

EL
LIBRO MÁS
PRÁCTICO
PARA
TRIUNFAR
EN
**BIENES
RAÍCES**

RICARDO CÁRDENAS

Master en Administración de Empresas. Georgia State University.
Ex Vice-Presidente de RE/MAX Latinoamérica y Caribe.
Actual Co-propietario de RE/MAX Caribe y Centroamérica.

INVITACIÓN

Querido lector:

Todas las religiones y filosofías a través de la historia han reconocido que cualquier acto, sea bueno o malo, tiene su consecuencia. No existe acción sin reacción. El Universo se mantiene en balance perfecto, ya sea que lo comprendamos o no.

Te invito a que respetes mis derechos de autor y no compartas este libro con personas que no hayan pagado su precio, el cual es razonable y justo, para que esté al alcance de todos.

Por Ley Natural, las consecuencias positivas de respetar mis derechos de autor te llegarán en muchas formas, como son mejores relaciones, más y mejores negocios, mejores clientes, mejor salud, mayor seguridad en ti mismo, más paz y estabilidad emocional y mucho más.

Y sobre todo, tendrás fuerza moral para exigir lealtad y respeto de tus clientes.

¡Te invito a que seas el cambio que quieres ver en el mundo!

DEDICATORIA

A mi esposa, Tere.

Durante más de tres décadas me has acompañado creciendo en la fe, creciendo como personas, formando un hogar, criando a Cristina y Andrea y construyendo una exitosa carrera inmobiliaria.

Sin ti, no hubiese logrado la mitad de lo que he alcanzado en la vida.

Veo con ilusión el resto del camino, que con ayuda de Dios disfrutaremos juntos.

¡Gracias por ser mi compañera ideal!

Ricardo

Si ...

Si conservas tu calma cuando todos la pierden
Si crees en ti mismo cuando dudan de ti
Si esperas en tu puesto sin cansarte en la espera
Si, aunque engañado, tú no engañas
Si, aunque odiado, tú no odias
Si eres bueno pero no demasiado
Si sueñas pero tus sueños no te esclavizan
Si tratas al triunfo y la derrota como dos impostores
Si arriesgas tus ganancias y pierdes y comienzas de nuevo tu lucha sin siquiera mencionar lo que tenías
Si hablas con la multitud y conservas tu virtud
Si hablas con reyes y conservas tu forma de ser
Si llenas un minuto con sesenta segundos útiles

Tuya es la tierra y sus tesoros.
Y lo mejor, serás todo un hombre, hijo mío...!

Rudyard Kipling
Poeta indio
Premio Nobel de Literatura 1907.

Índice

1.	¿Por qué trabajar en Bienes Raíces?	1
2.	Trabajando con propietarios vendedores	4
3.	Trabajando con compradores	10
4.	Actividades post venta	17
5.	Administración de tu tiempo	19
6.	Tus metas y la “Ley 80/20”	24
7.	Aprovecha tu mercado natural	28
8.	Tecnología	31
9.	El balance en tu vida	33
10.	Fe y Ley de Atracción	36
11.	¡Un futuro brillante!	39

Anexos:

1.	¿Por qué RE/MAX?	41
2.	Lecturas recomendadas	47
3.	Corazones Solidarios	48
4.	Orgullo Mestizo	49

Capítulo 1

¿Por qué trabajar en Bienes Raíces?

“Los hábitos son cadenas livianas que no se sienten, hasta que se convierten en cadenas pesadas que no se pueden romper.”

Warren Buffet
Prominente empresario estadounidense

Probablemente, la primera razón que acude a tu mente sea "ganar dinero, aumentar mis ingresos".

Efectivamente, el campo de los Bienes Raíces es altamente lucrativo y ofrece independencia financiera, pues prácticamente no existe límite a lo que puedes ganar si sabes lo que haces.



Figura 1. ¡Así inicio todo! Una repisa, un teléfono, una libreta de notas y muchos sueños. Bajo la sabia tutela de mi padre, Dr. Samuel Cárdenas. San Salvador, El Salvador. Julio de 1979.

Otras razones para trabajar en Bienes Raíces son: adquirir bienes importantes para tu familia, tales como una casa o un auto; costear una buena formación académica a tus hijos; disponer de tiempo libre; disfrutar una jubilación sin preocupaciones económicas, etc.

Sin embargo, en los Bienes Raíces existen otras áreas significativas y gratificantes, veamos algunas de ellas.

Al trabajar en Bienes Raíces obtienes independencia personal, eres tu propio jefe, posees tu propia empresa, decides la manera de organizar tu tiempo y priorizas tus actividades; no estás sujeto a un horario fijo que reduzca y

limite tus potenciales.

Los Bienes Raíces son un servicio: cuando facilitas las transacciones comerciales entre personas de tu comunidad, provees un valioso servicio social.

Como Agente de Bienes Raíces contribuyes activamente a generar riqueza, pues este campo genera un efecto multiplicador en la economía, especialmente cuando se trata de inmuebles nuevos. La construcción de un inmueble requiere la intervención de miles de personas, implica múltiples actividades y servicios periféricos, crea nuevos empleos, provoca valor agregado y mucho más.

Otra ventaja que reporta el trabajar en Bienes Raíces es que no se necesita realizar una gran inversión económica, pues un Agente de Bienes Raíces puede llegar a disponer de un inventario de millones de dólares sin poseerlo, es decir, sin necesidad de invertir su dinero para adquirir inmuebles, pues trabaja

con capital ajeno.

Otro aspecto interesante de los Bienes Raíces es que cuando se trata de un inmueble para vivir, éste constituye el centro físico del grupo familiar; el poseer un inmueble es la mayor ilusión de toda la familia, es el lugar en el cual la familia desarrolla su vida, se reúne, charla, vive dramas cotidianos, celebra cumpleaños, se alimenta, duerme, etc.; el facilitar su adquisición significa una honda satisfacción personal para el Agente de Bienes Raíces.

¿Más ventajas?

Sí, los Bienes Raíces es un tema interesante para todos, sobre el cual a las personas les gusta conversar; de ahí que, a diferencia de otros negocios (funerarias y pesticidas, por ejemplo) las personas comentan con curiosidad y preguntan con sincero interés sobre los índices de plusvalía, sobre la coyuntura del mercado, sobre las tasas de interés para préstamos hipotecarios, etc.; los Bienes Raíces es un campo que a todos incumbe y por ello se muestran deseosos de conversar sobre el tema espontáneamente, con interés y simpatía.

- o -

Si las circunstancias lo permiten, lo ideal es que la pareja se involucre en los Bienes Raíces. La acción conjunta de dos personas, la sumatoria de esfuerzos, es siempre mayor que la simple suma de los esfuerzos individuales. Es un fenómeno llamado Sinergia, el cual aplica a varios aspectos de este negocio. Además, el hecho que la pareja se involucre en los Bienes Raíces, transmite el mensaje que el negocio está yendo bien y por ello requiere el concurso de ambos.

- o -

Comparto con ustedes algunas experiencias personales.

Mi familia es originaria de El Salvador, Centroamérica. Allá por 1979 un hermano mío compró su primera casa y me comentó que su Agente de Bienes Raíces había ganado el 5% del precio en concepto de honorario (pagado por el antiguo propietario del inmueble). Aquello me pareció formidable y en ese momento se abrió ante mi vida una ventana promisorio para mejorar sustancialmente mi nivel de vida.

Ese fue el detonador que me llevó a iniciarme en Bienes Raíces a los 19 años de edad, vendiendo principalmente casas en la ciudad capital de San Salvador; ¡faltaba mucho camino para llegar a supervisar cerca de 4000 Agentes RE/MAX en toda Latinoamérica y el Caribe!

Poco tiempo después viví una experiencia personal que confirmó el acierto de mi decisión de dedicarme al negocio de Bienes Raíces. Un amigo mío, hijo de un banquero, consiguió un puesto muy bueno en una agencia bancaria y se ufanaba del sueldo que le pagaban. En esos días vendí una casa y gané tres veces más que lo que él ganaba en todo un mes de trabajo. Además, yo no estaba sujeto a horarios ni tenía jefes. La realidad, -¡los números!- me indicaban que había elegido el camino más promisorio.

Durante los últimos años se ha puesto de moda la palabra “emprendedor” y los Bienes Raíces son verdaderamente un campo idóneo para quienes tienen madera de emprendedores. William Taylor,

en su libro “Simplemente brillante” dice que “un emprendedor es aquella persona que hace más de lo que la gente cree posible, con menos de lo que la gente cree posible” – ¡Así somos los verdaderos profesionales inmobiliarios!

Puede sonar trillado decir que “los Bienes Raíces son un negocio de servicios”, así que lo explicaré con ejemplos de mi vivir. Lo primero que hice cuando inicié en 1979 fue conseguir una pequeña casa en venta, y me esmeré por brindar el mejor servicio posible al propietario. Luego conseguí varios compradores potenciales, y me dediqué a brindarles el mejor servicio posible. Después de varios años desarrollé un grupo de vendedores y me esforcé por brindarles un excelente servicio. Más adelante, ya con RE/MAX, dirigí grupos de franquiciados (dueños de franquicias) e hice todo por brindarles el mejor servicio. Siempre con RE/MAX, tuve el privilegio de servir a quienes considero los mejores Dueños de Región en el sistema, quienes cubren toda Latinoamérica y el Caribe. De forma que, sí, ¡los bienes raíces son un negocio de servicios! Si te gusta servir, llevas las de ganar en este negocio. Y cuando dirijas tu propio equipo, recuerda siempre que liderar es servir.

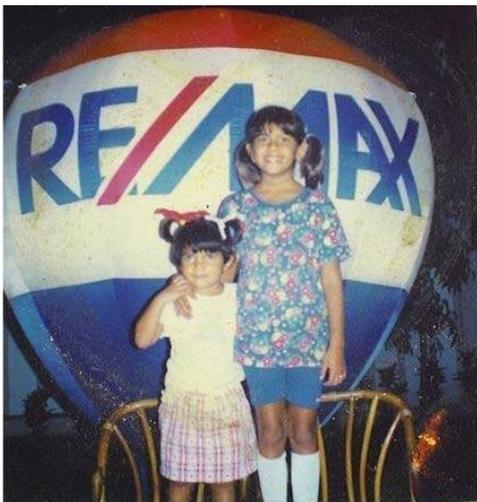


Figura 2. Cristina (la mayor) y Andrea, el día que compramos nuestra franquicia RE/MAX. Ahora ambas son mujeres de éxito. ¡Y pronto nos harán abuelos!

Los Bienes Raíces son un negocio de personas, que no son tan distintos que tú o yo. A este respecto, conviene recordar lo que afirma William Taylor: “En un mundo redefinido por la tecnología, la mayoría de personas anhelamos gestos de amabilidad que nos recuerden lo que significa ser humano.”

- 0 -

En 1995 hice uno de los contactos más importantes de mi vida. Estaba cansado de la falta de respeto del público, falta de profesionalismo del gremio, bajas comisiones y muchas dificultades operativas. Así que decidí investigar qué ofrecían las Franquicias de Bienes Raíces, para ver si esto es algo que nos convenía. De inmediato entendimos que esta sería una alianza estratégica de mutuo beneficio y fue así como convertimos Cárdenas y Cía. Bienes Raíces en RE/MAX Golden Real Estate, siempre en San Salvador. A través de este libro hago mención a RE/MAX pues me resulta imposible separar mi carrera de esta marca. Pero éste no es un libro publicitario de nuestra franquicia, sino un libro práctico para cualquiera que desee triunfar en los Bienes Raíces.

- 0 -

Luego de presentarles estas reflexiones iniciales sobre algunas ventajas de trabajar en Bienes Raíces, pasemos al segundo Capítulo.

Capítulo 2

Trabajando con propietarios vendedores

*“En una buena negociación,
ambas partes ganan.”*

*Dale Carnegie
Escritor estadounidense*

El trabajo con los propietarios vendedores es una faceta crucial de tu negocio de Bienes Raíces, ellos te proveen todo tu inventario sin costo alguno para ti. Sus propiedades son tu materia prima.

El error más frecuente que cometen los Agentes de Bienes Raíces es captar propiedades que no son vendibles. Y el segundo error más frecuente es no cobrar lo que merecen. Lee este capítulo con especial detenimiento.

A continuación, algunas sugerencias para trabajar profesionalmente con los propietarios vendedores.

En la entrevista con el posible propietario vendedor debes cubrir los siguientes aspectos:

- Presentarte personalmente y ganar su confianza. No te apresures en este paso. Interésate honestamente por los propietarios y determina si les podrás ayudar o no. No te pido que finjas aprecio; te pido que sientas aprecio por estas personas! Conócelos y determina su motivación y necesidades.
- Presentación profesional de tu negocio, sus beneficios y características y beneficios. Una característica es, por ejemplo “tomaré fotos profesionales de su propiedad” y el beneficio correspondiente es “así atraeremos más compradores potenciales.”.
- Entregar tu tarjeta de presentación, folleto de promoción personal, detalles de servicios profesionales que ofreces y algunos testimonios de tus clientes satisfechos. Un folleto de promoción personal es una pieza de marketing de una o varias páginas en que, como su nombre lo indica, promueves tu persona. Promuévete sin arrogancia, pero con un orgullo sano.
- Obtener la mayor información posible del inmueble, estudiar sus documentos y tomar fotos. Acostúmbrate a hacer bien las cosas. Tere, mi esposa, siempre dice “lo bien hecho, bien parece” y creo que tiene razón (como siempre, jaja)
- Resolución de objeciones más comunes, establecimiento del precio de venta, y firma del “Contrato de Exclusividad”. Estos temas se estudian en detalle en este capítulo.

Tip:

Confirma tus citas con anticipación, así muestras que tu tiempo vale y que esperas puntualidad.

- o -

Al trabajar con propietarios, no debes rebajar tus honorarios; el hacerlo sería el inicio de un camino descendente que no tiene final; disminuirías tu imagen profesional y serías injusto con otros clientes que te reconocieron tus honorarios completos.

Por otra parte, el mantenerte en tus honorarios te compromete a brindar un servicio de la más alta calidad, es decir, que satisfaga y sobrepase las expectativas de tu cliente.

El decir “no” a quien intenta rebajar tus honorarios es solo uno de los “no” que debes manejar en este negocio. Aquí te menciono otros:

- No debes aceptar propiedades con precios excesivamente altos porque tu trabajo de ventas será infructuoso.
- No debes aceptar una propiedad sin el “Contrato de Exclusividad”, perderías tu tiempo miserablemente y terminarías viendo que otro se lleva tus honorarios.
- No debes trabajar con propietarios que no están decididos y motivados para vender. ¡Es mejor dejar que la competencia atienda estos malos clientes!

- o -

Captar una propiedad para la venta también es vender. Te vendes tú como profesional y vendes los servicios de marketing inmobiliario que ofreces.

Las objeciones son parte natural del proceso de ventas, míralas no como murallas sino como puentes para continuar avanzando hacia el cierre del negocio, resuélvelas y avanza; nunca restes importancia a las objeciones de tu cliente, no las rehúyas ni las pospongas, no intentes evadirlas ni salirte por la tangente.

Las objeciones deben manejarse y resolverse, nunca permitas que se conviertan en puntos muertos de la negociación.

La Universidad de Notre Dame realizó un estudio que muestra que el 60% de las ventas son realizadas después de cuatro objeciones, de manera que no te desanimes ni te rindas ante ellas; al contrario, aprovéchalas para mover tu negociación hacia adelante, tómalas como parte integral del proceso de ventas.

- 0 -

Tu mejor herramienta para establecer el precio de mercado de un inmueble es el Estudio Comparativo de Mercado. Como su nombre lo sugiere, este es un estudio que compara los precios de mercado a que se han vendido recientemente propiedades similares en el mismo mercado.

Por ejemplo, si estás tratando de determinar el precio de mercado de una casa de 3 habitaciones, 2 baños y alberca, debes investigar en cuánto se han vendido recientemente otras casas que tienen las mismas características.

Para hacer la comparación, no siempre es posible encontrar casas que sean exactamente iguales (lo cual sería lo ideal); en este caso debes hacer los ajustes que sean necesarios. Siguiendo nuestro ejemplo del párrafo anterior: si al hacer el estudio encuentras datos de dos casas de 3 habitaciones, 2 baños, pero ninguna de ellas tenía alberca, debes estimar el precio de la alberca y sumarlo al precio en que se vendieron estas dos propiedades.

Realizar Estudios Comparativo de Mercado se facilita en los pocos países que tienen información de mercado perfecta o casi perfecta. Quienes trabajamos en mercados menos sofisticados debemos ser más ingeniosos para recopilar esta valiosa información. Nadie dijo que sería fácil, ¿o sí?

- 0 -

Veamos algunas “objeciones” que presentan los propietarios vendedores y la mejor manera de responderlas:

- El avalúo que has hecho de mi propiedad es demasiado bajo. Respuesta: En realidad, los Agentes no establecemos los precios; es la oferta y demanda que se presentan en el mercado quienes lo establecen. Lo único que los Agentes hacemos es comunicarle al propietario cuál es el precio de mercado, basándonos en el Estudio Comparativo de Mercado que le he presentado.
- Esperábamos un precio de \$400,000; no el precio de \$300,000 que tú sugieres. Respuesta: ¿Me puedes mostrar en qué te basas para llegar al precio de \$400,000? Porque el Estudio Comparativo de Mercado muestra un precio de \$300,000.
- Otros Agentes cobran menos de lo que tú cobras. Respuesta: Cierto. Pero si no saben defender sus honorarios, ¿cómo defenderán el precio de tu propiedad a la hora de venderla?
- ¿Tus honorarios son negociables? Respuesta: No, no lo son. Consideramos que son honorarios justos, basándonos en la calidad del servicio que ofrecemos. ¿Tienes alguna otra pregunta, antes de que procedamos a firmar el acuerdo?

- 0 -

Acerca de los Contratos con Exclusividad.

En EEUU y muchos países desarrollados, los propietarios contratan un solo Agente de Bienes Raíces para que venda su propiedad.

En Latinoamérica, el Caribe y la mayoría de países del mundo, en cambio, muchos propietarios creen – erróneamente – que su inmueble se venderá más rápidamente y a un precio más alto si contratan varios Agentes para que promuevan su propiedad en forma simultánea (y pagándole los honorarios sólo al Agente que verdaderamente traiga el comprador). Ésta es una práctica equivocada e injusta, contra la que debemos luchar educando a los propietarios.

La herramienta legal que te protegerá es el Contrato con Exclusividad, en que el propietario se compromete a que tú seas el único Agente inmobiliario que promueve su propiedad y a pagarte tus honorarios en caso que sea el mismo propietario u otra persona quien la venda.

También debes prepararte técnicamente y mentalmente, para cuando un propietario te diga que quiere contratar varios Agentes. Aquí presento dos objeciones comunes y cómo responderlas:

- No puedo firmar el Contrato con Exclusividad pues quiero contratar varios Agentes. Respuesta: Al contratar varios Agentes, compiten entre ellos para cerrar la venta rápidamente y a cualquier precio. Por esa razón, como norma, al contratar varios Agentes los inmuebles se venden a precios más bajos que los del Mercado; y cuando se contrata a un solo Agente con exclusividad, se venden al precio del Mercado.
- No puedo firmar el Contrato con Exclusividad pues ya tengo varios clientes interesados. Respuesta: Podemos crear una lista con los nombres de estos clientes y excluirlos de mi Contrato con Exclusividad.

Mientras más practiques el manejo de las objeciones, más fácilmente las resolverás; pero recuerda que no se trata de memorizar respuestas, sino de internalizar las ideas directrices; así las aplicarás perfectamente, en forma inconsciente.

- o -

Estableciendo el precio del inmueble.

El punto central de tu trato con los propietarios vendedores es dual; una parte es lo referente a tus honorarios y la otra parte es el precio del inmueble; ambos elementos forman el núcleo de tu negociación inicial con ellos. Debes definir estos dos temas antes de tratar los siguientes aspectos.

Desde el inicio insiste en determinar el mejor precio de venta del inmueble; el precio justo, el precio realista, ése es el precio de mercado. El precio es el núcleo de la negociación, es la joya de la corona en la compra-venta de inmuebles. Cuando se habla del precio, todo lo demás pasa a segundo lugar, es

generalmente el factor más decisivo en el proceso de compra-venta.

En Bienes Raíces existe un decir popular que afirma que lo más importante es: “Ubicación, ubicación, ubicación.” No te confundas. La ubicación es lo más importante para el comprador, no para ti. Tú no estás comprando el inmueble, sólo lo estás promoviendo para la venta. Para ti lo más importante es el precio, no la ubicación, pues todos los inmuebles (aún los mal ubicados) se venden cuando tienen el precio correcto.

Con frecuencia, el propietario vendedor desea anunciar su inmueble a un precio más alto que el del mercado “para escuchar ofertas”. Pero éste es un enfoque erróneo, veamos:

- El precio real de un inmueble no es determinado ni por el vendedor ni por el comprador, sino por el mercado, es decir, por la oferta y la demanda en cada momento. Ése es el precio que debes impulsar, tanto ante el propietario vendedor como ante el comprador. Ése es el precio justo y equitativo para todos.
- Muchas buenas propiedades no se venden por un precio excesivamente alto.
- La “estrategia” de comenzar con un precio irrealistamente alto “para que hagan ofertas” es contraproducente, pues muchos compradores potenciales ni siquiera hacen ofertas. Es más, ni siquiera se acercan a la propiedad, pues la descartan “a priori” por considerarla fuera de su alcance.
- Un precio justo, adecuado, atrae compradores y genera ofertas razonables; un precio demasiado alto ahuyenta compradores potenciales e impide ofertas.
- El período inicial de exposición de un inmueble en el mercado de Bienes Raíces es crucial, es el lapso en el cual los compradores potenciales muestran interés. Cuando el propietario inicia con un precio demasiado alto y luego decide bajar el precio, ya se ha perdido un buen segmento del mercado de compradores potenciales.
- Aún en el caso poco probable que se encuentre un comprador deseoso de pagar el alto precio establecido por el propietario vendedor, falta que un Banco esté dispuesto a financiar el inmueble a ese precio. El inmueble debe venderse dos veces, la primera al comprador y la segunda al Banco.

- 0 -

En algunos casos, para aumentar las posibilidades de venta, los inmuebles deben ser mejorados, muchas veces sin costos sustanciales para los propietarios.

Aquí una lista de mejoras económicas que pueden marcar la diferencia:

- Mejorar la iluminación, incrementando la capacidad de todos los bombillos y sustituyendo los que estén fundidos.
- Pintura general, preferiblemente con colores neutros.

- Eliminar muebles que no sean indispensables.
- Lavar todas las cortinas y alfombras.
- Desocupar la bodega de todo lo innecesario.
- Aceitar todas las puertas, reparar las cerraduras.
- Arreglar el jardín, podarlo, mejorar sus plantas, mangueras enrolladas, leña apilada, etc.
- Ordenar y limpiar la terraza, el piso, los muebles de jardín, pintar todo lo necesario.
- Desbrozar las áreas verdes, reparar la cerca, rellenar las áreas con piedrilla.

Para cerrar este capítulo, permíteme repetir esta frase: El error más frecuente que cometen los Agentes de Bienes Raíces es captar propiedades que no son vendibles. Y el segundo error más frecuente es no cobrar lo que merecen. ¡Evita estos errores!

Capítulo 3

Trabajando con compradores

“Lo que hagas, hazlo tan bien que tus clientes quieran comprar otra vez y enviarte a sus amigos.”

Walt Disney

Pionero de la industria del entretenimiento en EEUU

De la misma manera que lo haces con los propietarios, es decir, profesionalmente, organizadamente, lo haces con los compradores.

Primer paso:

Conócelos, interésate honestamente en ellos. No sólo les preguntas qué tipo de inmueble buscan – Pregúntales por qué buscan tal tipo de inmuebles.

Al trabajar con compradores (en realidad, también al trabajar con propietarios vendedores), debes ser como el buen médico que se toma su tiempo para hacer un buen diagnóstico y conocer a su paciente antes de proceder a recetar un medicamento en forma apresurada.

Habla brevemente de tu persona: especialmente de tu experiencia en Bienes Raíces; y menciona personas que ya compraron a través tuyo. De nuevo, sin arrogancia, pero con un orgullo sano.

Presenta tu negocio al cliente, provee información relevante de la Compañía que te respalda.

En la primera entrevista entrega la lista de documentos necesarios para comprar una propiedad y explora algunas fuentes de financiamiento.

Segundo paso:

Calificas los compradores, formulándoles preguntas profesionales, conocidas precisamente como “preguntas de calificación”, por ejemplo:

- ¿Ya dispone de una fuente de financiamiento?
- ¿Quién le ayudará a tomar la decisión?
- Si encontramos la casa correcta el día de hoy, ¿está listo para comprarla?

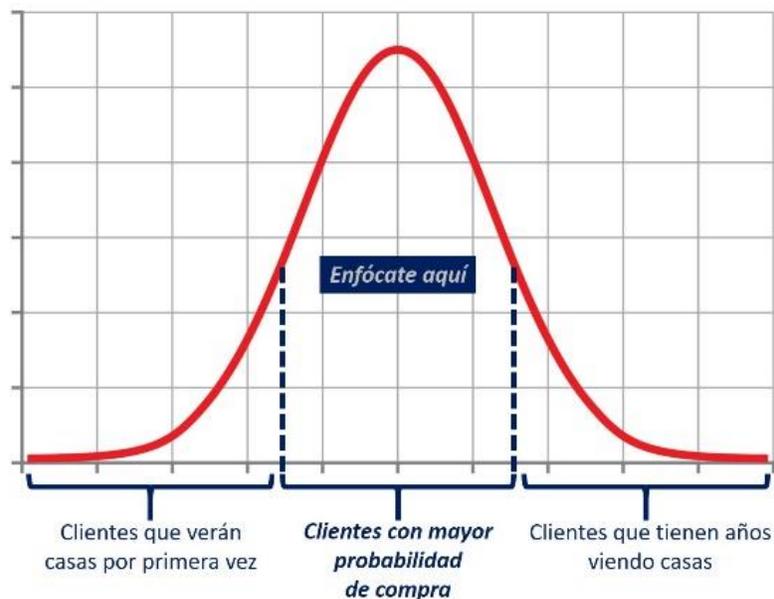
Una pregunta crucial:

- ¿Desde hace cuánto tiempo está viendo casas?

Las respuestas de los compradores potenciales a esta última pregunta se clasifican en las siguientes tres categorías:

- Apenas estoy comenzando, ésta es la primera entrevista
- Llevo muchos años viendo propiedades, pero ninguna me gusta del todo.
- Hace poco tiempo, he visto algunas propiedades pero quisiera ver otras.

Descarta los clientes que te dan las respuestas (a) y (b) pues son clientes con pocas o mínimas probabilidades de compra; concéntrate en los clientes que te dicen la tercera respuesta (c), pues esos clientes ya conocen el mercado y continúan interesados en adquirir. Ni son principiantes ni están colmados de ver casas sin decidirse a comprar. Ésto se explica mejor con ayuda del siguiente Gráfico de Gauss:



Hazte un favor y descarta los compradores potenciales con probabilidades mínimas de hacer negocio. Si los conservas, consumirás tu tiempo valioso en prospectos improductivos. Suena duro, pero es lo que enseña la experiencia, concéntrate en tus mejores prospectos.

Otras preguntas de calificación también importantes:

- ¿Cuáles son las características deseables de su nueva casa?
- ¿Cuáles son las características indispensables de su nueva casa?

Al formular todas las preguntas anteriores de manera profesional, tú estás en control de la entrevista; mantén tu mente alerta ante las respuestas de tus clientes; ¿las respuestas son evasivas? ¿sus respuestas son afirmativas y muestra interés? ¿son vagas o son claras y específicas?

Tip:

Primero gánate la confianza del cliente, luego puedes vender. Sin confianza no hay venta.

Tercer paso:

Entrega al comprador una copia del "Contrato de promesa de compra venta ", diciéndole "Ésta es una copia del contrato que usted y yo firmaremos cuando usted encuentre la casa que busca; por favor léala detenidamente y si tiene preguntas déjeme saber". Detente y observa su reacción. Los compradores serios agradecerán tu gesto, pues los acerca al momento de la compra. En cambio, los compradores no serios rechazarán tu gesto o se mostrarán incómodos, con lo que se delatan. No pierdas tu tiempo con compradores que no son serios y sólo te harán perder tu valioso tiempo.

¿Estás listo para una enseñanza avanzada? Aquí vamos: algunos compradores creen que está bien ver muchas propiedades con un Agente y luego ver una con otro Agente y comprarla, pues ellos no saben cómo funciona este negocio. Edúcalos, hazles ver que tú dedicas tiempo, dinero, esfuerzo, energía y pensamiento a buscar su casa y que esperas ser recompensado por ello equitativamente; de ahí la importancia de firmar el "Contrato de Representación de Comprador". Éste es un contrato en que tú te comprometes a brindar ciertos servicios y el comprador (sí, el comprador) se compromete a comprar a través tuyo.

El Contrato de Representación de Comprador es una técnica avanzada de bienes raíces, popular en los países más desarrollados. Todavía no es común en Latinoamérica, pero llegará el día en que lo será. Te animo a que comiences a aplicarla desde ahora. Al fin y al cabo, tú eres un emprendedor de vanguardia, no de retaguardia.

- o -

Al igual que con los propietarios vendedores, debes resolver las objeciones que te presenten los compradores profesionalmente, satisfactoriamente, sin posponerlas ni restarles importancia. Acláralas, resuelve todas las dudas y preguntas sobre la propiedad, repasa con el cliente las condiciones financieras.

En el caso de los compradores, es igualmente importante que distingás entre "objeciones" y "condiciones".

Las "objeciones" se refieren a aspectos del inmueble o a condiciones del financiamiento, por ejemplo:

- "Lo siento, no le había mencionado que nos gustan las casas de dos plantas, no de una como ésta"
- "Me gusta el inmueble, pero no a ese precio"

- “Me gusta el apartamento pero no el vecindario”
- “La propiedad es interesante, pero necesita varias mejoras y alguna remodelación”

Las “condiciones”, en cambio, se refieren a situaciones personales de los clientes; estas condiciones requieren generalmente simples períodos de espera para ser resueltas.

Veamos algunos ejemplos de “condiciones”.

- “Necesitamos aumentar nuestros ahorros, estamos trabajando en ello, estimamos que en seis meses estaremos listos para cerrar el negocio” Ésa no es una objeción, el cliente simplemente está explicando que necesita ese período para realizar la operación.

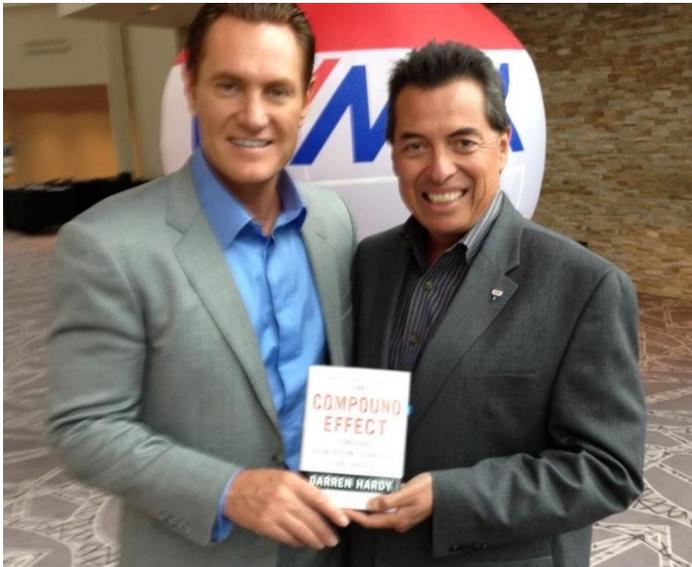


Figura 3. Con Darren Hardy, uno de los mejores coaches empresariales del mundo. ¡El maestro de la consistencia!

- “Me mudaré a esta ciudad dentro de tres meses” Tampoco aquí se objeta la propiedad, sino que se trata de una situación personal.

- “Estaremos listos para comprar dentro de cuatro meses, cuando nuestros hijos terminen su Escuela”

- “Necesitamos vender nuestra casa actual primero; luego estaremos en condiciones de comprar”

En este caso, por supuesto, se abre ante ti la oportunidad de vender su casa actual.

Tip:

Cuando llegues a la propiedad que vas a mostrar, estaciona tu auto del lado opuesto de la calle, para que tu cliente tenga una mejor vista inicial del inmueble.

- 0 -

Ya calificaste al comprador.

Ahora ya puedes mostrarle varias propiedades.

El proceso de mostrar propiedades es igualmente técnico, debes hacerlo con profesionalismo.

- Confirma la cita con 24 horas de anticipación.

- Ten a la mano la “Ficha técnica” del inmueble, su dirección exacta, dimensiones del área construida y del terreno, número de habitaciones, servicios, facilidades, etc.
- Las estadísticas muestran que la presencia del propietario disminuye la probabilidad de la venta: (a) el comprador no puede expresar su opinión libremente y (b) el propietario puede mostrar ansiedad por vender. Por tanto, respetuosamente solicita al propietario que se mantenga al margen de la conversación.
- Insta al propietario vendedor a que tenga su inmueble lo más limpio y ordenado posible; si fuese posible, que traslade temporalmente sus mascotas, especialmente perros y gatos, a una casa vecina.
- Antes de la visita, muestra entusiasmo al comprador, pero sin levantar expectativas excesivamente altas

Tip:

Para optimizar tu tiempo, di a tu cliente “Si una casa no le gusta y quiere hacérmelo saber sin ofender al propietario, rásquese la cabeza; ésta será nuestra señal secreta para indicar que una casa no le gusta. Yo concluiré la visita rápidamente”. Con trucos como ése, ahorras el tiempo de todos.

- o -

Precauciones al mostrar una propiedad, para evitar ser víctima de asaltantes:

- Cuando muestres un inmueble, procura que una tercera persona esté presente.
- Conoce personalmente al comprador en su oficina, o tu oficina o en un lugar público, antes de ir juntos a inspeccionar la propiedad.
- Pide identificación al comprador potencial, previamente a la cita.
- Procura ir en tu coche, no en el del comprador.
- Avisa previamente a una persona de confianza para que esté pendiente de una llamada tuya.

- o -

Luego de mostrar varias propiedades, afina el proceso:

- “De las propiedades que hemos visto, ordénalas de mejor a peor ¿cuál es la que le gustó más?”

¿por qué?”

Comparto contigo otro Tip que me ha reportado excelentes resultados, le digo al cliente comprador:

“Tengo un secreto que confesarle, soy malo para vender propiedades, pero soy excelente para encontrar la propiedad que busca mi comprador, así que dígame francamente qué es lo que busca y comprométase a trabajar conmigo hasta que encontremos su inmueble.”

Los Bienes Raíces son cuestión de fogueo, debes ensayar y practicar todas estas técnicas de ventas, una y otra vez hasta dominarlas magníficamente, pues “la práctica hace al maestro”. Sin embargo, recuerda que no se trata de memorizarlas sino de internalizarlas, de convertirlas en parte de ti mismo, de conocerlas y manejarlas tan a fondo hasta que fluyan suavemente, imperceptiblemente.

En las ocasiones en que al cliente le gusta una propiedad, pero no se decide a comprarla, es de gran utilidad la siguiente “Técnica de la doble pregunta”:

- ¿Cuál es la razón por la cual usted no compraría?
- Tu cliente menciona una razón.
- ¿Existe otra razón?
- Sí, verá ...

En esos casos, la segunda razón es la verdadera razón, por tanto, debes descartar la primera y concentrarte en su segunda respuesta.

Tip:

Cuando muestres una casa, insta a tu cliente a tomar notas y tomar fotos (si el propietario lo permite)

- o -

Esto te sorprenderá: Acerca del cierre de la venta.

Con frecuencia los Agentes me piden que les enseñe técnicas de ventas. No saben lo que están pidiendo: cerrar la venta es fácil; no existen cierres difíciles. Lo que existen son propiedades mal captadas y compradores mal calificados.

Si has captado bien la propiedad (a un precio correcto, con un buen contrato de exclusividad por un período razonable de tiempo, con la comisión completa) y has calificado bien a tu comprador, el cierre es lo más fácil del mundo.

El corolario también es cierto: si has captado mal la propiedad y no has calificado el comprador, ¡ni Houdini te podrá ayudar a cerrar la venta!

Otro Tip para incrementar tu eficiencia y potenciar el máximo aprovechamiento de tu tiempo y esfuerzo

es el siguiente: si tu cliente te dice que una propiedad no le gusta, pero no puede darte una razón específica para ello, no insistas en ella, pues perderás tu tiempo.

Lo anterior suena lógico y natural, pero es una regla olvidada muchas veces por Agentes que, ante esa situación machacan aburridamente las ventajas de la propiedad, lo cual nunca logra cambiar la impresión del cliente.

Tip:

Evita la "sobreventa". Si el cliente ya se decidió por una propiedad y está dispuesto al cierre de la venta, no sigas hablando de las bondades del inmueble. Incluso hay un libro sobre esto, titulado "Cállate y Vende". Suena lógico y fácil; pero te asombraría saber cuántos Agentes caen en ese error; luego de que el cliente ha manifestado su aceptación y conformidad con una propiedad, el Agente continúa describiendo las ventajas de la misma y menciona algún detalle que lo arruina todo. Si el cliente se decidió a comprar, cállate y vende.

Una recomendación final sobre trabajar con compradores: algunas gestiones te resultan infructuosas, algunas veces no cierras la venta. No es problema, los errores son parte de la vida. Aprovechalos, tus errores constituyen la mejor escuela de ventas. Robert Kiyosaki, en su libro Padre Rico, Padre Pobre, dice "Unas veces se gana y otras veces se aprende".

Permíteme explicarme.

Los ajedrecistas saben por experiencia que mejoran su nivel de juego analizando sus partidas perdidas, más que repasando admirativamente sus partidas ganadas. Lo anterior tiene sentido, pues en las partidas ganadas encuentran pocas lecciones útiles, pero en las partidas perdidas, en cambio, descubren sus errores, sus fallas estratégicas o tácticas.

Lo mismo sucede en los Bienes Raíces; cuando no cierras una venta, busca la razón para ello, analiza en dónde fallaste, estudia tus pasos, examina ese proceso malogrado, para aprender y mejorar tu eficiencia.

- ¿Faltó preparación para tu presentación de negocios?
- ¿Manejaste bien sus objeciones?
- ¿Faltó confianza del cliente en tu persona?
- ¿Faltó seguimiento del proceso de venta?
- ¿Las propiedades mostradas llenaban los requisitos del cliente? Es decir, ¿Eran las propiedades adecuadas?
- ¿La información que proporcionaste al cliente fue suficiente y exacta?

Ese examen retrospectivo, esa detección consciente de tus propias fallas y errores, constituye tu mejor escuela. Aprovecha tus ventas fallidas para mejorar tu calidad profesional.

Capítulo 4

Actividades post venta

“Puedes alcanzar tus sueños más descabellados, si tan sólo cambias tu forma de pensar y actuar.”

Richard Robbins

*Co-fundador Richard Robbins, International
Conferencista frecuente en los eventos RE/MAX en EEUU*

¿Sabes cuál es la queja más frecuente de los clientes de Bienes Raíces? ¡Que su Agente desapareció! Es decir, que ha tenido poca o ninguna comunicación con el propietario vendedor después de haber aceptado la casa para la venta. Qué terrible, ¿no te parece? Algo tan sencillo, como mantenerse en contacto con tus clientes, es lo que se descuida con más frecuencia. Bien dice mi coach Darren Hardy: “El error más común en los negocios es no hacer lo obvio”.

Tu trabajo como Agente de Bienes Raíces no termina con el cierre de la venta; después de ésta, desarrollas una serie de actividades conducentes a fomentar la lealtad de tus nuevos clientes y la consecución de nuevos negocios.

Desarrollaré este concepto.

El propósito de las actividades post-venta es establecer relaciones de largo plazo con tu clientela, tanto para garantizar la continuidad de los clientes actuales, como para conseguir nuevos clientes (referidos por los clientes actuales).

Tus clientes actuales son tus mejores clientes potenciales; quienes ya han adquirido una propiedad por tu medio son los candidatos ideales para realizar nuevos negocios, pues ya existe una relación satisfactoria previa; lo que buscas con las actividades post-venta es facilitar la comunicación constante con ellos de manera que cuando piensen en Bienes Raíces piensen en ti.

Al mismo tiempo, tus clientes actuales constituyen un vivero perfecto para nuevos clientes, pues por medio de ellos contactas sus “Mercados Naturales” (familia, vecinos, amigos). Mientras más referidos obtengamos de nuestros clientes, mejor. Sobre este tema encontrarás información detallada más adelante, en el “Capítulo 7: Aprovecha tu Mercado Natural”

Las Actividades post-venta que puedes realizar son innumerables, aquí te presento una lista parcial de las mismas, te sugiero agregar a ella las de tu propia experiencia e inventiva:

- Envíale a tu cliente una nota de felicitación por su nueva vivienda y de agradecimiento por la confianza mostrada.

- Comunícate con tu cliente una semana después de su mudanza a su nuevo inmueble. ¿Está todo bien? ¿se siente como esperaba sentirse? ¿su familia está satisfecha?
- Visítalo personalmente y solicita referidos. Para facilitar su respuesta, lleva contigo la lista que te detallo en el “Capítulo 7: Aprovecha tu Mercado Natural”. Cuando le pides a un cliente que te refiera otros clientes potenciales, creas un vacío en su mente; al presentarle esa lista, en cambio, generas numerosos contactos. Solicitar referidos debe ser una “Actividad post venta” permanente; recuerda que los referidos representan la sangre de tu negocio.

Tip:

Recorre la milla extra. ¿Qué tal si a tu cliente, después de cerrada la venta, le entregas una lista con las principales Agencias de Mudanzas de la ciudad, con sus websites, direcciones postales y teléfonos? ¿Qué tal si entregas a tu nuevo cliente una lista de ideas útiles, de probada practicidad, para empacar y transportar el contenido de una vivienda? ¿Qué tal si le envías, como cortesía, varias docenas de cajas de cartón de diversas medidas, planas y listas para armar, con una nota de “Buena suerte en tu próxima mudanza”?

Mi amigo John Lucka, exitoso Agente de Bienes Raíces de La Florida, después de vender una propiedad, toma una fotografía con los nuevos propietarios, frente a su nueva propiedad; luego la publica en Facebook, websites y blogs. ¿Existe algo más elocuente que una foto de un cliente satisfecho junto a ti, frente a su nueva adquisición? ¡Aprovecha esta idea para tu negocio, ponla en práctica!

Siempre aumenta tus referidos; mientras más referidos, mejor. Consigue numerosos candidatos, de la mejor calidad posible, así aumentarás tus probabilidades de generar negocios, pues la Ley de Probabilidades está a tu favor.

Capítulo 5

Administración de tu tiempo

“Aprovecha bien tu tiempo, es la materia de la vida.”

*Benjamín Franklin
Científico, Inventor, Escritor y Diplomático
Uno de los Padres Fundadores de EEUU*

El tiempo no es administrable, pues no tienes control alguno sobre su inexorable fluidez en tu vida; los 1.440 minutos de cada uno de tus días se deslizan continuamente, implacablemente, sin que tú puedas hacer algo al respecto.

Lo que sí puedes administrar es lo que haces durante ese lapso, es decir, tú puedes decidir cómo usar esas 24 horas diarias.

Te invito a reflexionar en lo siguiente: tu éxito no depende de “trabajar duro”, pues sólo puedes trabajar el mismo número de horas diarias que todos; es la priorización de actividades lo que hace la diferencia para lograr tus metas exitosamente. No trabajes “duro”, trabaja “inteligentemente”.

Veamos algunas actividades altamente productivas: prospectar nuevos clientes, conseguir referidos, constantemente, de tu “Mercado natural”, sobre el cual hablaremos dentro de poco; hablar directamente con tus clientes actuales y potenciales; mantener contacto permanente con ellos, llamarlos para promover tu propio negocio proactivamente.

Los asuntos contables y administrativos, en cambio -aunque necesarios - son actividades menos productivas para el Agente de Bienes Raíces. Por tanto, siempre que puedas, delégalas a personal especializado, de tal manera que tú podrás invertir tu tiempo en actividades prioritarias y productivas, es decir, las que te reportan más ingresos.

Stephen Covey, en su famoso libro “Los 7 Hábitos de la Gente Altamente Eficiente” dedica un capítulo entero a este tema de la administración del tiempo (Capítulo 3: Primero lo Primero). Este capítulo se convirtió en la parte más popular de su libro. Tal fue la demanda por este conocimiento, que posteriormente Covey tuvo que escribir un libro precisamente con este título: Primero lo Primero.

He estudiado varias veces – no simplemente leído – las enseñanzas de Covey, y aquí las presento resumidas y aplicadas a los Bienes Raíces. Pon especial atención a esto.

Covey indica que todo lo que hacemos se puede categorizar en uno de estos cuatro cuadrantes:

	Urgente	No urgente
Importante	Cuadrante 1	Cuadrante 2
No importante	Cuadrante 3	Cuadrante 4

Para entender este cuadro, definamos lo que es urgente e importante.

Lo *urgente* no necesariamente nos acerca a nuestras metas. Pero requiere que reaccionemos pronto o inmediatamente, que demos una respuesta, que reaccionemos ante algo (que seamos reactivos).

Lo *importante* es lo que nos acerca a nuestros objetivos; son esas pequeñas cosas que hechas regularmente harán la diferencia a lo largo del tiempo. Requiere que seamos proactivos, que tomemos iniciativa, que nos obliguemos a hacer algo.

Veamos algunos detalles de cada uno de esos cuatro cuadrantes:

Cuadrante 1: Urgente-importante

La mayoría de Agentes pasan gran parte de su tiempo en este cuadrante, ¡y algunos viven aquí! Éstas son las actividades de apagar incendios, salir corriendo, que nos obligan a dejar de almorzar y a trabajar horas más largas de lo necesario. Es un cuadrante estresante y agotador.

Cuadrante 2: No-urgente, importante

¡En este cuadrante se desarrollan las carreras de éxito! Y paradójicamente, es el cuadrante al que generalmente le dedicamos menos tiempo. Aquí viven los Agentes que no se enfocan en cerrar una buena venta, sino en tener un buen año, una buena década y una buena vida.

Son las cosas que sabemos que debemos hacer, pero no las hacemos porque estamos ocupados atendiendo las actividades urgentes e importantes del Cuadrante 1.

En esta categoría se encuentran actividades como llamar a los clientes anteriores, capacitar asistentes personales para labores rutinarias, crecer tu esfera de influencia, aprender tecnologías nuevas, recibir cursos de capacitación y superación personal, mejorar tus materiales de marketing, ¡y leer este libro!

Una actividad importante en este cuadrante es asistir a las Convenciones anuales de RE/MAX. Nuestros máximos productores asisten a ellas, invariablemente. Son fuente de renovada energía, de capacitación constante, de expansión de redes y de gran diversión personal.

Otra actividad importante de este cuadrante, aunque parezca no-relacionada con tu negocio, es el cuidado de tu salud, hacer ejercicio físico, caminar, comer sanamente, evitar vicios como el fumar cigarrillos, etc. Ser una persona saludable tiene mucho que ver con tu negocio pues aumenta tu energía y enfoque. Mientras la mayoría de personas se ocultan tras la excusa de que no tienen tiempo de hacer ejercicio porque están demasiado ocupados, Zig Ziglar, uno de los pioneros de las ventas modernas, dice “Soy una persona ocupada, no me puedo dar el lujo de no hacer ejercicio.”

Otra faceta no-comercial pero que incide directamente en la productividad de tu empresa es el mantener una buena relación conyugal y familiares, dedicarle tiempo a la familia. Todos sabemos que ésto es importante, pero a menudo lo descuidamos porque no es urgente.

Este segundo cuadrante te convierte en experto en delegar, te abunda más el tiempo pues te liberas de muchas actividades del Cuadrante 1.

Cuadrante 3: Urgente, no-importante.

Este es el cuadrante de las interrupciones, pequeños incendios cotidianos, trámites bancarios, llamadas telefónicas recibidas, email recibido y reportes que pueden ser eliminados.

Aquí es útil plantearte la siguiente pregunta “¿Deseas la perfección en todos los detalles o deseas el éxito?” Me refiero a que siempre tendrás detalles que perfeccionar, pero a veces requieren tanto tiempo, tanta dedicación y concentración para lograr la perfección total, que no vale la pena hacerlo, pues ese tiempo y energía te serán más provechosos si los dedicas a actividades generadoras de dinero. Si quieres lograr el éxito en tu negocio inmobiliario, deberás aceptar algunas imperfecciones sobre la marcha y dedicar tus energías a tus metas más importantes.

Conozco muchos productores máximos que no hacen ni una de estas actividades urgentes-no importantes; las delegan a otras personas y ellos se concentran en hacer dinero.

Cuadrante 4: No urgente, no importante.

El mejor ejemplo que acude a mi mente, para ilustrar este cuadrante de actividades “No urgentes – no importantes” es una que veo frecuentemente en los aviones; algunos pasajeros dedican horas enteras a juegos de computadora. En mi opinión, desperdician su tiempo miserablemente; harían mejor si lo dedicaran a leer algo interesante, educativo, útil; a pensar, a meditar o simplemente ¡a tomar una buena siesta restauradora!

In sum:

Organiza tus actividades prioritariamente, no según su inmediatez sino según su importancia y urgencia combinadamente; la tabla anterior y sus cuatro clasificaciones te facilitará una óptima priorización.

Recuerda, de los mil asuntos que atender en tu negocio, selecciona los tres o cuatro más importantes y dedícate a ellos; mismo tiempo, delega lo más que puedas para disponer de más tiempo personal para generar ingresos.

- 0 -

Administrar bien el tiempo es un hábito y como tal, el adquirirlo requiere disciplina; al principio debemos realizar un esfuerzo consciente, deliberado. Pero progresivamente vamos incorporándolo hasta volverse un hábito; de ahí en adelante todo se facilita, pues las costumbres se practican inconscientemente, sin requerir siquiera fuerza de voluntad.

Se dice que Alejandro Magno requería que uno de sus asistentes se acercara a él cada 60 minutos, sin excepción, a decirle al oído "Apúrate, recuerda que eres mortal...", para estar consciente, en todo momento, de la suprema importancia de aprovechar cada hora al máximo.

Sé sumamente cuidadoso en la manera que usas tu tiempo. No me refiero a las horas sino los minutos, para aprovechar cada instante de manera que te acerque al logro de tus metas.

Al administrar excelentemente nuestro tiempo, al priorizar nuestras actividades, al delegar las funciones delegables, muchos problemas comienzan a resolverse por si mismos.

Tip:

Te recomiendo elaborar constantemente listas pequeñas de actividades, priorizándolas como "AAA", "AA" y "A"; te serán de gran utilidad para lograr el máximo aprovechamiento de tu tiempo y optimizar tu productividad. ¿Y cuáles son las actividades triple A? ¡Las no-urgentes, importantes!

Algunos Agentes ganan 10 veces más que el promedio. La principal diferencia es que los Agentes que ganan más dinero dedican su tiempo a actividades altamente productivas; los otros dedican su tiempo a las menos productivas.

Administra tu tiempo al minuto para potenciar tu eficiencia al máximo, concéntrate en tu negocio.

Una advertencia sobre la organización del tiempo para potenciar su máximo provecho: las personas que se habitúan a organizar su tiempo escrupulosamente, tienden a dar la impresión de egocentrismo, es decir, que mezquinan su tiempo y piensan solo en si mismas; pero no es así, lo que sucede es que se vuelven selectivas, priorizan sus actividades y valoran su tiempo más que antes.

- o -

Cuando trabajé para RE/MAX World Headquarters, en Denver, Colorado, durante más de diez años tuve el privilegio de trabajar cerca de Dave Liniger, co-fundador de RE/MAX, una verdadera leyenda en los Bienes Raíces a nivel mundial. Dave es una persona que ha alcanzado el más alto nivel en los Bienes Raíces. Ha sido entrevistado con frecuencia por cadenas internacionales de televisión y en una ocasión compartió que el Presidente de la Reserva Federal de EEUU lo había llamado para consultar su opinión sobre un alza que estaban planeando en las tasas de interés (un movimiento que afectaría millones de personas).

Pues bien, de Dave aprendí mucho: una disciplina inquebrantable, una visión de alto nivel y largo plazo, simplicidad, concentración en lo fundamental y también aprendí a delegar y administrar mi tiempo. Dave fue uno de los primeros en enseñar administración del tiempo a los Agentes de Bienes Raíces en EEUU, allá por 1970. ¡Y es un maestro delegador por excelencia! Según él mismo reconoce, "contrata gente más inteligente que él en sus campos específicos", los capacita acerca de RE/MAX y la industria inmobiliaria y luego se aparta de su camino y los deja hacer su trabajo. ¡Qué maravilla! Así es como se ha desarrollado una empresa de más de 100,000 Agentes en más de 100 países.



Figura 4. Uno de los días más memorables de mi carrera: Cuando RE/MAX Latinoamérica y Caribe fue nombrada Región del Año. ¡Gracias a todos los Directores Regionales por su visión y esfuerzo! Feliz de compartir con mi familia este momento tan especial.

hacer una carrera inmobiliaria y triunfar en la vida. No sólo trata sobre hacerse rico, es mucho más que eso, trata de alcanzar cualquier cosa que uno se proponga en la vida. Creo que ahora este libro es del dominio público, por lo que lo puedes descargar en formato PDF de muchos sitios de Internet.

A propósito de Dave Liniger, y permítanme jactarme un poquito, me enorgullezco de que a los quince años descubrí el libro Piense y Hágase Rico (Napoleón Hill), libro que he leído unas diez o quince veces, tanto en español como en portugués e inglés, el cual ¡también es libro favorito de Dave! Este libro ha influido grandemente en mi forma de pensar, de actuar, y en los resultados que atraigo (más sobre ésto en el Capítulo 10: “Fe y Ley de Atracción”).

Este libro, “Piense y Hágase Rico”, te lo recomiendo ampliamente. De hecho, pienso que es lectura obligatoria para cualquier Agente de Bienes Raíces que se respete y quiera

Capítulo 6

Tus metas y la “Ley 80/20”

“Querer es poder”.

*Dicho popular repetido frecuentemente por mi Padre,
Dr. Samuel Cárdenas
Magistrado de la Corte Suprema de Justicia
El Salvador*

En el Capítulo anterior te comenté sobre la importancia de organizar tus actividades para el óptimo aprovechamiento de tu tiempo. ¿Para qué debes aprovecharlo al máximo? ¡Para lograr tus Metas! En este Capítulo te comentaré “in extenso” sobre ese tema, las Metas.

Lo primero que te sugiero es definir las y delimitarlas lo más posible; esto te ayudará a programar tu vida y tu tiempo para su consecución, de otra manera no son metas, sino que son solo sueños etéreos irrealizables.

Mi segunda sugerencia es que ordenes tus Metas según tus prioridades ¿Cuáles son tus Metas prioritarias? ¿Cuáles son tus Metas secundarias?

A continuación, elabora tu “Plan de acción”, tu ruta, tu calendarización de actividades. Determina tus metas semanales, mensuales, trimestrales; así podrás revisar constantemente tu progreso ¿Cuántos ingresos necesito generar para lograr cada meta? ¿En cuánto tiempo?

Esa comprobación constante de tus metas te mantendrá motivado y te ayudará a afinar tus actividades diarias y encauzar tus energías hacia su logro.

Las Metas se consiguen con trabajo constante, inteligente, organizado, sistemático.

Acostúmbrate a conectar tus metas a corto, mediano y largo plazo con tus actividades cotidianas ¿lo que estás haciendo este día te acerca a tus Metas? ¿O te aleja de ellas? Así te mantendrás enfocado en la consecución de tus objetivos.

Existe una analogía bonita: ¿has visto las famosas matryoskas? (Esas muñecas rusas que se pone una dentro de otra, dentro de otra, dentro de otra). Así son las metas y los planes de acción. Tu meta general, de largo plazo, es la muñeca exterior. Ésta se debe reflejar en actividades de mediano plazo, que es la muñeca de en medio. Las acciones de mediano plazo se deben aterrizar en acciones diarias, inmediatas, que viene siendo la muñeca de más adentro.

La consecución de tus Metas exige lo mejor de ti mismo; entrégate de lleno a tu trabajo.

En inglés, con frecuencia se usa la sigla S. M. A. R. T. para recordar cómo deben ser las metas:

- Specific (específicas).
- Measurable (medibles).

- Attainable (alcanzables).
- Relevant (relevantes).
- Time sensitive (con una fecha límite).

Tip:

Debes escribir tus metas y tenerlas siempre contigo. Para ésto usa los memos (notas o pequeños documentos) que se pueden crear en todos los smartphones, así las tendrás siempre a mano. Tener mis metas en mi celular me obliga a revisarlas con cierta frecuencia. No las reviso todos los días, pero sí al menos varias veces por mes. Cuando estoy esperando un avión, o descansando, o antes de dormirme, de vez en cuando leo mis metas y cada vez que las leo descubro algo que tengo que corregir, un pequeño ajuste de dirección que debo hacer. ¡Gran ayuda para mantenerme enfocado!

Tus metas:

Razones para lograrlas.

Excusas para no lograrlas.

No busques excusas explicativas para no lograr tus metas, no busques pretextos en tu exterior; busca la causa en ti mismo, en tu actitud mental, en tus hábitos de trabajo, en tu organización personal, en la optimización de tu tiempo.

Si esta expresión –o cualquier otra del presente libro- te suena demasiado severa, te recuerdo el siguiente pensamiento del insigne filósofo alemán Federico Nietzsche “Yo no os trato con blandura, soldados de la guerra, yo os amo de todo corazón”.

Te comentaré algo: quien escribe ha tenido la oportunidad única de trabajar en el mercado latinoamericano y en el mercado estadounidense. Ciertamente que son dos mundos distintos, pero también es cierto que comparten numerosas similitudes y ambos presentan oportunidades enormes.

Pues bien, en Latinoamérica escucho con frecuencia la siguiente excusa “Si yo viviera en Estados Unidos, me iría bien en los Bienes Raíces, allá todo es distinto”.

Quien piensa de esa manera, o bien no conoce la realidad del mercado estadounidense o bien se está engañando a si mismo. Basta saber el siguiente dato para pulverizar esa excusa: en EEUU de cada diez personas que obtienen licencia de Bienes Raíces, al final del primer año solo permanecen dos en el negocio; las otras ocho han colgado los guantes.

El Mercado de Bienes Raíces de EEUU es uno de los más competitivos y tecnificados del mundo. Evita ilusiones y espejismos. Concéntrate en tu propio mercado, trabaja organizadamente, inteligentemente, sistemáticamente y triunfarás en tu país.

Además, recuerda que la mejor señal de que una empresa es exitosa no es su tamaño sino su crecimiento constante. Una empresa pequeña puede ser más exitosa que una mediana o grande, siempre que esté mejor administrada y que permanezca creciendo.

Otras excusas esgrimidas con frecuencia son:

- “El Mercado está deprimido”
- “No existen facilidades financieras”
- “Existe mucha competencia desleal”

Y un largo etcétera de pretextos y sinrazones.

Curiosamente, todas se refieren al exterior, al entorno; ni una se refiere a tu mundo interior, que es en donde reside la verdadera razón de tu éxito o de tu fracaso.

Ante todas ellas, te recuerdo la máxima de Henry Ford “Si crees que puedes o si crees que no puedes, tienes razón”. Ni tú podrás convencerme que no puedes ni yo podré convencerte que sí puedes. Todo depende de ti, de tu enfoque, de tu mentalidad y tus hábitos de trabajo.

Si crees que algo es imposible, lo es, al menos para ti. Yo solo te recuerdo el refrán que destila sabiduría china “Alguien hará lo que tú pensabas imposible”.

Mira las razones para lograr tus metas, no busques excusas para no lograrlas; mira tus oportunidades, no tus limitaciones.

Mejora tu mentalidad y conviértete en tu propio Agente de cambio en tu vida.

No creas que requerirás tomar acciones totalmente extraordinarias, gigantescas, únicas, inauditas para alcanzar tus metas. Generalmente es más bien lo contrario: son las acciones sencillas – repetidas constantemente – las que te llevarán al éxito. A este respecto, mi socio y amigo John Turley repite “Las acciones ordinarias, hechas consistentemente, producen resultados extraordinarios.”

En ocasiones veo un poco de desilusión en la cara de mi audiencia cuando no les enseño la tecnología de marketing más brillante, cara y atractiva. Lo que predico son la constancia, la consistencia, de las acciones ordinarias. Esto es lo que lleva al éxito.

¿Recuerdas la fábula de la liebre y la tortuga? ¡Te aseguro que aplica a los bienes raíces!

No me considero una persona especialmente inteligente ni especialmente trabajadora; no creas que me mato trabajando. Más bien lo contrario. Me gusta disfrutar la vida, hablar con mi esposa, compartir con nuestras hijas, andar en moto, salir a caminar y jugar con los perros. Para esto es que trabajo. Pero una cosa sí tengo: soy súper consistente, no me desví (y si me desví regreso pronto) y no me doy por vencido.

De un origen profesional modesto, vendiendo casas de precio bajo en mi país, he llegado a dirigir más de 4,000 Agentes en unos 50 países y dar conferencias en tres idiomas. No te cuento esto con arrogancia. Lo comparto para motivarte y decirte que sí se puede. Si yo puedo, ¡tú también puedes!

**La “Ley 80/20”
(o “El Principio de Pareto”)**

El célebre economista italiano Wilfredo Pareto desarrolló el concepto del “80/20”, cuando descubrió que el 80% de la riqueza de su país estaba concentrada en el 20% de las manos. Siguió estudiando este concepto y se dio cuenta que lo mismo sucede en todo. Así, esto también aplica a tus ingresos: el 80% de tus comisiones proviene del 20% de las actividades que realizas; mientras que el otro 20% de comisiones proviene del 80% de las cosas que haces.

Por tanto, para lograr tus metas es vital que clasifiques tus actividades en esas dos categorías. ¿Cuáles son las actividades productivas que te generarán una comisión? ¿Cuáles son las actividades que sólo te mantendrán ocupado, pero no generarán una comisión? Haz más de las primeras y menos de las segundas. Recuerda: no se trata de trabajar más duro, sino más inteligentemente.

Las metas no deben estar limitadas a lo financiero; establece también tus metas de superación personal, de control de hábitos dañinos e improductivos; metas de tiempo con tu familia; metas de servicio a la comunidad, metas de crecimiento espiritual y otras.

Perry Marshall, autor de “80/20 Sales and Marketing” demuestra que esta proporción 80/20 es una constante en muchos otros campos. Por ejemplo, en un CD con 10 canciones, 2 (el 20%) son las más populares entre el 80% de la audiencia; el 80% de los reclamos de garantía provienen del 20% de las imperfecciones de los productos; el 80% del tráfico vehicular pasa por el 20% de las carreteras y viceversa.

Capítulo 7

Aprovecha tu Mercado Natural

“Nunca estoy demasiado ocupado para atender tus recomendados.”

Brian Buffini

Conferencista y coach

Conferencista frecuente en los eventos RE/MAX en EEUU.

Tu fuente mejor de negocios es tu “Mercado Natural”, también conocido como “esfera de influencia”, el cual es formado por tus clientes y por todas las personas con quienes te comunicas cotidianamente o con quienes desarrollaste una relación de cualquier tipo en el pasado.

Tus clientes actuales satisfechos son tus mejores clientes futuros. Todos tus clientes actuales constituyen una fuente rica de nuevos negocios. Desarrolla su lealtad; así, cuando piensen en una nueva adquisición pensarán en ti como su Agente de Bienes Raíces; mantén viva tu presencia en sus vidas de manera profesional y continuada. Tus clientes actuales constituyen una de las dos partes de tu “Mercado Natural”.

La otra parte de tu “Mercado Natural” está formada por tu familia nuclear, tu familia extendida, tus amigos, vecinos, compañeros de trabajo, compañeros de estudio, y todas las personas con quienes te relacionas cotidiana u ocasionalmente.

La siguiente lista de contactos -cotidianos u ocasionales- te ayudará a definir tu “Mercado Natural”. Tómame un tiempo, abre una página en blanco para cada categoría y anota en ella los nombres, e-mails y teléfonos de tus amigos y conocidos en cada una de ellas.

- Abogados
- Agentes de viajes
- Amigos de la iglesia
- Banqueros
- Compañeros de deportes
- Compañeros de escuela y universidad
- Contador
- Farmacéutico
- Ferretería
- Florista
- Instructores de gimnasia
- Lavandería
- Médico de cabecera y especialistas
- Militares

- Mueblería
- Músicos
- Profesores y catedráticos
- Publicistas
- Quiropráctico
- Restaurantes predilectos
- Supermercado
- Técnicos de computación
- Vendedores de autos

Cada categoría incluye varias personas, de forma que tú cuentas con centenares de personas que pueden generarte negocios, directamente o bien proporcionarte referidos. Estas personas te conocen, lo cual facilita que te recomienden con sus amistades cuando éstas necesitan vender o comprar una propiedad.

Contacta estas personas; déjales saber –y recuérdaselos de vez en cuando- que tú estás en Bienes Raíces y que agradecerías te tuviesen en mente cuando necesiten comprar o vender inmuebles y cuando sepan que un conocido suyo desea hacerlo. Usa notas personalizadas, llamadas telefónicas, e-mails, Messenger, Facebook, Whatsapp, Twitter, etc.

Cuando los contactes, usa la famosa frase de Brian Buffini, a quien se menciona en el encabezado de este capítulo, que insiste en que digamos “Nunca estoy demasiado ocupado para atender tus recomendados.” De hecho, Buffini ha desarrollado cursos completos basándose en este concepto de solicitar referidos y darles seguimiento personalmente.

Tip:

Cuando recibas un referido, de inmediato envía a tu contacto un mensaje de agradecimiento, que incluso puede ser vía email; también puedes enviarle una tarjeta de regalo o algún pequeño gesto de agradecimiento. Lo importante es que sepan que recibiste el recomendado y que estás agradecido.

Recuerda que tu presencia en tu “Mercado Natural” debe reforzarse periódicamente, pero sin llegar a cansar ni abrumar a tus contactos. Cada caso es diferente; algunas personas pueden ser contactadas mensualmente, mientras que otros trimestralmente. También debes adecuarte a las preferencias de tus clientes en cuanto a la forma de comunicarte, pues hoy en día cada quien prefiere comunicarse de manera diferente, como es teléfono, email, medios sociales, etc.

Además, cuando sepas de ocasiones especiales en sus vidas, tales como nacimientos, graduaciones, bodas, fallecimientos, etc., contáctalos con el mensaje que sea apropiado. Todo ello coadyuva a mantener tu presencia en sus mentes y formar parte de sus vidas y su mundo de negocios.

Tip:

Cuando cierres un negocio con un referido, agradece de nuevo a tu contacto por habértelo

recomendado e incluye un obsequio más. Por ejemplo, una tarjeta de regalo de una tienda de departamentos.

In sum:

Tu Mercado Natural es el bien más valioso de tu negocio; cuídalo, dale mantenimiento, lubrícalo, mantenlo vivo y te recompensará.

Para nuestras comunicaciones masivas, yo uso Mailchimp (www.mailchimp.com) y siempre he tenido buenos resultados; ofrece diversos servicios, estadísticas, reportes, historial de las comunicaciones, diseño, archivos, envío de e-mails según los distintos husos horarios. Te sugiero que lo explore. Creo que incluso ofrecen una versión gratis con servicios limitados.

Capítulo 8 Tecnología

“La simplicidad es más difícil de alcanzar que la complejidad.”

Steve Jobs
Co-fundador de Apple

Veamos una tecnología que incide directamente en tu negocio de Bienes Raíces, el uso de Internet, tanto por quienes desean vender una propiedad como por compradores, lo cual lleva a algunos Agentes de Bienes Raíces a preguntarse si tecnologías como ésta terminarán por desplazarlos.

Ello nunca ocurrirá. El Agente de Bienes Raíces siempre será necesario para las operaciones de compra-venta de manera profesional. La Internet no puede sustituirlo, por varias razones:

- Por tratarse de un campo especializado, el proceso de compra-venta de inmuebles es complejo y requiere conocimiento del mercado, experiencia y técnicas específicas. Se necesita conocer el “modus operandi” de este negocio.
- Las cantidades de dinero involucradas en la compra-venta de inmuebles son altas y generalmente requieren financiamientos bancarios; no son operaciones sencillas que puedan llevarse a cabo por medio de simples visitas a blogs y websites.
- Poca frecuencia. En la vida de una persona –como promedio- se efectúan pocas operaciones de Bienes Raíces. Éstas son transacciones significativas y trascendentales. Por tanto, sus términos y condiciones, sus cláusulas y detalles no pueden improvisarse ni tratarse sin una adecuada asesoría.

- o -

Como Agente de Bienes Raíces moderno debes estar al día con tecnologías como websites, blogs, hojas de cálculo, bases de datos, redes sociales como Facebook, Twitter, Whatsapp, Instagram y otras; debes manejar tecnologías modernas de comunicación como iPhone, Android, tablets, laptops, etc.; todo ello facilita el máximo aprovechamiento de tus capacidades y la mejor utilización de tu tiempo.

Con cierta frecuencia alguien admite con vergüenza “Soy malo para la tecnología” o cosas como “Las computadoras y yo no nos entendemos”. ¡Esto lo veo con desagrado! Para mis adentros pienso que esta persona no está al día con tecnología que ha estado vigente por más de dos décadas, y pienso que, si ahora están atrasados, ¿cómo estarán dentro de diez años? Es una razón para descartarlos de mi ámbito de negocios. Incluso llego a pensar que está mal que lo piensen, y que lo digan es todavía peor. Recuerda que todo comienza en la mente (más sobre esto en el Capítulo 10: “Fe y Ley de

Atracción”)

Aprovecha las tecnologías modernas y sus actualizaciones, pues cambian constantemente, imperceptiblemente; permanece al día con ellas, así mejoras tus capacidades y el desarrollo de tu potencial.

En el mundo actual, hemos pasado “de ink a link” (de tinta a conexión). Por tanto, debes contar con



Figura 5. ¡Puros campeones! Aprendí mucho del equipo de RE/MAX Global Headquarters en Denver. Recuerda que eres el promedio de las 5 personas con las que pasas más tiempo. Afíliate con los mejores.

tu propio website y mantenerlo actualizado, para potenciar la difusión de tu información y así promover tu empresa.

A mis 57 años me precio de saber más de tecnología que personas que son mucho más jóvenes que yo. Esto es una ventaja y una desventaja. Es una ventaja porque sé hacer yo mismo las cosas, soy independiente y es difícil que me mientan en cuanto a tecnología. Pero también es una desventaja, precisamente porque tengo la tendencia de hacer yo mismo las cosas que debería delegar.

Un día estábamos hablando sobre publicidad en medios sociales y con orgullo le dije a Alan que yo podía hacer todo eso. Me sorprendí y tuve que reconocer cuando me dijo que entendía que yo podía hacerlo, pero que en realidad haría mejor delegándolo a una persona que sea especialista en esto. Me recordó que mi tiempo era demasiado valioso para dedicarlo a minucias de tecnología, que debía delegar esto y que yo debía concentrarme en cosas más importantes (actividades del Cuadrante 2 de Stephen Covey), como vimos en el Capítulo 5: “Administración de tu Tiempo”.

Mi compañero y amigo Alan Roif, uno de los propietarios de la franquicia maestra de RE/MAX Perú, me dio un excelente

Capítulo 9

El balance en tu vida

*“En todo lo que es verdadero y noble, todo lo que es justo y puro,
todo lo que es amable y digno de honra,
todo lo que haya de virtuoso y merecedor de alabanza,
debe ser el objeto de sus pensamientos.”*

Filipenses, 4: 8

Mi amigo y compañero Sergio Felgueres, Director de RE/MAX México, aconseja “No luches por alcanzar el éxito; mejor lucha por ser una persona de éxito.” Y las personas de éxito son personas balanceadas, que llevan bien todos los aspectos de la vida.

Todos conocemos el número circense de malabarismo chino que consiste en sostener varios palos con platos giratorios, donde lo importante es mantener el balance y lograr que todos continúen girando, que ninguno de los platos se caiga.

El Agente de Bienes Raíces juega de la misma forma, es decir, cada plato es una faceta de su vida que debe mantener girando. Todo es importante; el área profesional, el área conyugal y familiar, el trabajo, el desarrollo personal, la responsabilidad social, la vida espiritual, la salud, el ejercicio físico y el manejo del dinero. Todas estas dimensiones interactúan y se influyen mutuamente.

Por ejemplo, un matrimonio bien avenido y un ambiente familiar ordenado y armonioso facilita el desarrollo de las otras facetas, pues una familia en esas condiciones es un soporte en el cual todos sus miembros restauran las fuerzas físicas y emocionales de la lucha diaria.

En todo esto, el apoyo de tu cónyuge es muy importante. Apoya a tu cónyuge en sus proyectos y busca que él (o ella) te apoye en los tuyos. La vida así es mucho más fácil y agradable. En estas casi cuatro décadas en Bienes Raíces hemos tenido algunos años malos. Recuerdo con desagrado algunos días en que me fue muy mal; pero durante estos días difíciles fue cuando más sentí el apoyo de Tere, lo que agradezco más allá de lo que pueden describir las palabras. De hecho, al llegar a casa, en algunas ocasiones me sentí como el boxeador que regresa a su esquina después de haber perdido un round. ¡Así debe ser tu hogar!

No permitas que tu dedicación al trabajo arruine tu vida familiar; ningún éxito profesional compensa el fracaso del hogar.

Mientras mejor sea tu vida personal y familiar, mejor será tu desempeño en tu negocio, pues ambos elementos forman un círculo virtuoso y ascendente.

“A contrario sensu”, mientras más desordenada sea tu vida personal y más discordia exista en tu familia, te será más difícil desempeñarte adecuadamente a nivel profesional.

De igual manera, una vida espiritual sana facilita los otros aspectos de tu vida; las enseñanzas espirituales son hondas y milenarias; condensan gran sabiduría; aprovéchalas, no descuides tu mundo espiritual.

Otra faceta fundamental para tu éxito como Agente de Bienes Raíces es el control financiero de tu negocio.

Mi sugerencia en este campo es la siguiente: de cada cheque que recibas, dedica el 10% al ahorro, el 10% a cumplir tu responsabilidad social, vive y trabaja con el restante 80%.

Al principio cuesta lograr una distribución como ésta (la cual es ideal, en mi opinión), por lo cual te sugiero comenzar asignando el 1% a cada uno de los dos rubros mencionados y aumenta 1% cada mes a cada rubro. De tal manera que el segundo mes dedicarás el 2% al ahorro, el 2% a tu responsabilidad social y así sucesivamente. Antes de darte cuenta, estarás ahorrando el 10% y contribuyendo el 10%. Entonces te sentirás y caminarás como el campeón que tienes dentro.

Ahorrar es de principal importancia en nuestro negocio, por los vaivenes naturales que vienen con esta profesión. No ahorres por si tienes un bache, ¡ahorra porque tendrás baches! He visto muchos casos de Agentes que son buenos en todos los aspectos de su negocio, pero no saben ahorrar. Cuando



Figura 6. "Work hard, play hard." Trabajar por trabajar no tiene sentido. Disfrutando con parte del equipo regional de RE/MAX Caribe y Centroamérica. Hay que tener balance.

tienen un bache se ven obligados a salir del negocio, y se van diciendo que los Bienes Raíces no son un buen negocio. La verdad es que sí lo son, pero debes tener siempre un colchón de seguridad, es decir, "ahorrar para las vacas flacas" como decía mi mamá todo el tiempo (tenía razón mi viejita).

Igual que las interrelaciones anteriores, una buena salud física mejora tu desempeño en el trabajo y en todas las otras áreas de las que estamos hablando; de igual manera, una alimentación sana contribuye a

conservar y mejorar tu realización integral.

La responsabilidad social es otra faceta del Agente de Bienes Raíces; tú has sido afortunado y privilegiado por la vida en muchos aspectos; lo natural es que compartas -en reciprocidad- los frutos de tu lucha con los menos favorecidos. Te sugiero que consideres una fundación benéfica a la cual dedicar algunos recursos financieros, así como parte de tu tiempo.

Generalmente, tu presencia física con los necesitados es tanto o más importante que tus donativos, por lo que debes involucrarte personalmente en las actividades de alguna fundación, te sorprenderá comprobar que tu propio espíritu se beneficia más que quienes reciben tu ayuda.

En los Anexos 2 y 3 encontrarás información de las dos fundaciones a las cuales Tere y yo ayudamos, se trata de "Corazones Solidarios" y "Orgullo Mestizo". Te invito a considerarlas entre tus opciones e incorporarlas a ellas.

Las personas que tienen un buen balance en la vida, tienden a triunfar en los negocios. Y al contrario, quienes sufren un desbalance serio en su vida, tienen más dificultades para triunfar. La razón de lo anterior es que el ser humano es un todo conjunto y la calidad de un área influye en las otras, inevitablemente.

Sociabilización. El gusto por la gente es una condición "sine qua non" en este negocio; si te gusta la gente, si disfrutas de la compañía de personas, cuentas con una ventaja a tu favor para triunfar en los Bienes Raíces. Si no tienes esta habilidad de nacimiento, desarróllala. A mí al principio no me gustaba la gente y es algo que he aprendido de Tere, quien es más social que yo. Ahora aprecio más a las personas y tenemos un grupo de amigos que no cambiaría por toda la riqueza del mundo. Es parte del desarrollo personal que debemos perseguir en la vida.

¿Cuál es tu área débil que debes mejorar? ¡Mejórala!

Capítulo 10

Fe y Ley de Atracción

*“En verdad les digo, si tuvieran fe del tamaño de un granito de mostaza,
le dirían a este cerro:
Quítate de ahí y ponte más allá, y el cerro obedecería.
Nada sería imposible para ustedes.”*

Mateo 17: 20.

¿Cómo activar las fuerzas de la Naturaleza a tu favor? ¿Por qué hay Agentes que parecen atraer los buenos clientes, mientras otros tienen que conformarse con los malos clientes que aparecen en su camino?

La Ley Natural (o sea, Dios, para quienes creemos en Él) es que la semilla se convierte en árbol, que todo ser vivo, de todos los reinos y especies se desarrollen y crezcan de manera progresiva y armoniosa. La Ley Natural es la salud y el crecimiento constante. Dios quiere que todos triunfemos; quiere que TÚ triunfes. Cuando sientas esta relación personal y única con Él, habrás tenido lo que muchas religiones hoy en día conocen como “un encuentro con el Salvador”.

Así como aplica a los árboles, esto también aplica a los negocios de Bienes Raíces, que deben desarrollarse saludablemente, crecer progresivamente, sea un crecimiento constante o intermitente, lento o rápido; recuerda que la mejor empresa no es la pequeña, ni la mediana, ni la grande; la mejor empresa es la que está creciendo.

Cuando haces las cosas bien, cuando trabajas siguiendo la Ley Natural, tu empresa fluye y crece, pues estás navegando con la fuerza del Universo a tu favor (o sea, la bendición de Dios), por ello cuentas con algo que es más poderoso que tus propias fuerzas, tal como las fuerzas de un río y de las corrientes marinas. En otras palabras, si nadas a favor de la corriente aprovechas su inmenso poder de la Ley Natural o Ley Divina.

Napoleón Hill, en su famosa obra “Piense y hágase rico” menciona 117 veces la palabra “Fe”. ¿Crees que la fe tiene algo que ver con tu negocio de Bienes Raíces? ¡Claro que sí!

En el transcurso de nuestras vidas, en diversas ocasiones, Tere y yo hemos sentido la influencia decisiva de esas fuerzas superiores a nosotros (un “milagro” para los que somos creyentes).

Pero si transgredes el cauce natural, todo se vuelve en tu contra, pues estás nadando contra la corriente; de ahí que todo te resulte difícil hasta la fatiga y la imposibilidad.

La Sagrada Biblia nos habla de las 7 virtudes capitales, en oposición a los 7 pecados capitales. Esta es una Ley Natural o Ley Divina, es una enseñanza universal; es fácil ver que quien practica las virtudes de la columna del lado derecho de la siguiente tabla vive mejor que quien practica los 7 vicios de la columna del lado izquierdo.

Contra la:	Practica la:
Lujuria	Castidad
Pereza	Diligencia
Gula	Templanza
Ira	Paciencia
Envidia	Caridad
Avaricia	Generosidad
Soberbia	Humildad

Aprovecha esas grandes enseñanzas, practica las 7 virtudes capitales y estarás en sintonía con la Ley Universal que invita a la salud y el progreso. Lo mejor para tu negocio es que te mantengas lo más limpio posible; es decir, practicando esas virtudes y lejos de esos vicios.

Tus pensamientos atraen constantemente energías y cosas positivas o negativas. Tu mente es como un radio receptor, que sólo recibe la frecuencia que el dueño ha establecido en el dial. Lo fascinante es que a tu mente no le cuesta más trabajo atraer lo positivo que lo negativo. Tampoco importa el tamaño de lo que deseas con suficiente intensidad, siempre y cuando hagas las acciones para lograrlo. En esto consiste la Ley de Atracción. Estamos constante e inexorablemente atrayendo cosas a nuestra vida.

En mi caso particular, estoy convencido que el relativo éxito que disfruto se debe más a lo que he atraído que a lo que he alcanzado. En otras palabras, es más obra de Dios que obra mía.

¿Has oído decir que la mayoría de las personas sólo usan el 10% de su mente? Creo que esto es cierto, y sucede porque la mayoría de la gente nunca entiende el poder que tiene la mente, y por tanto nunca hacen un esfuerzo consciente para usar esa herramienta poderosísima que Dios nos ha dado. No usar la mente es el desperdicio más grande de la humanidad a través de todos los tiempos.

He mencionado varias veces el libro “Piense y hágase rico”. Observa que el título dice “Piense y hágase rico”, ¡no “Trabaje y hágase rico”! O sea que la riqueza, salud, buenas relaciones, etc. se alcanzan más con la mente que con el trabajo (obviamente, con esto no estoy diciendo que no hay que trabajar).

El tema de la Polaridad, es decir, de los pensamientos Positivos o Negativos ha llegado a estudiarse “in profundis” por la ciencia moderna, a tal grado que se ha comprobado que las partículas subatómicas se comportan de una manera cuando el científico observador piensa de una forma y de una manera diferente cuando la misma persona piensa en forma diferente. Esto no es mito ni vudú, está comprobado científicamente. La Ley de Atracción es tan cierta como la Ley de la Gravedad, lo que sucede es que todavía no es muy bien conocida. Pero la humanidad se dirige hacia allá sin duda alguna.

Impregna tus pensamientos con fe, con positivismo; cuida tus pensamientos, ellos rigen tus emociones y crean tu realidad exterior. Lo anterior significa que tú atraes los buenos clientes o los malos clientes.

Por tanto, es importante revisar tus pensamientos, conceptos, valores, contravalores, juicios y criterios

que aprendiste desde pequeño, los que te enseñaron desde niño y que tomas como ciertos, inamovibles e infalibles. Esto es lo que el gran autor Anthony Robbins enseña como “Creencias personales”.

Aquí algunos ejemplos de creencias personales equivocadas que se dicen con frecuencia:

- “El dinero es sucio”
- “El dinero es el origen de todos los males”
- “El dinero es difícil de conseguir”
- “La vida es dura”

Es fácil darse cuenta que quien guía su vida con esos conceptos como divisas, ahuyentará la prosperidad.

Si te identificas con alguna de estas creencias, ha llegado la hora de cambiarla y comenzar a atraer mejores cosas a tu vida.

Ahora considera lo siguiente: si las emociones positivas atraen respuestas y realidades positivas, ¿Cómo puedes cambiar tus emociones negativas en positivas? ¿Cómo cambiar la polaridad en tu vida cotidiana?

Aquí comparto contigo diez Tips para mejorar la polaridad de tus emociones, es decir, para vivir con pensamientos y emociones positivas.

1. Haz ejercicio físico, agítate un poco, puede ser algo tan simple como caminar a paso rápido; por algo los griegos decían que "Los ángeles le hablan al oído a la persona que camina".
2. Ora, medita, realiza ejercicios espirituales que te conecten con realidades superiores.
3. Lee libros positivos, mira videos motivacionales.
4. Rodéate de personas positivas.
5. Cambia deliberadamente tu perspectiva sobre los acontecimientos, acostúmbrate a ver el lado positivo de tu realidad circundante, cercana y remota; todo, aún las peores experiencias y circunstancias, es bipolar, es decir, tiene un aspecto positivo y otro negativo. Concéntrate en el positivo.
6. Pide opiniones, escucha puntos de vista distintos del tuyo.
7. Evita ver noticias negativas; las noticias no son asunto tuyo, es trabajo de los periódicos y noticieros que se lucran asustando a la gente.
8. Usa lenguaje positivo, usa vocablos positivos. Las palabras son una expresión de tu energía y a la vez generan energía según su polaridad.
9. En el momento en que estés consciente que has atraído algo gracias a tu positivismo, anótalo; el recordarlo en el futuro, te hará sentir mejor y aumentará los círculos positivos en tu vida.
10. Rodéate de personas positivas. Busca temas de conversación positivos y situaciones positivas, perspectivas positivas en todo.

Capítulo 11

¡Un futuro brillante!

“El futuro pertenece a quienes creen en la belleza de sus sueños.”

*Eleonor Roosevelt
Feminista estadounidense,
Activista por los Derechos Civiles
y esposa del 32° Presidente de EEUU, Franklin Roosevelt.*

Querido amigo: dice el refrán que “El hombre propone y Dios dispone”.

Recientemente (Septiembre de 2016), tomé varios exámenes médicos de rutina. Me detectaron un tumor canceroso en la vejiga, el cual debía extirparse de inmediato.

El cáncer de la vejiga es uno de los más silenciosos, no presenta síntomas y por tanto uno de los más mortales pues se desarrolla y causa estragos en el organismo antes de ser detectado; cuando se descubre, generalmente ya es demasiado tarde. En mi caso, el cáncer aún estaba encapsulado, no se había propagado a otros órganos.

En esta crisis yo he sentido la presencia milagrosa de Dios en mi vida; la manera en que el médico descubrió el cáncer fue totalmente “casual”, él no estaba explorando la vejiga, pero, como si alguien hubiese guiado su mano, decidió darle un vistazo; alguien podría pensar que se trató de una coincidencia fortuita; sin embargo, las personas de fe sabemos que éstas no son coincidencias sino “Dios-incidencias”.

Desde el momento en que me comunicaron el diagnóstico, he pasado por varias etapas.

Mi primera reacción fue una fe infinita. Recordé el episodio bíblico en el cual Jesús, en medio de una tormenta en el mar, dijo “Pedro, ven a mí, Pedro comenzó a caminar, pero dudó, se hundió y Jesús le dijo “Pedro ¿por qué dudaste...?”

La fe tiene que ser sin rajaduras, sin pliegues ni escondrijos; ésa es la fe que mueve montañas. Esa etapa me duró hasta que me operaron y me extrajeron el tumor canceroso. Con un orgullo sano, y para la Gloria de Dios, comparto que nunca temí; siempre supe que estaría bien.

Al regreso del hospital a mi casa, viví uno de los momentos más hermosos de mi vida. Tere y mis dos hijas me estaban esperando y estuvieron conmigo en todo momento. No se movieron de mi lado, atendíendome y ofreciéndome su soporte emocional; dejaron todas sus actividades para estar conmigo y brindarme su presencia. Era lo que yo necesitaba. Como es normal, sentía bastante malestar físico y todavía estaba bajo los efectos de los sedantes. Dormía por ratos y cuando despertaba, allí estaban Tere, Cristina y Andrea, que no se habían movido de mi lado. Ese momento reforzó mi creencia de que – después de Dios – la familia es lo más importante.

Luego vino la segunda etapa, la del júbilo y exaltación, pues me había salvado de una enfermedad

que para muchos es mortal; en esta segunda etapa todo lo percibía bello y perfecto; así pasé varios días, extasiado por la vida que aún podía disfrutar.

Ahora estoy viviendo una tercera etapa, más serena y estable, la cual espero que será la más duradera.

Es una etapa de reflexión, de evaluación de mi vida como un todo. Esta crisis me ha hecho reflexionar y valorar más a las personas, a mi familia y amigos, ha reafirmado mi fe en Dios y en los valores que siempre he procurado practicar.

Las crisis personales son puntos de inflexión que nos invitan a reflexionar sobre la vida y sobre nuestra realidad; al mismo tiempo, nos permite reordenar nuestras propiedades en la vida.

Ahora me formulo con frecuencia preguntas como las siguientes ¿Cómo puedo dar lo mejor de mí mismo? ¿Cómo puedo desempeñar mi papel para servir mejor a la humanidad? ¿Cómo me puedo convertir en la mejor versión de mí mismo?

En parte, esa experiencia me motivó a escribir este libro. En estas páginas he compartido mis conocimientos y experiencia para facilitar tu desarrollo personal y profesional al máximo, tu triunfo completo.

Siempre aprovecha las crisis como catapultas para saltar hacia adelante y hacia arriba.

Los Bienes Raíces constituyen una de las más hermosas profesiones y constituyen una excelente plataforma para potenciar tu crecimiento personal y familiar, tu evolución plena, tu desarrollo integral como ser humano.

¡Te deseo un futuro brillante...!

Anexo 1

¿Por qué RE/MAX?

“Con RE/MAX eres independiente, pero no estás solo.”

Dave Liniger
Co-fundador y CEO
RE/MAX



Figura 7. Disfrutando con Dave Liniger, Co-fundador y CEO de RE/MAX. He tenido la bendición de contar con grandes maestros. ¡Gracias!

Éstos son tiempos de cambios vertiginosos en el mundo de los negocios, de transformaciones impensables hace apenas una generación.

Veamos algunos ejemplos.

Hace pocos años era impensable que el dinero en efectivo pasaría a segundo lugar en las operaciones mercantiles cotidianas y que sería sustituido por sistemas de tarjetas de crédito y débito; ahora, es la práctica común que domina todo el comercio mundial.

La mayor empresa de taxis del mundo (UBER) está formada por miles de

empresarios independientes asociados en un website; opera apenas con un puñado de empleados y no posee ni un solo taxi.

Una de las principales empresas hoteleras del mundo (Airbnb) está formada por miles de micro-empresarios que trabajan independientemente; no posee ni un solo hotel, ni siquiera una sola habitación. Al igual que el caso anterior, esta empresa se administra con unos pocos empleados a sueldo fijo y sus operaciones son manejadas por sus afiliados de manera independiente.

- 0 -

El sistema de Franquicias forma parte de esa rápida evolución y transformación del mundo de los negocios. Dentro de estas franquicias, RE/MAX es la que vende más bienes raíces (dato auditado y comprobable).

El sistema de Franquicias domina cada vez más la manera de hacer negocios para aprovechar la

experiencia acumulada por miles de personas en las más diversas actividades; restaurantes, alimentos, ventas de equipos comerciales e industriales, prestación de servicios de toda clase, representación local de marcas mundiales y -por supuesto- en el campo de Bienes Raíces.

Una Franquicia pone a tu disposición una plataforma cuya construcción ha requerido millones de dólares y millones de horas-hombre, todo ello a un costo mínimo.

El índice de éxito al trabajar con una Franquicia es superior al de trabajar sin estar afiliado; trabajando con RE/MAX reduces los riesgos de tu negocio.

Los Agentes de Bienes Raíces que trabajan con RE/MAX ganan más que quienes trabajan aisladamente.

Al adquirir una Franquicia de Bienes Raíces, tú eres dueño de tu propio negocio. Eres un empresario independiente, tomas tus propias decisiones y organizas tu propio tiempo según tu criterio y tus prioridades. No eres un empleado de la casa matriz.

La persona que adquiere una Franquicia de Bienes Raíces puede o no tener experiencia en este campo. Si ya tiene experiencia, la relación se convierte más bien en una alianza estratégica en la que el franquiciador (casa matriz) aporta la exposición global, clientes internacionales e imagen, mientras que el franquiciado (quien compra una franquicia) aporta el conocimiento local y su credibilidad personal.

Con toda esa red de contactos, con todo ese soporte técnico disponible, los Agentes aprovechan desde el principio toda esa inmensa plataforma para construir su propia empresa.

¿Por qué trabajar con una Franquicia RE/MAX? Porque "Quien a buen árbol se arrima, buena sombra le cobija".

- o -

RE/MAX es una sigla que significa Real Estate Maximums. Esta firma ofrece los máximos beneficios tanto para los franquiciados, sus Agentes y los consumidores finales (compradores y vendedores de inmuebles).

Tere resume lo que RE/MAX significa para un Agente de Bienes Raíces en el siguiente acróstico en inglés "B. E. S. T.", he aquí el significado de esas cuatro iniciales.

- B Brand and business referrals (Marca y referidos)
- E Entrepreneurship and ethics (Cultura de emprendedores y ética)
- S Systems and know-how (Sistemas y conocimiento práctico)
- T Training and teamwork (Entrenamiento y trabajo en equipo)

Veamos estos conceptos en detalle.

B: Marca y referidos

Desde el momento en que una persona usa un rótulo de RE/MAX, una camiseta RE/MAX, un pin de RE/MAX, la gente la relaciona con una marca de alta calidad y reconocido profesionalismo en Bienes Raíces.

La marca RE/MAX pesa, el logotipo habla elocuentemente de una compañía con tradición en cuanto a servicio profesional en este campo; es un respaldo silencioso y constante a la propia Agencia.

Ahora veamos la segunda parte de la letra "B", los negocios referidos que el franquiciante envía a los franquiciados.

Los negocios llegan de muchas fuentes diferentes; una de ellas son los clientes que contactan la casa matriz queriendo comprar o vender un inmueble y la casa matriz los remite a los franquiciados, sin cobrar nada por ello.

Otra forma de negocios referidos es la siguiente: un Agente que está afiliado a RE/MAX brinda un buen servicio, queda bien ante sus clientes y estos clientes lo recomiendan a sus familiares, amigos y conocidos. Sobre esta forma de referidos encontrarás material e ideas útiles en el Capítulo 8 "Aprovecha tu Mercado Natural"

Una tercera forma de referidos proviene de los Agentes RE/MAX en otras ciudades y países. Al tener estos un cliente que quiere comprar o vender en tu ciudad, te lo envían como referido y por ello ganan un pequeño "referral fee". Esta moneda tiene otra cara: tú también puedes enviar referidos a tus compañeros RE/MAX y por ello también ganarás un "referral fee".

Tip:

En el mercado de referidos, cuenta tanto la cantidad como la calidad. Obtén cuantos referidos puedas pero califícalos y concéntrate en los mejores. Brian Buffini, uno de los mejores instructores en Bienes Raíces a lo largo de la historia y conferencista frecuente en los eventos RE/MAX, aconseja ampliar tanto el número de clientes calificados, para poder seleccionar y trabajar sólo con los mejores. "A contrariu sensu", si un Agente dispone de pocos propietarios vendedores y compradores potenciales, termina rogándoles que vendan o que compren. Amplía tu Mercado de Referidos al máximo.

- o -

Cuando un propietario vendedor contacta un representante de RE/MAX para que le ayude a vender su casa, él mismo se ha pre-calificado, pues esa persona generalmente intuye que cobras los honorarios completos más los impuestos; ya sabe que trabajas en base a exclusividad; ya sabe que



Figura 8. Nuestra región del Caribe y Centroamérica fue nombrada Región Global del Año 2016. ¡Gracias a nuestros Miembros por todo lo que hacen!

propio negocio; no son empleado de RE/MAX. Por ello, hacen su propia promoción personal, desarrollan sus propias campañas publicitarias utilizando el logo y los materiales promocionales de RE/MAX, con su nombre e información.

RE/MAX provee sistemas, estrategias y tácticas de probada eficiencia; proporciona una plataforma y una extensa red de contactos profesionales. Tomándolos como base, el franquiciado desarrolla su propia creatividad e inventiva.

La combinación del Agente (su individualidad, su creatividad) con la plataforma de RE/MAX es altamente estimulante; por ello frecuentemente las innovaciones surgen desde la base, desde el frente de batalla. Los propios Agentes aprovechan los materiales de RE/MAX y conciben nuevas ideas, crean sus propios procedimientos, adoptan nuevas tecnologías, etc.

Los propietarios de franquicias RE/MAX potencian el desarrollo profesional de sus propios Agentes; es una relación ganar-ganar, pues mientras más suban los Agentes más sube el Franquiciado.

RE/MAX maneja un Código de Ética estricto; los más de 100.000 Agentes RE/MAX comparten los mismos principios y valores en más de 100 países.

El Agente RE/MAX asesora y aconseja tanto a los propietarios vendedores como a los compradores, procurando el beneficio de ambos con la máxima equidad.

S: Sistemas y conocimiento práctico

Adquirir una Franquicia RE/MAX significa trabajar con los mejores en Bienes Raíces; por ello ocurre lo mismo que en los deportes, es decir, al jugar con los mejores jugadores de golf, basketball o ajedrez, uno se esmera más y saca lo mejor de sí mismo.

tus convenios se formalizan firmando los documentos correspondientes. En síntesis, quien llama a RE/MAX ya está en tu cancha.

Si esa persona no estuviese dispuesta a contratar verdaderos servicios profesionales y a pagar por ellos, llamaría a cualquier conocido que trabaje vendiendo inmuebles de manera individual, sea su prima, un vecino, un taxista, etc.

E: Cultura de emprendedores y Ética

Los Agentes RE/MAX son empresarios independientes y por tanto manejan su

Además, inmediatamente se cuenta con el respaldo de la mejor marca de Bienes Raíces del mundo. Existe una enorme diferencia entre anunciar "Agencia de Bienes Raíces Cárdenas " y anunciar:

RE/MAX Golden Real Estate
Propietarios: Ricardo y Tere Cárdenas

En el caso de RE/MAX, las propiedades captadas se muestran de inmediato en muchos sitios que reciben visitantes de todo el mundo, como www.remax.com, www.global.remax.com, www.remax-centroamerica.com, www.remax-caribe.com y otros.

T: Entrenamiento y trabajo en equipo

RE/MAX University ofrece a los Agentes más de 100 videos educativos en español y más de 2.000 en inglés, todo esto gratis. Al formar parte de la familia RE/MAX se dispone de toda esa capacitación las 24 horas del día.

El entrenamiento en RE/MAX es extenso, abarca todas las etapas y facetas del negocio.

RE/MAX celebra convenciones anuales gigantescas, en las cuales reúne de 5.000 a 10.000 Agentes afiliados a la compañía, provenientes de todo el mundo para establecer nuevos contactos, aprender nuevas estrategias y tácticas, actualizarse con las más recientes tecnologías, y divertirse.

RE/MAX tiene un refrán que refleja su filosofía, dice "Un leño no hace una fogata" ("One log makes a lousy fire"). Los Agentes de RE/MAX son como leños aportando su energía a la fogata y se alimentan del fuego común.

Todo lo anterior explica la razón por la cual, en promedio, los Agentes RE/MAX ganan más que los Agentes independientes.

- 0 -

En 1995 Tere y yo convertimos a RE/MAX nuestra Agencia independiente, la cual habíamos manejado independientemente durante 16 años; este ha sido el mejor paso comercial de nuestra vida. De inmediato sentimos el poder de la marca y que habíamos "comprado un atajo" en el camino al éxito.

Buscábamos tener el respeto del público, algo más tecnificado, un sistema que nos ayudase a expandirnos, a desarrollarnos mejor en Bienes Raíces, a realizar más negocios, a sistematizar y simplificar el papeleo, etc.

Recuerdo bien cuando en 1995 envié un fax a RE/MAX Headquarters en Denver y nos respondieron el mismo día; inmediatamente después nos enviaron un paquete promocional vía FedEx, explicando las bondades del sistema RE/MAX y los beneficios que nos reportaría afiliarnos a esta gran compañía.

En RE/MAX hemos obtenido todo ésto y mucho más; nuestros horizontes profesionales y personales se han ampliado como nunca lo imaginamos; nuestra asociación con RE/MAX ha catapultado nuestros ingresos y nuestro desarrollo personal a niveles que han sobrepasado todas nuestras expectativas.

Anexo 2

Lecturas recomendadas

La Sagrada Biblia.

"7 hábitos de la gente altamente efectiva"
Stephen Covey

"80/20: sales and marketing"
Perry Marshall

"Cómo ganar amigos e influir sobre las personas"
Dale Carnegie

"Da el salto"
Joel Osteen

"Deliver the unexpected"
Richard Robbins

"Despierta tu gigante interior"
Anthony Robbins

"El efecto compuesto"
Darren Hardy

"Padre rico, padre pobre"
Robert Kiyosaki

"Piense y hágase rico"
Napoleon Hill

"Procastinate on purpose"
Rory Vaden

"Secretos para cerrar la venta"
Zig Ziglar

"Simplemente brillante"
William Taylor

Anexo 3

Corazones Solidarios

<http://www.CorazonesSolidariosES.org/>

"Corazones Solidarios" es una fundación que brinda soporte a los familiares de los pacientes de escasos recursos del Hospital Bloom, en San Salvador, El Salvador. El Hospital Bloom se especializa en tratar niños con cáncer. Esta fundación es el equivalente del Children's Miracle Network en EEUU (en otra escala, por supuesto).



Figura 9. Ana Sofía González. Fundadora de Corazones Solidarios.

Fue fundada en 2012 por mi ahijada Ana Sofía González -¡cuando ella apenas contaba con 14 años de edad!- y ahora atiende más de 200 familias de pacientes.

Ana Sofía sufrió cáncer a esa temprana edad y tuvo una recuperación milagrosa. A pesar de lo difícil de las circunstancias, durante su enfermedad y tratamiento mostró siempre una actitud, entereza, determinación y bondad ejemplares. ¡Una verdadera inspiración para la familia y todos quienes la conocemos!

Cuando se supo sana, decidió que tenía que hacer algo por otras personas, y fue así como decidió crear Corazones Solidarios. Su familia la apoya constantemente y están comprometidos cien por ciento en apoyar esta fundación, de la cual nos enorgullecemos de ser parte.

Anexo 4
“Orgullo Mestizo”
<https://www.facebook.com/orgullo.mestiso>



La segunda Fundación a la cual Tere y yo ayudamos consistentemente es “Orgullo Mestizo”, que está dedicada a rescatar mascotas abandonadas, cuidarlas y recuperarlas, en Santa Ana, El Salvador.

Es dirigida por Griselda Constantino, una joven admirable que ha dedicado su vida a ayudar estas mascotas. Cuenta con un grupo de voluntarios de gran corazón que ayudan, algunos con su tiempo y esfuerzo, otros con recursos financieros, jotros con ambas cosas!

Al momento de escribir este libro, Orgullo Mestizo cuenta con cerca de 170 perros. Todos tienen sus vacunas, son castrados y reciben grandes cantidades de cuidado y amor.