

# PIENSE Y HÁGASE RICO



Publicado por primera vez por NAPOLEÓN HILL en Marzo, 1937.

Piense y Hágase Rico Título original: "Think and Grow Rich"

Traducido de la edición de Fawcett Crest Edition, USA, 1985

© 1990, NAPOLEON HILL Tercera reimpresión, diciembre 1996

Esta edición digital ha sido preparado por [www.empresa-de-exito.com](http://www.empresa-de-exito.com).

# LA PLANIFICACIÓN ORGANIZADA

## LA CRISTALIZACIÓN DEL DESEO EN ACCIÓN

El sexto paso hacia la riqueza

Usted acaba de aprender que todo lo que el hombre crea o adquiere empieza bajo la forma de un deseo, un deseo que se asume desde su primera aparición y va desde lo abstracto hasta lo concreto, en el taller de la imaginación, donde se crean y se organizan planes para su transición.

En el segundo capítulo se le instruyó para que diese seis pasos muy definidos, como primer movimiento hacia la transmutación del deseo de dinero en su equivalente físico. Uno de esos pasos es la formación de un plan, o planes, definido y práctico, mediante el cual esa transformación puede llevarse a cabo.

Ahora recibirá instrucciones sobre cómo construir planes que sean prácticos:

a) Alíese con un grupo de tantas personas como pueda necesitar para la creación y ejecución de su plan para la acumulación de dinero, haciendo uso del principio del «trabajo en equipo», que se describe en un próximo capítulo. La sumisión a este principio es esencial. No lo desatienda.

b) Antes de haber formado su «equipo de trabajo», decida ventajas y beneficios que usted puede ofrecer a cada miembro de su grupo a cambio de su cooperación. Nadie trabajará indefinidamente sin alguna forma de compensación. Ninguna persona inteligente exigirá ni esperará que otra trabaje sin una compensación adecuada, aunque ésta no siempre se encuentre en forma de dinero.

c) Acuerde reunirse con los miembros de su equipo de trabajo por lo menos un par de veces por semana, y más a menudo si es posible, hasta que hayan puesto a punto el plan necesario para la acumulación de dinero.

d) Mantenga una perfecta armonía entre usted y los miembros del equipo. Si no consigue ajustarse a esta instrucción al pie de la letra, se topará con el fracaso. El principio del «trabajo en equipo» no se obtiene donde la armonía perfecta no reina.

Tenga presentes estos hechos:

Primero: usted está comprometido en una empresa de gran importancia para usted. Si quiere asegurarse el éxito, ha de tener planes que sean infalibles.

Segundo: debe contar con la ventaja de la experiencia, la educación, la capacidad innata y la imaginación de otras mentes. Esto está en armonía con los métodos que siguen todas las personas que han acumulado grandes fortunas. Ningún individuo tiene suficiente

experiencia, educación, capacidad innata y conocimientos para garantizar la acumulación de una gran fortuna sin la cooperación de otras personas. Cada plan que usted adopte en la empresa de acumular riquezas debe ser la creación conjunta de usted y los demás miembros del «equipo de trabajo». Usted puede originar sus propios planes, tanto en partes como en su totalidad, pero asegúrese de que esos planes sean verificados y aprobados por su «equipo de trabajo».

## **SI SU PRIMER PLAN FRACASA, ¡INTENTE OTRO!**

Si el primer plan que usted adopta no funciona con éxito, cámbielo por uno nuevo; si este nuevo plan tampoco funciona, vuelva a cambiarlo por otro, y así sucesivamente hasta que encuentre un plan que dé resultado. Aquí se encuentra la causa principal de que la mayoría de los hombres tope con el fracaso, debido a su falta de perseverancia en la creación de nuevos planes para sustituir los que no funcionan. El hombre más inteligente no puede tener éxito en la acumulación de dinero (ni en ninguna otra empresa) sin contar con planes que sean prácticos y viables. Tenga presente este hecho, y, cuando sus planes fallen, recuerde que un fracaso temporal no es lo mismo que un fracaso permanente. Un fracaso indica sólo que los planes no eran buenos. Haga otros. Vuelva a empezar todo de nuevo.

El fracaso temporal debe significar sólo una cosa: la certidumbre de que hay algo que no funciona en lo planificado. Millones de hombres se pasan la vida en la miseria y en la pobreza porque les falta un buen plan mediante el cual acumular una fortuna.

Ningún hombre está vencido mientras él mismo no se rinda en su propia mente.

Hames J. Hill se topó con fracasos temporales la primera vez que se propuso reunir el capital necesario para trazar un ferrocarril de Este a Oeste de Estados Unidos, pero él también convirtió el fracaso en victoria con la utilización de nuevos planes. Henry Ford conoció el fracaso temporal, no sólo al principio de su carrera en el mundo del automóvil, sino después de haber estado en lo más alto del éxito. Concibió otros planes, y siguió avanzando hacia la victoria económica.

Vemos hombres que han acumulado grandes fortunas; pero, a menudo, sólo reconocemos sus triunfos, y pasamos por alto los fracasos temporales que han tenido que superar antes de «llegar».

Ningún seguidor de esta filosofía puede esperar de manera razonable que acumulará una fortuna sin experimentar «fracasos temporales». Cuando el fracaso sobreviene, acéptelo como una señal de que sus planes no son buenos, haga otros, y encamínese de nuevo hacia su objetivo anhelado. Si pierde interés antes de haber alcanzado su objetivo, usted es una persona que abandona con facilidad. Recuerde que los que abandonan nunca ganan..., y un ganador nunca abandona. Copie esta frase en un papel, en letras bien grandes, y póngala

donde pueda verla todas las noches antes de acostarse, y todas las mañanas antes de ir a trabajar.

Cuando empiece a elegir miembros para su equipo de trabajo, procure elegir aquellos que no se tomen el fracaso muy en serio.

Algunas personas creen tontamente que sólo el dinero puede generar dinero. ¡Esto no es verdad! El deseo, transmutado en su equivalente monetario, a través de los principios que presentamos aquí, es el agente por medio del cual se «hace» el dinero. El dinero, en sí, no es más que materia inerte. No se puede mover, no piensa, ni habla, ¡pero puede «oír» cuando, un hombre que lo desee, lo llama!

## **PLANIFICACIÓN DE LA VENTA DE SERVICIOS PERSONALES**

La planificación inteligente es esencial para el éxito de cualquier empresa ideada con el fin de acumular riquezas. Aquí encontrará explicaciones detalladas para quienes tienen que empezar la acumulación de riquezas por el procedimiento de vender sus servicios personales.

Debe de ser muy alentador saber que casi todas las grandes fortunas empezaron en forma de compensación por servicios personales prestados, o por la venta de ideas. ¿Qué más, aparte de las ideas y de los servicios personales, tiene alguien sin propiedades para ofrecer a cambio de la riqueza?

## **CASI TODOS LOS LÍDERES EMPIEZAN COMO SEGUIDORES**

Hablando en general, en el mundo hay dos tipos de personas. A unas se las conoce como líderes, y a otras como seguidores. Decídase desde un principio si se propone llegar a ser un líder en su vocación elegida o continuará siendo un asistente. La diferencia en las compensaciones es enorme. El asistente no puede esperar de manera razonable recibir la misma compensación que el líder, aunque muchos seguidores cometen el error de esperar la misma remuneración.

No es ninguna desgracia ser asistente. Por otra parte, tampoco tiene mérito alguno seguir siéndolo. Casi todos los grandes líderes empezaron en el puesto de los seguidores. Llegaron a ser grandes líderes porque eran seguidores inteligentes. Con muy pocas excepciones, el hombre que no pueda estar a las órdenes de un líder de manera inteligente, nunca llegará a ser un líder eficaz. En cambio, el hombre que pueda seguir inteligentemente a un líder es quien desarrolla con mayor rapidez la capacidad para ser líder. Un seguidor inteligente tiene muchas ventajas; entre ellas, la oportunidad de adquirir conocimientos de su líder.

## **LAS CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES DEL LÍDER**

Los factores siguientes son importantes en todo líder:

1. Valor inquebrantable, basado en el conocimiento de sí mismo y de la propia ocupación. Ningún seguidor desea ser dominado por un líder falto de confianza en sí mismo y de coraje. Ningún seguidor inteligente puede estar mucho tiempo dominado por un líder así.
  2. Autocontrol. El hombre que es incapaz de controlarse, nunca podrá controlar a los demás. El autocontrol es un ejemplo poderoso para los seguidores, que los más inteligentes emularán.
  3. Un claro sentido de la justicia. Sin un sentido de lo que es justo y de la justicia, ningún líder puede dirigir a sus seguidores y mantener su respeto.
  4. Precisión en las decisiones. El hombre que vacila en sus decisiones demuestra que no está seguro de sí mismo, y no puede conducir a otros con éxito.
  5. Exactitud en los planes. El líder que tiene éxito debe planificar su trabajo, y trabajar su plan. Un líder que se mueve por conjeturas, a ojo, sin planes prácticos ni precisos, es comparable a un barco sin timón. Tarde o temprano acabará contra los arrecifes.
  6. El hábito de hacer más de lo que le corresponde. Uno de los inconvenientes del liderazgo es el hecho de que el líder debe estar dispuesto a hacer más de lo que exige a sus seguidores.
  7. Una personalidad agradable. Ninguna persona desaliñada y descuidada puede llegar a ser un líder eficaz.
- La categoría de líder requiere respeto. Los seguidores no respetarán a un líder que no se destaque en todos los factores que conforman una personalidad agradable.
8. Simpatía y comprensión. El líder de éxito debe ser simpático con sus seguidores. Además de ser comprensivo con ellos y con sus problemas.
  9. Dominio del detalle. Un liderazgo eficaz exige el dominio de los detalles de la posición del líder.
  10. Disposición a asumir toda la responsabilidad. El líder de éxito debe estar dispuesto a asumir la responsabilidad por los errores y los descuidos de sus seguidores. Si trata de eludir esta responsabilidad, dejará de ser el líder. Si uno de sus seguidores comete un error, y queda como un incompetente, el líder debe considerar que él es quien ha fallado.
  11. Cooperación. El líder de éxito debe comprender y aplicar el principio del esfuerzo cooperativo y ser capaz de impulsar a sus seguidores a hacer lo mismo. El liderazgo requiere poder, y el poder exige cooperación.

Hay dos formas de liderazgo. La primera, mucho más eficaz, es el liderazgo con el consentimiento y la simpatía de los seguidores. La segunda, el liderazgo por la fuerza, sin el consentimiento ni la simpatía de los seguidores.

La historia está llena de pruebas de que el liderazgo por la fuerza no perdura. La caída y la desaparición de dictadores y de reyes es significativa. Indica que la gente no acatará indefinidamente un liderazgo por la fuerza.

Napoleón, Mussolini, Hitler fueron ejemplos de líderes por la fuerza. Su liderazgo ha pasado. El liderazgo con el consentimiento de los seguidores es el único perdurable.

Los hombres pueden acatar temporalmente un liderazgo por la fuerza, pero no lo harán por su propia voluntad.

La nueva marca del liderazgo abarcará los once factores descritos en este capítulo, además de algunos otros. El hombre que haga de ellos la base de su liderazgo encontrará abundantes oportunidades de liderar en todos los órdenes de la vida.

## **LAS DIEZ CAUSAS PRINCIPALES DEL FRACASO EN EL LIDERAZGO**

Llegamos ahora a los principales errores de los líderes que fracasan, porque saber lo que hay que hacer es tan importante como saber lo que no hay que hacer.

1. Incapacidad para organizar detalles. Un liderazgo eficiente requiere capacidad para organizar y controlar los detalles. Ningún líder genuino está jamás «demasiado ocupado» para hacer cualquier cosa que se le pueda pedir en su condición de líder. Cuando un hombre, ya sea en calidad de líder o de asistente, admite que está «demasiado ocupado» para cambiar de planes, o para prestar atención a una emergencia, está admitiendo su incompetencia. El líder de éxito debe ser quien controle todos los detalles relacionados con su posición. Esto significa, por supuesto, que ha de adquirir el hábito de relegar los detalles a asistentes capaces.

2. Mala disposición para prestar servicios modestos. Los líderes realmente grandes están siempre dispuestos, cuando la ocasión lo exige, a llevar a cabo cualquier tipo de labor que se les pida que hagan. Que «el mejor de entre vosotros será el sirviente de todos» es una verdad que todos los líderes capaces observan y respetan.

3. Expectativas de gratificación por lo que «saben», y no por lo que hacen con aquello que saben. El mundo no paga a los hombres por lo que «saben».

Les pagan por lo que hacen, o impulsan a hacer a otros.

4. Temor ante la competencia de los seguidores. El líder que teme que uno de sus seguidores pueda ocupar su puesto está prácticamente condenado a ver cumplidos sus temores tarde o temprano. El líder capaz entrena a suplentes en quienes pueda delegar, a voluntad,

cualquiera de los detalles de su posición. Sólo de ese modo un líder puede multiplicarse y prepararse para estar en muchos lugares, y prestar atención a muchas cosas al mismo tiempo. Es una verdad eterna que los hombres reciben más paga por su habilidad para hacer que los demás trabajen, que lo que ganarían por su propio esfuerzo. Un líder eficiente puede, a través del conocimiento de su trabajo y del magnetismo de su personalidad, aumentar en gran medida la eficacia de los demás, e inducirlos a rendir más y mejores servicios que los que rendirían sin su ayuda.

5. Falta de imaginación. Sin imaginación, el líder es incapaz de superar las emergencias, y de crear planes que le permitan guiar con eficacia a sus seguidores.

6. Egoísmo. El líder que reclama todo el honor por el trabajo de sus seguidores está condenado a generar resentimientos. El verdadero líder no exige honor alguno. Le alegra ver que los honores, cuando los hay, son para sus seguidores, porque sabe que la mayoría de los hombres trabajarán con más entusiasmo por recomendaciones y reconocimientos, que sólo por dinero.

7. Intemperancia. Los seguidores no respetan a los líderes intemperantes. Además, la intemperancia en cualquiera de sus diversas formas destruye la resistencia y la vitalidad de cualquiera que se deje llevar por ella.

8. Deslealtad. Quizás esta causa debería encabezar la lista. El líder que no sea leal con su organización y con su equipo, con quienes están por encima de él y con quienes están por debajo, no podrá mantener mucho tiempo su liderazgo. La deslealtad le señala a uno como alguien que está en el nivel del polvo que pisamos, y atrae sobre su cabeza el desprecio que se merece. La falta de lealtad es una de las principales causas de fracaso en todos los terrenos de la vida.

9. Acentuar la «autoridad» del liderazgo. El líder eficiente enseña mediante el estímulo y no intenta atemorizar a sus seguidores. El líder que trata de impresionar a sus seguidores con su «autoridad» entra en la categoría del liderazgo por la fuerza. Si un líder lo es de verdad, no necesitará anunciarlo, a no ser mediante su conducta, es decir, con su simpatía, comprensión y sentido de la justicia, y demostrando, además, que conoce su trabajo.

10. Insistir en el título. El líder competente no necesita «títulos» para obtener el respeto de sus seguidores. El hombre que insiste demasiado en su título, generalmente no tiene mucho más en qué apoyarse. Las puertas del despacho de un verdadero líder permanecen abiertas para todos aquellos que deseen entrar, y su lugar de trabajo está tan libre de formalidad como de ostentación.

Entre las causas de fracaso en el liderazgo, éstas son las más comunes. Cualquiera de ellas es suficiente para provocar el fracaso. Estudie cuidadosamente la lista si aspira al liderazgo, y asegúrese de no cometer ninguna de estas faltas.

## **ALGUNOS CAMPOS FÉRTILES EN LOS QUE HABRÁ DEMANDA DE «NUEVOS LÍDERES»**

Antes de terminar con este capítulo llamaremos su atención sobre algunos campos fértiles donde se ha producido una declinación del liderazgo y en los cuales el nuevo tipo de líder puede encontrar abundancia de oportunidades.

Primero: en el campo de la política hay una insistente demanda de nuevos líderes, una demanda que apunta nada menos que a una emergencia.

Segundo: en el mundo de la Banca se está produciendo una reforma.

Tercero: la industria tiene nuevos líderes. Para que pueda perdurar, el nuevo líder industrial debe considerarse casi como un funcionario público, cuyo deber es manejar su empresa de manera tal que no imponga penurias a ningún individuo ni a ningún grupo.

Cuarto: el líder religioso del futuro se verá obligado a prestar más atención a las necesidades temporales de sus seguidores, a la solución de los problemas económicos y personales del presente, y a prestar menos atención al pasado, que ya no existe, y al futuro, que no ha llegado aún.

Quinto: en las profesiones del derecho, la medicina y la educación, se necesitará una forma de liderazgo nueva y, en alguna medida, también nuevos líderes. Esto es sobre todo válido en el campo de la educación. El líder en este campo deberá encontrar, en el futuro, formas y medios nuevos de enseñar a la gente la manera de aplicar el conocimiento que se les ha impartido, ocupándose más de la práctica y menos de la teoría.

Sexto: en el campo del periodismo se necesitarán nuevos líderes.

Éstos no son más que algunos de los campos en que actualmente se dispone actualmente de oportunidades para nuevos líderes y para una forma de liderazgo también nueva. El mundo está sufriendo rápidos cambios, y esto significa que los medios por obra de los cuales se promueven los cambios en los hábitos humanos deben adaptarse a los cambios. Los medios que describimos aquí son los que, en mayor medida que ningún otro, determinan la tendencia de la civilización.

## **CUÁNDO Y COMO SALIR EN BUSCA DE EMPLEO**

La información que aquí le presentamos es el resultado neto de muchos años de experiencia durante los cuales miles de mujeres y de hombres fue ron ayudados a comercializar eficazmente sus servicios.

La experiencia ha demostrado que los siguientes medios ofrecen los métodos más eficaces y más directos para poner en contacto a quien necesita vender sus servicios personales con la persona que necesita comprarlos.

1. Oficinas de empleo. Se debe tener cuidado en seleccionar sólo las de buena reputación, en las cuales la gerencia pueda mostrar archivos que comprueben el logro de resultados satisfactorios. Tales oficinas son bastante escasas.
2. Anuncios en periódicos, revistas y publicaciones comerciales. Generalmente se puede confiar en que los anuncios clasificados den resultados satisfactorios en el caso de los que buscan empleos en oficinas u otros cargos asalariados comunes. Los anuncios destacados son más deseables en el caso de quienes buscan conexiones exclusivas, y se deben publicar en la sección del periódico que más fácilmente haya de llamar la atención de la clase de patrono que uno busca. El anuncio lo debe preparar un experto, que sepa cómo destacar las cualidades vendibles necesarias para obtener respuestas.
3. Cartas personales de presentación, dirigidas a determinadas firmas o personas que puedan necesitar los servicios que uno ofrece. Las cartas deben estar siempre mecanografiadas con pulcritud, y llevar la firma manuscrita. Con la carta enviará un resumen completo de las calificaciones del aspirante. Tanto la carta de presentación como el curriculum, o Esta de calificaciones, deben ser preparados por un experto. (Véanselas instrucciones referentes ala información que se ha de incluir.)
4. Presentación por intermedio de relaciones personales. Cuando sea posible, el aspirante debe tratar de establecer contacto con un posible patrono valiéndose de las relaciones personales. Este método es especialmente ventajoso en el caso de quienes buscan contactos a nivel ejecutivo y no desean dar la impresión de estar «vendíéndose como baratijas».
5. Presentación personal. En algunos casos puede resultar más eficaz que el aspirante ofrezca sus servicios personalmente a sus posibles empleadores, y, de ser así, se ha de presentar por escrito una lista completa de las calificaciones para el cargo, dado que suele suceder que el patrono en potencia quiere estudiar con sus socios los antecedentes del aspirante.

## **LA INFORMACIÓN QUE SE DEBE INCLUIR EN UN EXPEDIENTE ESCRITO**

El expediente ha de ser preparado con tanto cuidado como un abogado prepararía el legajo de un caso que ha de defender ante el tribunal. A menos que el aspirante tenga experiencia en la preparación de documentos así, debe consultar con un experto, cuyos servicios contratará con este fin. Los comerciantes de éxito emplean como anunciantes a hombres y mujeres que entienden el arte y la psicología de la presentación de los méritos de su mercancía, y quien tiene que vender sus servicios personales debe hacer lo mismo. En el expediente se ha de incluir la información siguiente:

1. Educación. Enuncie en forma breve, pero clara, su nivel de escolarización y los temas en que se ha especializado, dando las razones para esa especialización.

2. Experiencia. Si ya ha tenido experiencia en cargos similares al que ahora busca, descríbalala en detalle, dando los nombres y direcciones de sus antiguos patronos. Trate de destacar claramente cualquier experiencia especial que pueda haber tenido y que lo califique para adjudicarse el cargo al que aspira.
3. Referencias. Casi todas las firmas comerciales desean tener información completa sobre los trabajos anteriores y antecedentes de los aspirantes que buscan cargos de responsabilidad. Con las fotocopias de su expediente incluya copias de cartas de:
  - a) Patronos anteriores.
  - b) Profesores y maestros con quienes estudió.
  - c) Personas relevantes en cuyo juicio se pueda confiar.
4. Fotografía. Incluya una fotografía reciente.
5. Ofrezcase para un cargo específico. Nunca deje de incluir en la presentación una descripción exacta del cargo o actividad que usted busca. Nunca se limite a pedir «un puesto». Eso indica la falta de calificaciones especializadas.
6. Enuncie sus calificaciones para ocupar el cargo que desea. Exprese detalladamente la razón por la que cree estar calificado para el puesto que busca. Éste es el detalle más importante de su presentación, y el que, más que ninguna otra cosa, determinará la consideración que usted reciba.
7. Ofrezcase para un período de prueba. Ésta puede parecer una sugerencia radical, pero la experiencia ha demostrado que rara vez deja de asegurar por lo menos una prueba. Si usted está seguro/a de sus calificaciones, una prueba es todo lo que necesita. Digamos de paso que un ofrecimiento así indica que usted está segura/o de su capacidad para ocupar el cargo a que aspira. Es muy convincente. Deje claro que su ofrecimiento se basa en:
  - a) Su seguridad de ser capaz de ocupar el cargo.
  - b) Su confianza en lo que decidirá su posible patrono una vez que lo haya probado.
  - c) Su determinación de alcanzar el puesto.
8. Muestre su conocimiento de las actividades comerciales de su futuro patrono. Antes de ofrecerse para un puesto, póngase al tanto del negocio para familiarizarse con él, e indique en su expediente los conocimientos que tenga de ese campo. Así dará una buena impresión, porque evidenciará que tiene imaginación y que está realmente interesado en el puesto que busca.

Recuerde que no es el abogado que más sabe de leyes el que gana el proceso, sino el que mejor lo prepara.

Si su «caso» está bien preparado y presentado, tendrá, ya desde el comienzo, media victoria ganada. No tema presentar un expediente demasiado largo. A los patronos les interesa tanto contratar los servicios de aspirantes bien calificados como a usted conseguir empleo. La verdad es que el éxito de la mayoría de los patronos que lo consiguen se debe, sobre todo, a su capacidad para seleccionar colaboradores bien calificados. Y para eso quieren toda la información posible.

Recuerde otra cosa: la pulcritud en la presentación de su expediente indicará hasta qué punto es usted una persona minuciosa. Yo he ayudado a redactar curriculums a clientes tan especiales y fuera de lo común que lograron que los contrataran sin necesidad de tener una entrevista personal.

Cuando haya completado su expediente, hágalo encuadernar y encabécelo más o menos así:

EXPEDIENTE DE LAS CALIFICACIONES DE

José Pérez García

PARA OPTAR AL CARGO DE

Adjunto del Presidente de la

EMPRESA DE SUMINISTROS, S. A.

Cambie los nombres cada vez que presente su expediente.

Este toque personal llamará sin duda la atención sobre usted. Preséntelo pulcramente mecanografiado o mimeografiado en el mejor papel que pueda conseguir y hágale una carpeta con una cartulina de las que se usan para cubiertas de libros, de modo que se pueda cambiar si se ha de presentar a más de una empresa. En alguna de las páginas debe figurar su fotografía. Siga estas instrucciones al pie de la letra e introduzca todas las mejoras que su imaginación le sugiera.

Los vendedores de éxito se presentan bien vestidos y arreglados, porque entienden que la primera impresión es la que perdura. Su expediente es el vendedor de usted. Vístalo bien, de modo que marque un nítido contraste con cualquier cosa que su futuro patrono haya podido ver antes en cuanto a la forma de presentarse a solicitar empleo. Si el cargo que usted busca merece la pena, más vale que usted se la tome. Además, si usted se vende a un patrono de una manera tal que su individualidad lo impresione, es probable que le pague mejor sus servicios, desde el primer día, que si se hubiera presentado a buscar empleo de la manera convencional en que todos lo hacen.

Si busca un trabajo a través de una agencia de publicidad o de la oficina de empleo, haga que el agente use copias de su expediente cuando ofrezca sus servicios. Eso le ayudará a

encontrarse en una situación de preferencia, tanto en relación con su agente como con sus posibles patronos.

## **CÓMO CONSEGUIR EL CARGO QUE DESEA**

Todos disfrutamos haciendo el tipo de trabajo para el cual nos sentimos más adecuados. A un artista le encanta trabajar con pintura, a un artesano con las manos, y a un escritor le gusta escribir. Los que no tienen una idea tan definida muestran también su preferencia por ciertos campos del comercio y de la industria. Por esta razón, en Estados Unidos, se ofrece una completa gama de ocupaciones, desde arar la tierra hasta cualquier actividad fabril, de marketing o profesional que a usted se le ocurra.

Primero: decida exactamente qué trabajo quiere. Si es un trabajo que aún no existe, quizá usted pueda crearlo.

Segundo: escoja la empresa o la persona para la que quiere trabajar.

Tercero: estudie a su posible patrono en lo que se refiere a sus políticas comerciales y de personal, y a las probabilidades de ascenso.

Cuarto: analícese y analice sus talentos y capacidades para precisar qué puede ofrecer, y organice maneras y medios para presentar las ventajas, servicios, planes e ideas siempre que usted crea estar en condiciones de ofrecer con éxito.

Quinto: olvídense de «un trabajo». Olvídense de si hay o no una oportunidad. Olvídense de la rutina habitual del «¿Tiene trabajo para mí?». Concéntrese en lo que usted puede dar.

Sexto: una vez que tenga mentalmente claro su plan, busque una persona que sea capaz de ponerlo por escrito, en forma detallada.

Séptimo: presénteselo a la persona con la autoridad necesaria y deje que se ocupe del resto. Todas las compañías andan en busca de personas que puedan ofrecerles algo de valor, ya sean ideas, servicios o «contactos». Todas las empresas tienen lugar para la gente que dispone de un plan de acción definido que represente una ventaja para la compañía.

Este formalismo puede llevarle unos días o unas semanas más de tiempo, pero la diferencia en ingresos, en ascensos y en obtención de reconocimiento le ahorrará años de trabajo duro y salario escaso. Tiene muchas ventajas; la principal es que se evitará de uno a cinco años de espera para alcanzar el objetivo que se haya propuesto.

Toda persona que comienza, o que «se mete» en medio de la escala del éxito, ha necesitado, para conseguirlo, una planificación deliberada y cuidadosa.

## LA NUEVA MANERA DE COMERCIALIZAR SERVICIOS

En el futuro, los hombres y las mujeres que mejor comercialicen sus servicios tendrán que reconocer el cambio que se ha producido en lo referente a la relación entre patrono y empleado.

La relación del futuro entre los patronos y sus empleados será más afín a una sociedad integrada por: a) El patrono b) El empleado c) El público al que sirven Si decimos que esta manera de comercializar los servicios personales es nueva, ello se debe a varias razones. Primero, porque, en el futuro, tanto el patrono como el empleado serán considerados empleados comunes, puestos ambos al servicio de un cliente, el público, y su negocio consistirá en servir a su cliente con eficiencia. En el pasado, patronos y empleados se han trabado en luchas por el empeño de sacar cada uno el mejor partido posible del otro, sin considerar que, en última instancia, en realidad estaban regateando a expensas de un tercero, el público al que servían.

«Cortesía» y «servicio» son las actuales consignas de la comercialización, y son aplicables a la persona que ofrece servicios personales en forma aún más directa que al patrono a quien ésta sirve, porque, en última instancia, tanto el patrono como su empleado son empleados del público al que sirven. Si no alcanzan a darle buen servicio, lo pagan con la pérdida de su privilegio de servir.

Todos podemos recordar el tiempo en que el empleado que venía a leer el contador del gas aporreaba la puerta con tanta fuerza como para romper los paneles. Cuando le abrían, entraba con aire prepotente, con una mueca en el rostro que era un evidente reproche por haberlo tenido esperando. Todo aquello ha cambiado. El empleado del gas se conduce hoy por hoy como un caballero que estuviese «encantado de poder servirle a usted». Antes de que las compañías de gas se dieran cuenta de que sus empleados estaban acumulando deudas que jamás se acabarían de pagar, aparecieron los corteses vendedores de quemadores de petróleo y se quedaron con el mercado.

Durante la Depresión en Estados Unidos, pasé varios meses en la región del carbón de antracita en Pennsylvania, estudiando las condiciones que estuvieron a punto de destruir aquella industria. Los operadores del carbón y sus empleados negociaron tratos recíprocamente provechosos, añadiendo el precio de la «negociación» al del carbón, hasta que terminaron por descubrir que habían organizado un negocio maravilloso para los fabricantes de equipos quemadores de petróleo y para los productores de crudo.

Relato estos ejemplos para aquellos que tienen servicios personales que ofrecer, con el fin de demostrarles que, si estamos donde estamos y somos lo que somos, ¡se debe a nuestra propia conducta! Si hay un principio de causa y efecto que rige los negocios, las finanzas y el transporte, ese mismo principio vale para los individuos y determina su status económico.

## ¿CUÁL ES SU CIFRA DE CCE?

Las causas del éxito en la comercialización efectiva y permanente de los servicios se han descrito con toda claridad. A menos que estudie, analice, en tienda y aplique estas causas, nadie puede comercializar sus servicios de manera eficaz y permanente. Cada persona debe ser su propia vendedora de servicios personales. La calidad y la cantidad de los servicios prestados, y el espíritu del que los presta, determinan en gran medida la remuneración y la duración del empleo. Para comercializar eficazmente los servicios personales (lo cual significa un mercado permanente, a un precio satisfactorio y en condiciones agradables), uno debe adoptar y seguir la fórmula «CCE», que significa que la calidad, más la cantidad, más el adecuado espíritu de cooperación, dan como resultado una perfecta venta de servicios. Recuerde la fórmula «CCE», pero haga algo más: ¡aplíquela siempre! Vamos a analizar la fórmula para asegurarnos de que entendemos exactamente lo que significa.

1. La calidad del servicio debe ser entendida en el sentido de realizar cada detalle que se relacione con su cargo de la manera más eficiente posible, teniendo siempre presente como objetivo una mayor eficacia.

2. La cantidad del servicio se ha de entender en el sentido del hábito de prestar la totalidad del servicio del cual usted es capaz, en todo momento, con el propósito de incrementar la cantidad de servicios prestados a medida que su habilidad aumente con la práctica y la experiencia. Volvemos a insistir en la palabra hábito.

3. El espíritu de servicio se ha de entender en el sentido de hábito de una conducta agradable y armoniosa que induzca a la cooperación de asociados y demás empleados.

Adecuar la calidad y la cantidad del servicio no basta para mantener un mercado permanente para sus servicios. La conducta, o el espíritu con que usted preste el servicio, es un fuerte factor de determinación relacionado tanto con la remuneración que usted recibe como con la duración del empleo.

Andrew Carnegie resaltó este punto más que otros en relación con su descripción de los factores que conducen al éxito en la comercialización de servicios personales, insistiendo reiteradamente en la necesidad de una conducta armoniosa. Subrayó el hecho de que él no conservaría a ningún hombre, por más abundante que fuera la cantidad, o eficiente la calidad de su trabajo, a menos que trabajase en un espíritu de armonía.

Carnegie insistía en que sus hombres fuesen corteses y agradables. Para demostrar que asignaba un elevado valor a esta cualidad, ayudó a enriquecerse a muchos hombres que se ajustaban a sus normas. Los que no lo hacían tenían que dejar lugar a los otros.

La importancia de una personalidad agradable se destaca porque es un factor que le permite a uno prestar servicios con el espíritu adecuado. Si uno tiene una personalidad que agrada, y presta sus servicios en espíritu de armonía, éstas son ventajas que suelen compensar

deficiencias tanto en la calidad como en la cantidad del servicio ofrecido. Nada, sin embargo, puede sustituir con éxito a una conducta agradable.

## **EL VALOR CAPITAL DE SUS SERVICIOS**

La persona cuyos ingresos totales se derivan de la venta de servicios personales no es comerciante en menor medida que el hombre que vende bienes de consumo, y bien se podría añadir que una persona así está sometida a las mismas reglas de conducta que el comerciante que vende mercancías.

Si insistimos en ello es porque la mayoría de las personas que viven de la venta de servicios personales cometen el error de considerarse libres de las reglas de conducta y de las responsabilidades que corresponden a quienes se dedican a la comercialización de bienes y productos.

Ha pasado la época del «salía para conseguir», ya que tal personaje ha sido sustituido por el que «sale para dar».

El verdadero valor de capital de su cerebro puede estar determinado por la cantidad de ingresos que usted es capaz de producir (comercializando sus servicios). Usted puede lograr una estimación adecuada del valor de capital de sus servicios si multiplica su ingreso anual por dieciséis y dos tercios, puesto que es razonable calcular que su ingreso anual representa el seis por ciento de su valor de capital. El dinero rinde el 6 % anual, y el dinero no vale más que el cerebro. Con frecuencia, mucho menos.

Si es comercializado con eficacia, un «cerebro» competente representa una forma de capital mucho más deseable que la que se requiere para manejar un negocio que se ocupe de bienes de consumo, porque el «cerebro» es una forma del capital que no se puede desvalorizar en forma permanente por obra de la depresión, ni es tampoco una forma de capital que se pueda robar o que se desgaste. Además, el dinero, que es esencial para la conducción de un negocio, resulta tan valioso como un montón de arena mientras no se combine con un «cerebro» eficiente.

## **LAS TREINTA Y UNA CAUSAS PRINCIPALES DEL FRACASO**

La mayor tragedia de la vida es la de los hombres y las mujeres que se empeñan seriamente en fracasar. La tragedia reside en la abrumadora mayoría de personas que fracasan, en comparación con las pocas que alcanzan el éxito.

Yo he tenido el privilegio de analizar a varios miles de hombres y mujeres, el 98 % de los cuales habían sido catalogados como «fracasos». Mi análisis demostró que hay treinta y una razones fundamentales para el fracaso, y trece principios importantes merced a los cuales la gente acumula fortunas. En este capítulo se dará una descripción de las treinta y una causas

principales del fracaso. A medida que lea la lista, vaya marcando, punto por punto, cuántas de estas causas de fracaso se interponen entre usted y el éxito.

1. Antecedentes hereditarios desfavorables. Poco o nada es lo que se puede hacer por las personas que nacen con un poder cerebral deficitario. Nuestro enfoque no ofrece más que un único método de salvar esta dificultad, y es el trabajo en equipo. Vale la pena señalar, sin embargo, que ésta es la única de las treinta y una causas de fracaso que ningún individuo puede corregir con facilidad.
2. Falta de un propósito definido en la vida. No hay esperanza de éxito para la persona que carece de un propósito central o de un objetivo definido al cual apuntar. El noventa y ocho por ciento de las personas a quienes he analizado no lo tenían, y quizá ésa fuera la causa principal de su fracaso.
3. Falta de ambición para elevarse por encima de la mediocridad. No ofrecemos esperanzas a la persona que es tan indiferente que no le interesa adelantar en la vida, y que no está dispuesta a pagar el precio.
4. Educación insuficiente. Es una desventaja que se puede superar con relativa facilidad. La experiencia ha demostrado que las personas mejor educadas son, con frecuencia, aquellas a quienes se considera que se han hecho a sí mismas, o que se educaron solas. Para ser una persona con educación se requiere algo más que un título universitario. Una persona educada es cualquiera que haya aprendido a conseguir lo que quiere de la vida sin violar los derechos de los demás. La educación no consiste tanto en el conocimiento como en saber aplicarlo con eficacia y persistencia. A la gente no se le paga sólo por lo que sabe, sino más bien por lo que hace con lo que sabe.
5. Falta de autodisciplina. La disciplina proviene del autocontrol, y eso significa que uno debe controlar todas las cualidades negativas. Antes de poder controlar otras condiciones, debe empezar por controlarse a sí mismo. El dominio de uno mismo es la tarea más difícil que se puede abordar. Si usted no es capaz de cumplirla con éxito, estará a merced de sí. Cuando se mire al espejo, podrá ver al mismo tiempo a su mejor amigo y a su peor enemigo.
6. Mala salud. Nadie que no tenga una buena salud puede gozar de un éxito perdurable. Muchas causas de mala salud son susceptibles de control. Entre ellas, las principales son:
  - a) Comer exceso de alimentos que dañen la salud.
  - b) Hábitos de pensamiento erróneos, conducentes a la expresión de actitudes negativas.
  - c) Abusos y excesiva complacencia en la vida sexual.
  - d) Falta de ejercicio físico adecuado.
  - e) Una provisión insuficiente de aire fresco, debida a una respiración inadecuada.

7. Influencias ambientales desfavorables durante la niñez. «A un árbol hay que enderezarlo cuando es joven», dice el refrán. La mayoría de las personas con tendencias criminales las han adquirido como resultado de un ambiente desfavorable y de relaciones inapropiadas durante su niñez.

8. La dilación habitual. He aquí una de las causas más comunes de fracaso. La tendencia a dejarlo todo para más adelante acecha a todos los seres humanos desde la sombra, y esperar su oportunidad para destruir sus probabilidades de éxito. La mayoría andamos por la vida como fracasados porque aguardamos «el mejor momento» para empezar a hacer algo que valga la pena. No espere, porque el momento nunca será «el mejor». Empezé donde esté y trabaje con las herramientas que tenga a su disposición, ya que las irá encontrando mejores a medida que avance.

9. Falta de persistencia. La mayoría somos buenos para empezar, pero no servimos para terminar todo lo que comenzamos. Además, la gente tiene propensión a abandonar la lucha ante los primeros signos de derrota. No hay sustituto para la persistencia. La persona que hace de la persistencia su consigna descubre que, finalmente, el fracaso se cansa de perseguirle y se va. El fracaso no triunfa sobre la persistencia.

10. Personalidad negativa. No hay esperanza de éxito para la persona que repele a los demás a causa de su personalidad negativa. El éxito se alcanza mediante la aplicación del poder, y el poder se consigue merced a los esfuerzos de cooperación con otras personas. Una personalidad negativa no, induce a la cooperación.

11. Falta de control del impulso sexual. La energía sexual es el más poderoso de los estímulos que mueven a la gente a la acción. Por ser la más poderosa de las emociones, debe estar controlada mediante la transmutación, y ser canalizada por otras vías.

12. Deseo incontrolado de conseguir «algo por nada». El instinto del juego arrastra a millones de personas al fracaso. De ello se pueden encontrar pruebas en un estudio del crac de Wall Street en el año 29, cuando millones de personas intentaron hacer dinero jugando a la Bolsa.

13. Falta de un poder de decisión bien definido. Los triunfadores toman decisiones con prontitud, y las cambian, si las cambian, con mucha lentitud. Los que fracasan toman decisiones, si las toman, muy lentamente, y las cambian rápidamente y con frecuencia. La indecisión y la tendencia a dejar las cosas para después son hermanas gemelas. Donde una de ellas se encuentra, suele hallarse también la otra. Apresúrese a anular esta pareja antes de que ella pueda encadenarlo a la rueda del fracaso.

14. Uno o más de los seis miedos básicos. En un capítulo posterior se encontrará el análisis de los miedos básicos, que es preciso dominar para que uno pueda comercializar sus servicios de manera eficaz.

15. Selección errónea de la pareja en el matrimonio. Se trata de un caso muy común de fracaso. La relación que se establece en el matrimonio hace que las personas se encuentren en íntimo contacto. A menos que esa relación sea armoniosa, es muy probable que se produzca el fracaso. Además, será una forma de fracaso que se verá marcada por la miseria y la infelicidad, y que destruye toda la ambición.

16. Precaución excesiva. La persona que no corre riesgos suele tener que conformarse con aquello que queda una vez que han elegido los demás. La precaución excesiva es tan pernicioso como la falta de precaución. Hay que evitar ambos extremos. La vida, en sí misma, está llena de riesgos.

17. Selección errónea de los asociados en los negocios. Ésta es una de las causas más comunes del fracaso en los negocios. Al comercializar sus servicios personales, se ha de tener gran cuidado en seleccionar un patrono capaz de inspirarlo a uno por ser, a su vez, inteligente y triunfador. Las personas emulamos a aquellos con los que tenemos una asociación más estrecha. Así que elija un patrono a quien valga la pena emular.

18. Superstición y prejuicio. La superstición es una forma del miedo, y también un signo de ignorancia. Los triunfadores son personas de mentalidad abierta que no temen a nada.

19. Elección vocacional errónea. Nadie puede triunfar si se encamina por una senda que no le gusta. El paso más esencial en la comercialización de servicios personales consiste en elegir una ocupación a la cual usted pueda consagrarse de todo corazón.

20. Falta de concentración del esfuerzo. Los sabelotodo rara vez hacen nada bien. Concentre todos sus esfuerzos en un objetivo principal bien definido.

21. El hábito de gastar indiscriminadamente. Los derrochones no pueden tener éxito, sobre todo porque viven siempre con el temor a la pobreza. Habitúese a ahorrar sistemáticamente un porcentaje determinado de sus ingresos. Tener dinero en el Banco da a las personas una sólida base de coraje cuando tienen que negociar la venta de sus servicios personales. Si uno no tiene dinero, ha de aceptar lo que le ofrecen, y alegrarse de conseguirlo.

22. Falta de entusiasmo. Sin entusiasmo no se puede ser convincente. Además, el entusiasmo es contagioso, y la persona que lo tiene y lo controla suele ser bien recibida en cualquier grupo de personas.

23. Intolerancia. La persona de mentalidad cerrada, sobre el tema que sea, rara vez sale adelante. Ser intolerante significa que uno ha acabado de adquirir conocimientos. Las formas más dañinas de la intolerancia son las que se relacionan con las diferencias de opinión en el terreno étnico, religioso o político.

24. Falta de moderación. Sus formas más dañinas se relacionan con las actividades de la comida, del consumo de bebidas alcohólicas y de la sexualidad. Los excesos en cualquiera de estos campos son nefastos para el éxito.

25. Incapacidad de cooperar con los demás. Son más las personas que pierden sus puestos y sus mejores oportunidades en la vida debido a este fallo que por todas las demás razones juntas. Es un defecto que ningún líder ni hombre de negocios bien informado está dispuesto a tolerar.

26. Posesión de poder que no haya sido adquirido mediante el propio esfuerzo. (El caso de los vástagos de hombres adinerados, y de otros que heredan un `dinero que no se ganaron.) Con frecuencia, el poder en manos de alguien que no lo ha adquirido poco a poco es fatal para el éxito. El enriquecimiento rápido resulta más peligroso que la pobreza.

45 27. Deshonestidad deliberada. No hay sustituto para la honestidad. Se puede ser deshonesto por la fuerza de las circunstancias, sobre las que uno no tiene control alguno, sin sufrir un daño permanente. Pero no hay esperanzas para la persona que lo sea por propia elección. Tarde o temprano quedará prisionero de sus actos y los pagará con la pérdida de su reputación, quizás, incluso de su libertad.

28. Egotismo y vanidad. La utilidad de estas cualidades es que sirven a modo de luces rojas a los demás porque les advierten que se mantengan a distancia. Son fatales para el éxito.

29. Adivinar en vez de pensar. La mayoría de las personas son demasiado indiferentes o perezosas para procurarse los hechos que les permitan pensar con precisión. Prefieren actuar basándose en «opiniones» fundadas en conjeturas o en juicios precipitados.

30. Falta de capital. He aquí una causa de fracaso común entre aquellos que se inician por primera vez en los negocios y no disponen de capital suficiente para absorber el impacto de sus errores y para sostenerlos hasta que hayan afianzado su reputación.

31. Bajo este rubro, anote cualquier causa de fracaso que usted haya experimentado y que no haya sido incluida aquí.

En estas treinta y una causas principales de fracaso se encuentra una descripción de la tragedia de la vida, que es válida para casi todas las personas que hagan un intento y fracasen. Será bueno que consiga la ayuda de alguien que lo conozca bien para recorrer juntos esta lista, de modo que le ayude a analizarse en función de cada una de las causas de fracaso, pero también le beneficiará hacerlo solo. La mayoría de las personas no son capaces de verse como los demás las ven, y es posible que usted sea una de ellas.

## ¿CONOCE USTED SU PROPIO VALOR?

Uno de los consejos más antiguos es el de «Conócete a ti mismo». Si usted comercializa una mercancía con éxito, debe saber qué es lo que vende, y lo mismo vale cuando se trata de comercializar servicios personales.

Usted tiene que conocer todas sus debilidades para poder superarlas o eliminarlas por completo. Ha de conocer su fuerza para poder llamar la atención sobre ella cuando venda sus servicios. Y sólo puede llegar a conocerse mediante un análisis preciso.

El desatino de la ignorancia en relación con el autoconocimiento se vio en el comportamiento de un joven que fue a ofrecerse para un puesto de trabajo al gerente de una conocida empresa. Había causado muy buena impresión hasta que el gerente le preguntó qué salario esperaba. Su respuesta fue que no llevaba pensada ninguna cifra exacta (falta de un propósito definido).

-Le pagaremos todo lo que usted valga después de haberlo tenido una semana a prueba -le dijo entonces el gerente.

-Eso no lo aceptaré, porque donde estoy trabajando me pagan más -respondió el aspirante al puesto.

Antes de empezar siquiera a negociar un aumento de salario en el empleo que usted tiene ya, o de buscar trabajo en otra parte, asegúrese de que usted vale más de lo que le pagan en la actualidad.

Una cosa es querer más dinero -eso todo el mundo lo quiere-, y otra muy diferente valer más. Muchas personas confunden sus deseos con sus merecimientos. Sus necesidades o exigencias financieras no tienen nada que ver con su valor. Eso lo establece exclusivamente su capacidad para prestar servicios útiles o para inducir a otros a que los presten.

## HAGA UN INVENTARIO DE SÍ MISMO

Un autoanálisis anual es esencial para la eficaz comercialización de servicios personales, tanto como los inventarios anuales en los negocios. Además, los análisis anuales deberían revelar una disminución de los fallos y un incremento de las virtudes. En la vida, uno avanza, se estanca o retrocede. Un autoanálisis anual le hará ver si ha avanzado, y en qué medida lo ha hecho. También revelará si ha retrocedido en algo. La comercialización eficaz de los servicios personales le exige a uno mantenerse en marcha, aun cuando el progreso sea lento.

Debe efectuar su autoanálisis a fin de año, para que incluya en sus resoluciones de Año Nuevo cualquier mejora que el análisis aconseje introducir. Para ese inventario, hágase las preguntas siguientes y compruebe las respuestas con ayuda de alguien que no le permita autoengañarse en lo referente a su exactitud.

## CUESTIONARIO DE AUTOANÁLISIS PARA EL INVENTARIO PERSONAL

1. ¿He alcanzado el objetivo que me había propuesto como meta este año? (Usted debe trabajar para alcanzar un objetivo anual definido como parte de su objetivo vital principal.)
2. ¿He ofrecido mis servicios con calidad y de acuerdo con mi nivel, o hubiera podido mejorarlos de alguna manera?
3. ¿He trabajado todo lo que yo era capaz?
4. ¿Ha sido siempre armonioso y cooperativo el espíritu de mi conducta?
5. ¿He permitido que el hábito de la dilación disminuyera mi eficiencia? En caso afirmativo, ¿en qué medida?
6. ¿He mejorado mi personalidad? En caso afirmativo, ¿de qué manera?
7. ¿He sido constante en seguir mis planes hasta el final?
8. ¿He tomado mis decisiones rápida y definidamente en todas las ocasiones?
9. ¿He permitido que uno de los seis miedos básicos, o más, disminuyera mi eficiencia?
10. ¿He demostrado excesiva prudencia o, por el contrario, he sido imprudente?
11. Mi relación con mis compañeros de trabajo, ¿ha sido agradable o desagradable? Si fue desagradable, ¿la culpa ha sido mía o sólo en parte?
12. ¿He disipado mi energía por falta de concentración en el esfuerzo?
13. ¿He mantenido una mentalidad abierta y tolerante en todo momento?
14. ¿De qué manera he mejorado mi capacidad de trabajo?
15. ¿He dejado de ser moderado en alguno de mis hábitos?
16. ¿He expresado abierta o secretamente alguna forma de egotismo?
17. Mi conducta con mis colaboradores, ¿los ha inducido a respetarme?
18. Mis opiniones y decisiones, ¿se han basado en conjeturas, o en la precisión de mi análisis y de mis ideas?
19. ¿He seguido el hábito de administrar mi tiempo, mis gastos y mis ingresos de manera conservadora?
20. ¿Cuánto tiempo que podría haber aprovechado mejor he dedicado a esfuerzos improductivos?

21. ¿Cómo puedo reordenar mi tiempo y modificar mis hábitos para ser más eficiente el próximo año?
22. ¿Me reconozco culpable de alguna conducta que mi conciencia no apruebe?
23. ¿Hasta qué punto he trabajado más y mejor de lo que mi paga me impone?
24. ¿Me he mostrado injusto con alguien? Si es así, ¿de qué manera?
25. Si hubiera sido yo el comprador de mis propios servicios de este año que termina, ¿estaría satisfecho?
26. ¿Estoy en el trabajo que me gusta? Si no es así, ¿por qué no?
27. El que compra mis servicios, ¿ha estado satisfecho? Si no es así, ¿por qué no?
28. ¿Cuál es mi evaluación actual en los principios fundamentales del éxito? (Evalúese justa y francamente, y haga que se la coteje alguien que tenga el valor de hacerlo con precisión.)  
Tras haber leído y asimilado la información aportada en este capítulo, usted está en condiciones de hacerse un plan práctico para comercializar sus servicios personales. En este capítulo encontrará una descripción adecuada de todos los principios esenciales para planear la venta de servicios personales, incluso de los atributos principales del liderazgo; las causas más comunes del fracaso en el liderazgo, una descripción de los campos de oportunidad para el liderazgo, las principales causas del fracaso en todos los aspectos de la vida, y las cuestiones importantes que se han de emplear en el autoanálisis.

Hemos incluido esta amplia y detallada presentación de un caudal de información preciso porque será necesaria para todos aquellos que deban empezar la acumulación de riquezas vendiendo sus servicios personales. Los que hayan perdido su fortuna y los que apenas empiezan a ganar dinero no tienen nada más que servicios personales para ofrecer a cambio de riquezas; por lo tanto, para ellos es esencial disponer de la necesaria información práctica para sacar el mejor partido posible de la comercialización de sus servicios.

Asimilar y entender por completo la información que aquí ofrecemos será útil para quien necesite comercializar sus propios servicios, y le ayudará también a mejorar su analítica y su capacidad de juzgar a las personas. La información será inapreciable para los directores de personal, los encargados de colocaciones y otros ejecutivos encargados de la selección de empleados y del mantenimiento de organizaciones eficientes. Si usted duda de esta afirmación, ponga a prueba su firmeza, y responda por escrito las veintiocho preguntas del cuestionario de autoanálisis.

## **DÓNDE Y CÓMO SE PUEDEN ENCONTRAR OPORTUNIDADES DE ACUMULAR RIQUEZAS**

Ahora que hemos analizado los principios en virtud de los cuales se puede acumular riqueza, nos preguntamos, naturalmente, dónde puede uno encontrar oportunidades favorables para aplicarlos. Pues bien, hagamos un inventario para ver qué ofrece Estados Unidos a la persona que busca riqueza, en pequeña o gran escala.

Recordemos, para empezar, que todos los estadounidenses vivimos en un país donde todo ciudadano respetuoso de la ley goza de una libertad de pensamiento y de acción sin parangón en ninguna parte del mundo. La mayoría de nosotros jamás ha tomado conciencia de las ventajas de esta libertad ilimitada. Nunca la hemos comparado con la recortada libertad de otros países.

Aquí tenemos libertad de pensamiento, libertad en la elección y disfrute de la educación, libertad religiosa y política, libertad en la elección de actividades comerciales, profesionales u ocupacionales, libertad de acumular y poseer sin restricciones todas las propiedades que podamos acumular, libertad de escoger nuestro lugar de residencia, libertad de contraer matrimonio, libertad de igualdad de oportunidades para todas las razas, libertad de viajar de un estado a otro, libertad en la elección de nuestros alimentos y libertad de aspirar a cualquier situación vital para la cual nos hayamos preparado, incluso a la presidencia de Estados Unidos.

Tenemos otras formas de libertad, pero esta lista dará una visión a vuelo de pájaro de las más importantes, que constituyen oportunidades del orden más elevado. Esta ventaja de la libertad es tanto más notable cuanto que Estados Unidos es el único país que garantiza a todos sus ciudadanos, sean nativos o naturalizados, una lista de libertades tan amplia y tan variada.

Ahora pasemos revista a algunas de las bendiciones con que la amplitud de nuestras libertades nos ha colmado. Tomemos como ejemplo la familia estadounidense media (con lo que me refiero a una familia de ingresos medios) y sumemos los beneficios de que cada miembro de la familia dispone, en esta tierra de la oportunidad y de la abundancia.

a) Alimento. En adición a la libertad de pensamiento y de acción están el alimento, el vestido y la vivienda, las tres necesidades básicas de la vida.

Gracias a nuestra libertad universal, la familia estadounidense media dispone, a las puertas mismas de su casa, de la más escogida selección de alimentos que se pueda encontrar en el mundo entero, y a precios al alcance de su bolsillo.

b) Vivienda. Esta familia vive en un apartamento cómodo, con calefacción central, luz eléctrica y gas para cocinar. Las tostadas que come con el desayuno se preparan en un tostador eléctrico que apenas cuesta unos pocos dólares. El apartamento se limpia con una

aspiradora que funciona con electricidad. En la cocina y en el cuarto de baño se dispone de agua fría y caliente en cualquier momento. La comida se mantiene fría en una nevera eléctrica. La mujer se riza el cabello, lava y plancha la ropa con aparatos eléctricos de fácil manejo, servidos por una energía suministrada por un enchufe en la pared. El marido se rasura con una afeitadora eléctrica, y todos reciben entretenimiento del mundo entero durante las veinticuatro horas del día si quieren, sin que les cueste nada, con sólo girar el dial de la radio o de la televisión.

En este apartamento hay otras comodidades, pero la lista que antecede dará una idea aproximada de algunas pruebas concretas de la libertad de que disfrutamos en Estados Unidos.

c) Ropa. En cualquier lugar de Estados Unidos, la vestimenta corriente de una mujer se puede adquirir por menos de 400 dólares anuales, y el hombre medio puede vestirse por la misma suma, o por menos.

Sólo hemos mencionado las tres necesidades básicas de alimento, ropa y vivienda. El ciudadano medio yanqui dispone de otros privilegios y ventajas a cambio de un modesto esfuerzo que no excede las ocho horas de trabajo diarias.

El estadounidense medio posee seguridades sobre sus derechos de propiedad que no tienen equivalente en ningún otro país del mundo. Puede ingresar el dinero que le sobra en un Banco, con la seguridad de que su Gobierno lo protegerá y se lo devolverá si el Banco le falla. Si un ciudadano estadounidense quiere viajar de un Estado a otro, no necesita pasaporte ni permiso de nadie. Puede ir adonde desee y regresar cuando quiera.

Además, puede ir en tren, automóvil particular, autobús, avión o barco, según su bolsillo se lo permita.

## **EL «MILAGRO» QUE HA PROPORCIONADO ESTAS BENDICIONES**

Con frecuencia oímos que los políticos proclaman la libertad de Estados Unidos cuando buscan votos, pero es raro que se tomen tiempo o hagan el esfuerzo de analizar la fuente de tal «libertad». Al no depender de intereses creados, y no albergar resentimientos ni segundas intenciones, yo tengo el privilegio de adentrarme en un sincero análisis de ese «algo» misterioso, abstracto y, por lo general, malentendido que concede a todos los ciudadanos de Estados Unidos más privilegios, más oportunidades de acumular riqueza, más libertad en todos los órdenes, de lo que se pueda encontrar en ningún otro país. Tengo el derecho de analizar la fuente y la naturaleza de este poder invisible, porque he conocido durante más de medio siglo a muchos de los hombres que organizaron ese poder, y a muchos que son los responsables actuales de que tal poder se mantenga.

¡El nombre de ese misterioso benefactor de la humanidad es «capital»! El capital no consiste sólo en dinero, sino más específicamente en grupos de hombres inteligentes y bien

organizados que planean medios y maneras de usar el dinero en forma eficiente para el bien público, y provechosa para ellos mismos.

Estos grupos están constituidos por científicos, educadores, químicos, inventores, analistas de sistemas, especialistas en publicidad, expertos en transportes, contables, abogados, médicos y toda clase de personas que disponen de conocimientos sumamente especializados en todos los campos de la industria y de los negocios. Esos hombres y mujeres abren caminos y experimentan en nuevos campos abiertos a su iniciativa; sostienen universidades, hospitales y escuelas; construyen buenos caminos; publican periódicos; pagan la mayor parte del coste gubernamental y se ocupan de los numerosos detalles esenciales para el progreso humano. En pocas palabras, los capitalistas son el cerebro de la civilización, porque ellos proveen la totalidad del material para la educación, la civilización y el progreso.

Sin un cerebro que lo controle, el dinero es siempre peligroso. Si se lo utiliza en la forma apropiada, es el elemento esencial más importante de la civilización. Se puede tener una ligera idea de la importancia del capital organizado si uno intenta imaginarse sin ayuda alguna del capital cargado con la responsabilidad de reunir los elementos para un sencillo desayuno y servírselo a una familia.

Para conseguir el té tendría que viajar a China o a la India, y ambos países se hallan a muchísima distancia de Estados Unidos. A menos que fuera un excelente nadador, se cansaría bastante antes de completar el viaje. Además, se encontraría también con otros problemas. Aun si tuviera las fuerzas físicas suficientes para atravesar nadando el océano, ¿qué usaría como dinero? Para conseguir el azúcar, tendría que lograr una nueva marca de resistencia natatoria para llegar a Cuba, o de marcha a pie hasta el sector de la remolacha azucarera, en nuestro remoto estado de Utah. Pero, incluso así, podría ser que regresara sin el azúcar, porque para su producción -sin hablar de lo que representa refinarla, transportarla y servírsela en la mesa del desayuno a cualquier habitante de Estados Unidos se necesita tanto esfuerzo organizado como dinero.

Encontraría los huevos en las granjas más próximas, pero otra vez tendría que hacer una marcha de ida y vuelta muy larga hasta Florida para poder servir zumo de pomelos.

Y le esperaría otra larga caminata a Kansas o a cualquier otro de nuestros Estados cerealeros para conseguir pan de trigo.

No le quedaría más remedio que servir el desayuno sin cereales porque no los conseguiría sin el esfuerzo de una mano de obra especializada y organizada -sin hablar de las máquinas necesarias-, y todo eso requiere capital.

Tras haber descansado, podría partir en un nuevo viajecito, a nado otra vez, a América del Sur, donde cosecharía un par de plátanos, y, de regreso, sólo le faltaría caminar un poquito

más hasta la granja más próxima donde tuvieran organizada la producción lechera para conseguir un poco de mantequilla y crema.

Entonces, su familia podría sentarse ya a disfrutar del desayuno.

Parece un tanto absurdo, ¿verdad? Bueno, pues el procedimiento que acabo de describirle sería la única manera posible de conseguir esos simples artículos alimenticios si no contáramos con la bendición del sistema capitalista.

## **EL CAPITAL ES LA PIEDRA ANGULAR DE NUESTRAS VIDAS**

La suma de dinero que se requiere para la construcción y el mantenimiento de los ferrocarriles y de los barcos usados para servirle a usted un desayuno tan sencillo es tan enorme que la imaginación se marea.

Asciende a centenares de millones de dólares, por no mencionar siquiera los ejércitos de trabajadores especializados que son necesarios para tripular tales medios de transporte. Pero éste no es más que una mínima parte de las exigencias que la civilización moderna impone a Estados Unidos capitalista. Antes de que pueda haber nada que transportar, tiene que haber sido cultivado o fabricado, y preparado para el mercado. Y esto exige más millones y millones de dólares en equipo, maquinaria, embalajes, comercialización, y para pagar los salarios de millones de hombres y de mujeres.

Los barcos y los ferrocarriles no brotan de la tierra ni funcionan de manera automática. ¡Llegan en respuesta a la vocación civilizadora, gracias al esfuerzo, el ingenio y la capacidad de organización de personas dotadas de imaginación, fe, entusiasmo, decisión y perseverancia! Estas personas son conocidas como capitalistas.

Están motivadas por el deseo de construir, edificar, conseguir, prestar servicios útiles, obtener un lucro y acumular riquezas. Y el hecho de ser los que prestan servicios sin los cuales la civilización no existiría, los encamina a la consecución de grandes riquezas.

Sin otro propósito que mantener mi discurso en un nivel simple y comprensible, añadiré que estos capitalistas son los mismísimos hombres de quienes casi todos nosotros hemos oído hablar a los oradores callejeros. Son los mismos hombres a quienes radicales, chantajistas, políticos deshonestos y líderes obreros corruptos califican de «intereses predatorios», o «Wall Street».

No es mi intención presentar ningún alegato a favor o en contra de ningún grupo de hombres ni de sistema económico alguno. El propósito de este libro -un propósito al que he consagrado más de medio siglo es presentar, a todos los que deseen conocerla, la más confiable de las ideologías merced a las cuales los individuos puedan acumular riquezas en la cantidad que les apetezca.

He analizado aquí las ventajas económicas del sistema capitalista con el doble propósito de demostrar:

1. Que todos aquellos que buscan riquezas deben rendir pleitesía al sistema que controla cualquier posibilidad de hacer fortuna, y adaptarse a él.
2. Presentar la visión del cuadro opuesta a la que muestran los políticos y los demagogos que oscurecen deliberadamente los problemas que plantean al referirse al capital organizado como si fuera un veneno contaminante.

Estados Unidos es una nación capitalista. Creció gracias al uso del capital, y más vale que nosotros, los que reivindicamos el derecho de compartir las bendiciones de la libertad y de la oportunidad, nosotros, los que tenemos como meta acumular riqueza, sepamos que ni las riquezas ni las oportunidades estarían a nuestro alcance si el capital organizado no nos hubiera proporcionado estos beneficios.

Sólo hay un método seguro de acumular riquezas y de aferrarse a ellas, y ese método es prestar servicios útiles y seguir creando necesidades ficticias. Jamás se ha creado sistema alguno por el cual los hombres puedan adquirir riquezas legalmente por la mera fuerza de los números, o sin dar a cambio, de una manera u otra, un valor equivalente.

## **SUS OPORTUNIDADES EN MEDIO DE LAS RIQUEZAS**

Estados Unidos ofrece toda la libertad y todas las oportunidades de acumular riquezas que cualquier persona honrada pueda necesitar. Cuando uno sale de caza con ánimo deportivo, busca cotos donde las presas abunden, y por supuesto, la misma regla es válida cuando se sale a la caza de riquezas.

Si lo que usted busca son riquezas, no pase por alto las posibilidades de un país cuyos ciudadanos son tan ricos que las mujeres, solas, se gastan al año más de medio millón de dólares en lápices de labios, colorete y productos de belleza.

Si lo que usted busca es dinero, piense seriamente en un país que se gasta centenares de millones de dólares al año en cigarrillos.

No se dé demasiada prisa en irse de un país cuyos habitantes dilapidan de buena gana, e incluso con alegría, millones de dólares anuales en el fútbol, el béisbol y el boxeo.

Recuerde, además, que éste no es más que el comienzo de las fuentes que están a su alcance para que usted gane dinero. Aquí sólo hemos mencionado unos pocos lujos superfluos. Pero no olvide que el negocio de producir, transportar y comercializar estos pocos artículos inútiles proporciona empleo regular a muchos millones de personas que reciben millones de dólares mensuales por sus servicios y que se los gastan con entera libertad en productos tanto necesarios como superfluos.

Recuerde especialmente que detrás de todo este intercambio de mercancías y servicios personales pueden encontrarse abundantes oportunidades de acumular riquezas. Los estadounidenses contamos con la ayuda de nuestra libertad. No hay nada que impida, ni a usted ni a nadie, entregarse a cualquier aspecto del esfuerzo necesario para seguir adelante con nuestros negocios. Si uno abunda en talento, formación y experiencia, puede acumular riquezas en grandes cantidades. Los que no sean tan afortunados acumularán cantidades más pequeñas. Cualquier persona puede ganarse la vida a cambio de una cantidad apenas nominal de trabajo y esfuerzo.

Conque... ¡ya lo sabe! La oportunidad ha desplegado ante usted sus mercancías. Acérquese al mostrador, seleccione lo que quiera, hágase su plan, póngalo en acción y sígalo con perseverancia. Estados Unidos «capitalista» se ocupará del resto. En eso sí que puede confiar: nuestra nación capitalista asegura a todas las personas la oportunidad de prestar servicios útiles y de cosechar riquezas en proporción con el valor de sus servicios.

El «sistema» no le niega a nadie este derecho, pero no promete, ni puede hacerlo, algo por nada, porque el mismo sistema está irrevocablemente controlado por la ley de la economía capitalista, que no reconoce ni tolera durante mucho tiempo dar sin recibir.

**EL ÉXITO NO EXIGE EXPLICACIÓN EL FRACASO NO TIENE EXCUSA**