocios, no todos los contadores lo hacen, pero hago todos mis propios presupuestos y puedo seguir mis P y G de cerca.

**El año que viene y el futuro:** Voy a hacer alrededor de \$80 millones en volumen de ventas en 2002, con cerca de \$ 2.2 millones en GCI. Pero voy a conseguir eso con la mitad de las transacciones que hicimos en 2001.

Mientras mi hijo Ryan hace una gran cantidad de exclusivas y el comprador trabaja, me estoy concentrando en el desarrollo de bienes raíces. Tengo siete proyectos comerciales (en su mayoría condominios de oficina) y una subdivisión de 3,000 lotes que se llevará 10 años en desarrollarse. Será una gran fuente de futuros compradores, vendedores y los ingresos por comisiones.

## APÉNDICE A:

MODELO DE INFORME DE  
GANANCIAS Y PÉRDIDASMODELO DE INFORME DE  
GANANCIAS Y PÉRDIDAS

Categoría	Total mensual
<b>Ingreso</b>	
4000 Ingreso residencial	
4010 Ingreso de listado	
4020 Reventa	\$0.00
4030 Casas nuevas	\$0.00
4040 Reubicación	\$0.00
4050 Ingreso de listado: otros	\$0.00
Total 4010 Ingreso del listado	\$0.00
4110 Ingreso de ventas	
4120 Reventa	\$0.00
4130 Casas nuevas	\$0.00
4140 Reubicación	\$0.00
4150 Ingreso de ventas: otros	\$0.00
Total 4010 Ingreso del listado	\$0.00
Total 4000 Ingreso residencial	\$0.00

# 4200 Ingreso comercial

4210 Ingreso del listado	
4220 Existencia	\$0.00
4230 Nuevos	\$0.00
4240 Ingreso del listado: otros	\$0.00
<b>Total 4210 Ingreso del listado</b>	<b>\$0.00</b>

# 4310 Ingreso de ventas

4320 Existencia	\$0.00
4330 Nuevos	\$0.00
4340 Ingreso de ventas: otros	\$0.00
<b>Total 4310 Ingreso de ventas</b>	<b>\$0.00</b>

# **Total 4200 Ingreso comercial**

\$0.00

# 4810 Ingreso de préstamo residencial

\$0.00

# 4815 Ingreso de préstamo comercial

\$0.00

# 4820 Ingreso de referencia

\$0.00

# **Ingreso total**

\$0.00

# **Costo de ventas**

# 5010 Comisión pagada

5020 Especialista de compras \$0.00

5030 Especialista de exclusivas \$0.00

5040 Misceláneos CP \$0.00

5050 Comisión de pagados: otros \$0.00

# **Total 5010 Comisiones pagadas**

\$0.00

# 5200 Concesiones

\$0.00

# **Total del costo de ventas**

\$0.00

# **Ganancia Bruta**

\$0.00

# Gastos

# 6919 Contabilidad y Preparación de impuestos

# 6020 Publicidad

6040 Periódico \$0.00

6050 Revistas en general \$0.00

6060 Revistas de propietarios \$0.00

6070 Radio \$0.00

6080 Televisión \$0.00

6090 Anuncios \$0.00

# 6100 Internet

6110 Trabajo de diseño \$0.00

6120 Cuota de mantenimiento Website \$0.00

6130 Página de inicio / Acceso / e-mail \$0.00

6140 Internet: otros \$0.00

# **Total 6100 Internet**

\$0.00

6140 Artículos de regalo \$0.00

6150 Tarjetas de negocio \$0.00

6155 Letreros \$0.00

6160 Volantes \$0.00

6165 Correo directo \$0.00

6170 Telemarketing \$0.00

6175 Número 01:800 \$0.00

6177 Tecnología IVR \$0.00

6020 Anuncios: otros \$0.00

# **Total 6020 Publicidad**

\$0.00

# 6180 Automóvil

6185 Porción de interés del pago \$0.00

6190 Gasolina \$0.00

6195 Mantenimiento \$0.00

6199 Automóvil: otros \$0.00

# **Total 6180 Automóvil**

\$0.00

PATROCINADO POR EL CANAL : <https://t.me/cardinglatinotg>



6205 Cheques	\$0.00
6210 Cargos por servicio	\$0.00
6215 Banco: otros	\$0.00
<b>Total 6200 Banco</b>	<b>\$0.00</b>
6215 Contribuciones a la caridad	\$0.00
6220 Cargos de computadora MLS	\$0.00
6225 Educación continua	\$0.00
6230 Libros	\$0.00
6235 Boletines de noticias	\$0.00
6240 Cintas	\$0.00
6245 Seminarios	\$0.00
6250 Suscripciones en revistas	\$0.00
6255 Educación continua: otros	\$0.00
<b>Total 6225 Educación continua</b>	<b>\$0.00</b>
6260 Contrato laboral	\$0.00
6270 Tecnología de apoyo	\$0.00
6280 Asesoramiento	\$0.00
6290 Contrato laboral: otros	\$0.00
<b>Total 6260 Contrato laboral</b>	<b>\$0.00</b>
6290 Copias	\$0.00
6300 Reportes de crédito	\$0.00
6310 Regalos a clientes	\$0.00
6315 Amortización / Depreciación	\$0.00
6320 Deudas	
6330 MLS	\$0.00
6340 NAR	\$0.00
6350 Otras deudas	\$0.00
6355 Deudas: otros	\$0.00
<b>Total 6320 Deudas</b>	<b>\$0.00</b>

6370 Copiadora	\$0.00
6380 Fax	\$0.00
6390 Computadoras	\$0.00
6400 Teléfono celular	\$0.00
6410 Localizador	\$0.00
6420 Otra renta de equipo	\$0.00
6425 Renta de equipo: otros	\$0.00
<b>Total 6360 Renta de equipo</b>	<b>\$0.00</b>
6430 Intereses	\$0.00
6440 Seguros	
6450 E & O	\$0.00
6460 Propiedad	\$0.00
6470 Automóvil	\$0.00
6480 Equipo	\$0.00
6485 Seguros: otros	\$0.00
<b>Total 6440 Seguro</b>	<b>\$0.00</b>
6490 Legales	\$0.00
6500 Cajas de seguridad	\$0.00
6510 Comidas	\$0.00
6520 Suministros de oficina	
6530 Papel	\$0.00
6540 Otros suministros de oficina	\$0.00
6545 Suministros de oficina: otros	\$0.00
<b>Total 6520 Suministros de oficina</b>	<b>\$0.00</b>
6650 Fotografía	\$0.00
6560 Franqueo / Flete / Entrega	\$0.00
6570 Impresión (no publicidad)	\$0.00
6580 Honorarios profesionales	\$0.00
6590 Renta de oficina	\$0.00

# 6600 Reparaciones y mantenimiento

6610 Oficina	\$0.00
6620 Computadoras	\$0.00
6630 Fax	\$0.00
6640 Copiadora	\$0.00
6650 Otras reparaciones	\$0.00
6660 Reparaciones y mantenimiento: otros	\$0.00
<b>Total 6600 Reparaciones y mantenimiento</b>	<b>\$0.00</b>

# 6670 Salarios

6690 Administración	\$0.00
6680 Especialistas en exclusivas	\$0.00
6700 Especialistas en compras	\$0.00
6700 Especialistas en ventas	\$0.00
6710 Personal	\$0.00
6720 Corredores	\$0.00
6730 Otros salarios	\$0.00
6735 Salarios: otros	\$0.00
<b>Total 6670 Salarios</b>	<b>\$0.00</b>

# 6740 Teléfono

6750 Línea telefónica	\$0.00
6760 Larga distancia	\$0.00
6765 Localizador	\$0.00
6770 Teléfono celular	\$0.00
6775 Correo de voz	\$0.00
6780 Servicio de contestadora	\$0.00
6790 Línea de fax	\$0.00
6800 Línea MLS	\$0.00
6810 Línea de computadora / internet	\$0.00
6815 Teléfono: otros	\$0.00
<b>Total 6740 Teléfono</b>	<b>\$0.00</b>

# 6820 Impuestos

6830 Nómina (FICA)	\$0.00
6840 Nómina (FUTA)	\$0.00
6850 Nómina (SUTA)	\$0.00
6869 Impuesto federal sobre la Renta	\$0.00
6880 Impuestos estatales	\$0.00
6890 Impuestos: otros	\$0.00
<b>Total 6820 Impuestos</b>	<b>\$0.00</b>

# 6900 Viajes/alojamiento

<b>Gastos totales</b>	<b>\$0.00</b>
-----------------------	---------------

<b>Ingreso Ordinario Neto</b>	<b>\$0.00</b>
-------------------------------	---------------

# Otros ingresos

7000 Otros ingresos	
7100 Ganancia compartida	\$0.00
7110 Ingreso de intereses	\$0.00
7120 Ingresos misceláneos	\$0.00
7130 Otros ingresos: otros	\$0.00
<b>Total de Otros Ingresos</b>	<b>\$0.00</b>

Otros gastos	\$0.00
--------------	--------

<b>Otros ingresos netos</b>	<b>\$0.00</b>
-----------------------------	---------------

<b>Ingresos netos</b>	<b>\$0.00</b>
-----------------------	---------------

## APÉNDICE B:

## EJEMPLO DE HOJA DE BALANCE

## EJEMPLO DE HOJA DE BALANCE

<b>Categoría</b>	<b>Total mensual</b>
<b>Activos</b>	
Activos actuales	
Cheques/ahorros	
1010 Cuenta de cheques del negocio	\$0.00
1020 Cuenta del negocio, Dinero del mercado	\$0.00
Total de cheques/ahorros	\$0.00
Cuentas por cobrar	
1300 Cuentas por cobrar	\$0.00
Total de Cuentas por cobrar	\$0.00
Otros activos actuales	
Total de Activos actuales	\$0.00
Activos fijos	
1600 Computadoras	
1601 Costo de computadoras	\$0.00
1602 Computadoras: depreciación acumulada	\$0.00
1603 Computadoras: otros	\$0.00
Total 1600 Computadoras	\$0.00

# 1610 Automóviles

1611 Automóviles: costo	\$0.00
1612 Automóviles: depreciación acumulada	\$0.00
1613 Automóviles: otros	\$0.00
<b>Total 1610 Automóviles</b>	<b>\$0.00</b>

# 1620 Mobiliario y arreglos

1621 Mobiliario y arreglos: costo	\$0.00
1622 Mobiliario y arreglos: depreciación acumulada	\$0.00
1623 Mobiliario y arreglos: otros	\$0.00
<b>Total 1620 Mobiliario y arreglos</b>	<b>\$0.00</b>

# 1630 Equipo

1361 Equipo: costo	\$0.00
1632 Equipo: depreciación acumulada	\$0.00
1633 Equipo: otros	\$0.00
<b>Total 1630 Equipo</b>	<b>\$0.00</b>

# Total de activos fijos

# Otros activos

1700 Depósitos reembolsables	\$0.00
1710 Gastos prepagados	\$0.00
1800 Costos de inicio	\$0.00
<b>Total de otros activos</b>	<b>\$0.00</b>

# Total de activos

# Obligaciones y patrimonio

# Obligaciones

# Obligaciones actuales

# Cuentas por pagar

2010 Cuentas por pagar	\$0.00
------------------------	--------

# Total de cuentas por pagar

# Tarjetas de crédito

2020 Cuenta de tarjetas de crédito	\$0.00
<b>Total de tarjetas de crédito</b>	<b>\$0.00</b>

# Otras obligaciones actuales

2100 Retención Federal por pagar	\$0.00
2110 Retención por pagar FICA	\$0.00
2120 Retención estatal por pagar	\$0.00
2130 FUTA por pagar	\$0.00
2140 SUTA por pagar	\$0.00
2200 Impuestos Federales por pagar	\$0.00

# Total de otras Obligaciones actuales

# Total de Obligaciones actuales

# Obligaciones a largo plazo

# Notas por pagar

2710 Nota por pagar	\$0.00
---------------------	--------

# Total de Obligaciones a largo plazo por pagar

# Total de Obligaciones

# Equidad

3000 Apertura de Balance de equidad	\$0.00
3100 Capital común	\$0.00
3900 Percepciones retenidas	\$0.00
Ingreso neto	\$0.00
<b>Total de equidad</b>	<b>\$0.00</b>

# Total de obligaciones y equidad

# SOBRE LOS AUTORES

PATROCINADO POR EL CANAL : <https://t.me/cardinglatinotg>



## GARY KELLER

Gary Keller es fundador y Presidente de la Junta *Keller Williams Realty International*. Además de escribir, enseñar y dar asesoría, continúa proporcionando dirección estratégica para Keller Williams y sus otras compañías. Gary estableció a *Keller Williams Realty* con su socio Joe Williams en 1983. La compañía empezó a ofrecer franquicias en 1987 y se expandió a Canadá en 1999. De 1995 al día de hoy, *Keller Williams Realty* se ha convertido en una de las compañías de bienes raíces de más rápido crecimiento en Estados Unidos, con ventas y comisiones creciendo 700% durante ese periodo.

Nativo de Houston, Texas, Gary estudió en Baylor University, donde logró un BBA en *marketing* y bienes raíces en 1979. Empezó su carrera en el negocio inmobiliario como agente y posteriormente se movió a la gerencia.

Gary está casado con Mary Pfluger y tienen un hijo, John Christian. Gary disfruta de tocar la guitarra, leer, ver películas, deportes y pasar el mayor de tiempo posible con su familia y amigos.



## DAVE JENKS

Dave Jenks ejerce como decano de la Universidad Keller Williams y es Vicepresidente de Investigación y Desarrollo de Keller Williams. Antes de unirse a la compañía en 1996, él era Presidente y Director General en Century 21, estación Sur Central, con base en Dallas, Texas.

Nacido en Niágara Falls, Dave fue criado en el oeste de Nueva York. Se graduó de la Universidad Estatal de Nueva York en Albany (ahora Universidad de Albany) con B.S. en matemáticas y física. Más tarde obtuvo su maestría en administración educativa de la Universidad Colgate y un doctorado post graduado en estudios de psicología educacional en la Universidad Estatal de Michigan.

Dave ha estado en la industria inmobiliaria desde 1981, ha enseñado para el instituto Dale Carnegie y es propietario de su compañía de entrenamiento, *the Leadership Connection, Inc.* Es padre de 3 hijos y abuelo de 9. Dave adora viajar, leer (particularmente ciencia ficción) y participar en muchos deportes. Él se ha autoproclamado "futurista en una misión de empresa libre".

## JAY PAPASAN

Jay Papasan es editor y escritor. Graduado del programa de escritores de la Universidad de Nueva York, su trabajo como freelance ha aparecido en *Texas Monthly* y *Memphis magazine*. Jay pasó varios años como editor en *HarperCollins Publishers*, donde trabajó en algunos *best-sellers* como *Body-for-Life* de Bill Phillips y *Go for the Goal* de Mia Hamm. En su tiempo libre, ejerce sus hobbies: pesca con mosca, soccer y la búsqueda del último pay de limón. Reside en Austin, Texas con su esposa Wendy y su gato *BooBoo*.

PATROCINADO POR EL CANAL : <https://t.me/cardinglatinotg>

El Millonario Profesional Inmobiliario