

Descubre Tu POR QUÉ



El arma ultra-secreta para el éxito
en la vida y en los negocios

Alvaro Mendoza • Luis Eduardo Barón • Richeli



[Haz clic aquí para ver un Corto Video Introdutorio](#)

Todos los derechos reservados.

Ninguna parte de esta publicación podrá ser reproducida, almacenada en un sistema de recuperación de datos o transmitida de forma alguna o por cualquier medio electrónico, mecánico, mediante fotocopias, grabaciones, entradas en la Web, o cualquier otra manera, sin el previo consentimiento escrito por parte de los autores o editores (con la excepción de un crítico, que podrá citar breves párrafos en una reseña).

Copyright 2012 - Alvaro Mendoza, Luis Eduardo Barón, Richeli (Ridgely Goldsborough).

Tabla de Contenidos

PREFACIO	4
CAPÍTULO UNO	6
CONOZCA SU TALENTO	6
CAPÍTULO DOS	13
¡DESCUBRA SU PORQUÉ!	13
CAPÍTULO TRES	23
CÓMO DARLE VIDA A SU PORQUÉ	23
SU PORQUÉ ALIMENTA SU PASIÓN...	32
¿A QUIÉN ATRAE SU PORQUÉ?	37
CAPÍTULO SEIS	41
CAPÍTULO SIETE	43
¡A CELEBRAR SE HA DICHO!	43
LAS HERRAMIENTAS DE DESCUBRE TU PORQUÉ	45
APÉNDICE A—HOJA DE TRABAJO DE PORQUÉ	45
APÉNDICE B—MATRIZ CÓMO	47
APÉNDICE C—MATRIZ PORQUÉ	48
APÉNDICE D—CARACTERÍSTICAS PORQUÉ	49

Descubre Tu POR QUÉ

Prefacio

Mientras que los dueños de pequeñas empresas en todas las industrias están llorando a mares por la disminución de ingresos, el aumento de costos y la reducción del mercado debido al incremento de competencia, algunos pocos están celebrando en silencio un éxito sin precedentes.

Son los innovadores – aquellos que se dan cuenta que una nueva y fresca ola de marketing está disponible ahora a través del Internet – con opciones bajas y virtualmente sin costo accesibles a cualquiera dispuesto a usar y aplicarlas.

Como un antiguos campeones de empresarios, queremos compartir con usted estas estrategias para ayudarlo a tomar el control del futuro de su empresa.

Este libro se desglosará en instrucciones precisas y de paso a paso, exactamente lo que usted necesita saber para

aprovechar este Tsunami — y cuando lo haga, se distanciará de la noche a la mañana de su competencia.

El juego ha cambiado, y las reglas de marketing han cambiado! Lo invito a aprender las nuevas reglas y construir la empresa que siempre soñó tener.

Mostrémosle a al mundo hispano por qué las pequeñas empresas son cruciales para su éxito y les brindan a sus clientes los mejores productos y servicios que se merecen.

Álvaro Mendoza y Luis Eduardo Barón

Capítulo Uno

Conozca su Talento

Es un placer volver a verlo

¿POR QUÉ encajar si naciste para destacarte?

Dr. Seuss

Comenzamos con el PORQUE. Qué es y de qué sirve? Su PORQUÉ define lo que usted representa—como una marca personal—y quien eres. Es como un sistema de conexiones internas. Es la manera en que usted piensa. Es el motivo por el cual usted piensa lo que piensa, dice lo que dice y hace lo que hace. Es su talento único, su *driver*, su programación. Es prácticamente una ley natural, como la ley de gravedad. Aunque lo sepa o no, aun así lo afecta. Por ejemplo, si levanta una piedra grande, la sostiene sobre su cabeza y luego la suelta, usted quedará hecho añicos. Por otro lado, si usted conoce la ley de gravedad, puede aprovecharla y evitar la piedra. El conocimiento sobre la ley de gravedad le permite sobrevolar el mundo, e incluso viajar a la luna.

Su PORQUÉ funciona de la misma manera. Si usted conoce su PORQUÉ, lo puede aprovechar. De lo contrario, lo usa a usted.

Entonces, ¿de dónde surge su PORQUÉ?

Su PORQUÉ proviene de sus experiencias durante la temprana infancia. Si lo han halagado, premiado o reconocido por cierta conducta, usted aprendió a comportarse de una manera particular para obtener más reconocimiento. Si a usted lo han aislado, avergonzado o castigado por determinado comportamiento, aprendió a actuar de cierta manera para evitar aún más dolor. En cualquier caso, logró tener éxito, porque obtuvo más reconocimiento o evitó más dolor. Se estableció un patrón de comportamiento que equiparó su éxito bajo esas circunstancias. Usted aprendió que si repetía el patrón, continuaría teniendo éxito. Esto se convirtió en su PORQUÉ, POR QUÉ hizo lo que hizo y POR QUÉ ahora hace lo que hace.

Esto se clarifica a través de ejemplos.

Teresita se crió rodeada de políticos. Como hija de un prominente oficial local, pasó su temprana infancia enredada en juegos astutos, promesas vacías y "no verdades" o exageraciones que la plagaron hasta que huyó en su adolescencia y, al poco tiempo, se valió por sí misma. Sin un conocimiento consciente, por una rebeldía a esta manera

desagradable de ser, su PORQUÉ la mantuvo aislada, solo con un pequeño círculo de amigos, aunque la convirtió en alguien responsable y confiable en cada trabajo que tuvo – exactamente lo opuesto a lo que vivió como una niña. Teresita, le mostraría al mundo que, a diferencia de su padre, en ella se podía confiar plenamente.

No saber su PORQUÉ la obligó a vivir con un bajo perfil, ver al mundo con ojos de desconfianza, de manera discreta y sin apreciar su propio valor, a pesar de demostrarlo diariamente con su comportamiento. Todos los demás sabían que ella cumplía con su trabajo, lideraba la comisión, era puntual, terminaba el proyecto o realizaba cualquier otra tarea que se le pedía.

El PORQUÉ de Teresita era “ser confiable y crear relaciones basadas en la confianza”.

Actualmente, su PORQUÉ continúa siendo el mismo, pero ahora que lo sabe, lo acoge y acepta plenamente. Le da una sensación de valor. Aún mantiene un selecto grupo de amigos, no desea ser el centro de atención y prefiere una noche tranquila en su casa antes que salir de parranda. La diferencia entre la manera en que ve la vida y la vive, sin embargo, es asombrosa. Porque conoce su PORQUÉ, sabe que se puede confiar en ella y eso le da poder. Porque conoce su PORQUÉ, está contenta detrás de las cámaras siendo el soporte, la

persona de la cual todos pueden depender; de hecho, le da placer y disfruta de ese rol. Porque todos en su empresa conocen su PORQUÉ, ella es un miembro muy valorado de la organización, es apreciada y querida por sus colegas. En vez de cumplir un rol pequeño donde la desconfianza puede ser minimizada y controlada, ella realiza tareas muy importantes donde la confianza es un prerrequisito, y está actualmente a cargo de la supervisión de las finanzas de su empresa, y es responsable de decenas de miles de dólares cada semana. Su trabajo es congruente con sus creencias. Lo que ella hace está alineado al POR QUÉ lo hace.

Cuando conoce su PORQUÉ, su mundo comienza a tener sentido. No solo eso, les brinda a otros a nivel personal y profesional –incluyendo a aquellos que compran sus productos o lo contratan por sus servicios–, un motivo para apreciarlo. A las personas no les importa lo que hace. Les importa solamente POR QUÉ lo hace, quién es y en qué cree... y qué representa la confianza, como en el caso de Teresita.

Paco también tuvo una infancia difícil, aunque muy distinta a la de Teresita. Como hijo de un alcohólico, Paco sabía desde una temprana edad que el más mínimo tropiezo o paso en falso provocaría a su padre y resultaría en un regaño verbal o, más comúnmente, en una paliza. Paco pronto aprendió a evaluar en solo unos segundos el estado de su padre cuando volvía de la escuela o de jugar con sus amigos.

Para Paco, descifrar esto significaba la diferencia entre una noche tolerable o recibir latigazos en su espalda.

Paco intentaba pasar el mayor tiempo posible fuera de su casa en un esfuerzo para evitar a su padre. A su vez, hacía todo lo posible para mantener la paz. Si debía estar en su casa a cierta hora, sincronizaba su reloj con la hora de la campana en la iglesia para tener un 100% de precisión, y se sentaba afuera en la puerta hasta que su reloj indicaba la hora exacta. Y recién en ese momento entraba, ni un minuto antes, ni un minuto después, y solo tenía unos pocos segundos para determinar cuán borracho estaba su padre y cómo necesitaba actuar para evitar el cinturón. Por puro instinto, se convirtió en un experto.

Su PORQUÉ se convirtió en “darle sentido a situaciones complejas”.

Actualmente, Paco es socio de una compañía emergente y el hombre a quien acudir durante reuniones de consejo, discusiones sobre el desarrollo de productos y sesiones de planeamiento estratégico. Su habilidad para almacenar cantidades masivas de datos e información, revisarlas y encontrar soluciones que tienen sentido, es sorprendente. Porque conoce su PORQUÉ, él encara su rol y sabe cuál es su contribución única al equipo. Porque conoce su PORQUÉ, también conoce su lugar, lo que hace bien y lo que debería

delegar o pasar a un compañero. Lo más importante, debido a que conoce su PORQUÉ, ama su trabajo y es muy bueno en él, es valorado por sus compañeros y empleados como una persona que puede destilar y articular soluciones a problemas complejos a velocidad factorial, mejorando y facilitando la vida de los demás.

El PORQUÉ de Paco se transformó, de un método para evitar el dolor y la vergüenza acarreada, en una herramienta que ahora usa diariamente para una causa digna.

Conocer su PORQUÉ es como encender las luces de su comportamiento: logra una claridad instantánea. Como mencionamos anteriormente, es como ser reintroducido a uno mismo. Cuando uno conoce su PORQUÉ, empieza a entender POR QUÉ ha tomado las decisiones que ha tomado, así como las decisiones que tomará. Usted sabe cuál es su valor, cómo se puede contar con usted, lo que trae a la mesa. Usted conoce su talento.

La mayoría de las personas pasan por la vida sin saber POR QUÉ hacen lo que hacen. Pasan los momentos del día sin entender qué los motiva realmente, lo que significa que están constantemente reaccionando en vez de formar sus propios futuros. Sin saber POR QUÉ usted existe, se convierte en una víctima de las circunstancias que lo rodean y nunca define su

vida bajo sus propios términos, de acuerdo con lo que realmente cree.

Por otro lado, cuando conoce su PORQUÉ, usted puede planear una vida y un negocio que se alinean con sus creencias, energizan su pasión y, naturalmente, lo guían hacia un camino exitoso.

Es una manera increíblemente poderosa de expresar quién es y en qué cree. Si articula bien sus creencias, logrará atraer a más personas que creen en lo que usted cree: personas que “lo entienden”.

Estas mismas personas desarrollan lealtad hacia usted, y sus productos y servicios. Todo comienza con saber su PORQUÉ.

Capítulo Dos

¡Descubra su PORQUÉ!

El camino menos transitado...

*Mi objetivo es simple. Es un entendimiento completo del universo,
POR QUÉ es como es y POR QUÉ existe.*

Stephen Hawking

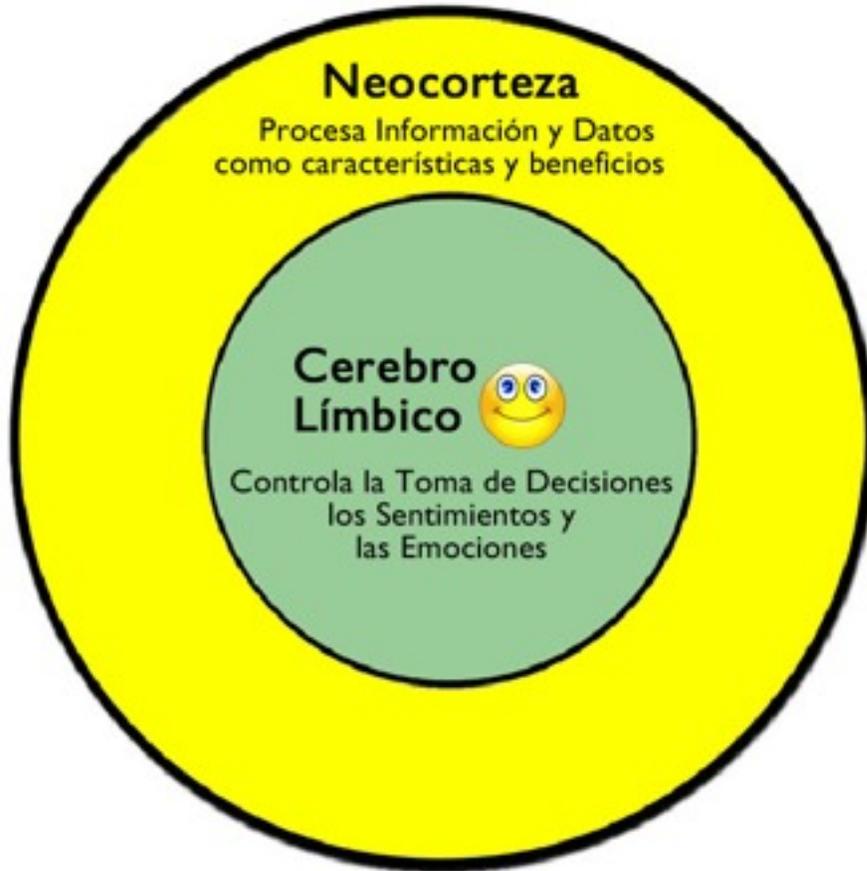
Una vez que entendemos que nuestro PORQUÉ proviene de las experiencias de nuestra infancia, es razonable que si pudiéramos volver el tiempo atrás y mirar la película de nuestras vidas, probablemente podríamos identificar los patrones y las modas que determinan nuestro PORQUÉ. El problema yace en que solo algunos de nosotros tenemos la inclinación, habilidad o disciplina para recordar y grabar esas experiencias, aun si supiéramos con un cierto grado de seguridad que el proceso funcionaría.

¿Y si hubiera una manera más eficiente, una que llevara menos tiempo y aun así produjera el mismo resultado para descubrir su PORQUÉ? Si sabemos que nuestro PORQUÉ no cambia, ¿no podríamos acceder a algunas experiencias actuales e identificar los mismos patrones que develaríamos si

viajáramos dolorosamente a nuestra infancia? La respuesta es que sí, aunque requiere de un entendimiento rudimentario de cómo funciona el cerebro.

En el centro de nuestro cerebro, encontramos el Cerebro Límbico, la parte del cerebro que controla los sentimientos y las emociones y, por extensión, toda toma de decisión.

Como pronto demostraremos, esto tiene implicancias profundas cuando se trata de marketing. Algunas personas podrían referirse al Cerebro Límbico como el "cerebro que siente", o incluso el "espacio del corazón". Este es responsable por todo comportamiento humano y todos nuestros sentimientos, como la confianza y la lealtad.



Alrededor del Cerebro Límbico se encuentra la Neocorteza, la parte del cerebro más desarrollada recientemente, que procesa datos e información. La Neocorteza es el responsable de entender lenguajes y sistemas, y es la parte del cerebro que nos permite comunicar en palabras. Usted está leyendo y comprendiendo este libro en este momento por el poder de su Neocorteza. Sin embargo, no controla sentimientos o emociones. No maneja el comportamiento.

Entonces tiene sentido que si podemos encontrar una manera de evitar la Neocorteza y acceder directamente al

Cerebro Límbico para descubrir aquellos patrones que gobiernan nuestro comportamiento en el presente, podemos descubrir nuestro PORQUÉ sin la necesidad de repasar dolorosamente nuestra infancia.

¿Cómo hacemos eso?

Quizás conozca el siguiente dicho:

La lógica nos hace pensar. Las emociones nos hacen actuar. Las historias viven en nuestros corazones.

La lógica vive en nuestro Neocorteza. Las emociones y las historias viven en nuestro Cerebro Límbico. Por lo tanto, la manera de descubrir su PORQUÉ es a través de historias y emociones.

Fíjese que aquí tenemos un reto único, que probablemente constituya el motivo exacto que esta metodología –a pesar de su inmenso poder de impactar al mundo positivamente–, no ha encontrado hasta ahora su camino en la corriente dominante. Estamos intentando usar palabras y explicaciones -que son funciones de la Neocorteza- para llegar a tocar el lugar preciso que no entiende palabras y explicaciones: el Cerebro Límbico. Afortunadamente, el Cerebro Límbico tiene su propia forma de inteligencia innata y memoria, basada en sentimientos y emociones, a las que sí podemos acceder.

Practiquemos el proceso con un sencillo ejemplo que usted probablemente experimenta casi todos los días.

Alguien se acerca a usted con un saludo normal: "¿Cómo está?" No tarda nada de tiempo en procesar esta pregunta en su Neocorteza y soltar la respuesta estándar, casi de memoria: "Muy bien, gracias," o "Bien, gracias". Usted ha desarrollado un sistema para responder ese saludo que le sirve y le permite seguir adelante con sus tareas. En este sentido, su Neocorteza funciona bien para usted.

Otra persona se acerca a usted con otro saludo estándar, pero menos común: "¿Cómo se siente?" Esta vez, tarda mucho más tiempo en generar una respuesta, porque debe acceder a una parte más profunda del cerebro, el Cerebro Límbico, para alcanzar el sentimiento que le permita contestar la pregunta. Fíjese que aunque su respuesta sea idéntica: "Bien, gracias", aborda una dimensión de significado completamente nueva debido al Cerebro Límbico. Hay más amplitud y profundidad en la pregunta. Si usted cambia su saludo estándar de "¿cómo está?" a "¿cómo se siente?" se dará cuenta que podría incluso incomodar a algunas personas porque no pueden operar de memoria y simplemente dar la respuesta fácil, descartable. Ese es el poder del Cerebro Límbico, y podemos ponerlo a trabajar para descubrir nuestro PORQUÉ.

Utilizando un lenguaje muy simple –para no activar la Neocorteza, hacemos una serie de preguntas que ayuden a recordar una historia reciente, para establecer un patrón de comportamiento. Luego repetimos el proceso en un contexto completamente diferente, para encontrar patrones en común que revelen la programación y conexión interna característica de un particular PORQUÉ, y podemos experimentar la programación a través de las tendencias emocionales que se revelan en las historias. Ya que los sentimientos y las emociones en estas historias provienen directamente del Cerebro Límbico, podemos identificar los patrones comunes muy rápidamente. Estos patrones, que por definición evitan la Neocorteza, establecen POR QUÉ hace lo que hace: ese es el sistema de creencias que gobierna sus acciones.

Éstos revelan su PORQUÉ.

La secuencia de preguntas que formulamos se ilustran de la siguiente manera, y están descritas para su uso en el Apéndice A bajo el título: Hoja de Trabajo PORQUÉ:

·Cuénteme sobre algo que le sucedió en el trabajo, un incidente específico, durante las últimas semanas, que lo hizo sentirse exitoso ...

·¿Qué parte exactamente de este incidente lo hizo sentirse exitoso?

·¿Por qué era eso importante para usted?

Fíjese que estas preguntas, a través de su propia naturaleza, obligan a quien está contestando a entrar en su depósito de sentimientos y emociones, el Cerebro Límbico. Es imposible compartir una historia sobre "sentirse exitoso" sin acceder al Cerebro Límbico. Aunque las personas den vueltas sobre el asunto y se enfoquen en lo que pasó y en los sentimientos provocados por el incidente, si exploramos, también podemos desentrañar cómo se sintieron respecto del incidente, y POR QUÉ ese particular incidente los hizo sentirse exitosos. Una vez que revisamos las preguntas en el contexto de una experiencia relacionada con el trabajo, repetimos el mismo proceso en circunstancias no relacionadas con el trabajo.

Considere los siguientes ejemplos:

Cuando le formularon las preguntas de la Hoja del Trabajo PORQUÉ, a Lola, una quiropráctica de oficio, primero compartió una historia sobre cómo pudo ayudar a un paciente que había sufrido migrañas durante veinte años. Ella expresó su alegría al poder aliviar el dolor de la persona después de una sola visita y un ajuste quiropráctico especial. Después compartió una segunda historia no relacionada con el trabajo, cuando compartió una tarde de sábado escuchando a una amiga muy angustiada por una relación difícil que tenía. En el

segundo caso, Lola le ofreció a su amiga consejos para hacerla sentir mejor. Como se dará cuenta, las dos historias son prácticamente idénticas. En el trabajo, Lola se sintió exitosa por contribuir al bienestar de un paciente. Afuera del trabajo, se sintió de la misma manera cuando contribuyó al estado mental de una amiga.

El PORQUÉ de Lola es “contribuir a una causa mayor y hacer una diferencia en las vidas de otros”.

Antonio, un dentista, contó una historia similar sobre un caso de trabajo dental difícil, donde recibió a un paciente que estaba totalmente insatisfecho con su dentista anterior y enojado con la industria odontológica en general. Antonio diagnosticó el problema adecuadamente, identificó el error cometido por el dentista anterior, realizó el tratamiento de inmediato, y logró cambiar el parecer del paciente sobre la odontología. ¡Esto lo hizo sentir genial! Luego, Antonio compartió una historia sobre su hijo que le pidió ayuda con un proyecto de servicio comunitario que se había descontrolado un poco. Antonio pudo ayudar exitosamente a su hijo a diseñar el plan adecuado para cumplir los objetivos del proyecto y realizarlo con un resultado positivo. Nuevamente, fíjese que las dos historias son muy similares. En el trabajo, Antonio encontró la manera de arreglar correctamente los dientes del paciente. En su casa, Antonio ayudó a su hijo a crear un plan que cumpliera el objetivo del proyecto. En

ambos casos, Antonio se sintió exitoso pero por un motivo completamente distinto al de Lola.

El PORQUÉ de Antonio es “hacer las cosas bien”.

Si le presta atención a las dos historias, pronto se dará cuenta que ambos individuos ayudaron a otros de alguna manera. La diferencia yace en PORQUÉ lo hicieron. En el caso de Lola, lo hizo porque cree en hacer una diferencia en la vida de los otros. En el caso de Antonio, porque cree que hay una manera correcta de hacer las cosas y que las cosas deben hacerse correctamente. El resultado es el mismo —ayudando a personas— aunque con un motivo diferente detrás del resultado, basado en dos diferentes PORQUÉ.

Ningún PORQUÉ es más importante que otro, y cuando logra expresar su PORQUÉ claramente, le permite a otros identificarse con usted y decidir con toda confianza si usted es “su tipo de persona”, alguien que cree lo que ellos creen. La habilidad para expresar claramente el PORQUÉ le permite atraer a aquellos que están de acuerdo con su sistema de creencias.

Las repercusiones cuando se trata de su vida y del negocio para atraer a personas ideales, mientras al mismo tiempo no está atrayendo a aquellos que no son adecuados, son absolutamente asombrosas. Puede ser la diferencia entre amistades y emprendimientos prósperos y exitosos de

personas que piensan de la misma manera con valores comunes, con los que crece indefinidamente, o algo doloroso y angustioso.

Capítulo Tres

CÓMO darle vida a su PORQUÉ

¡Expresé sus talentos únicos!

Cada niño es un artista. El problema radica en que lo siga siendo cuando crezca.

Pablo Picasso

Asumamos que usted sabe cuál es su PORQUÉ y entiende la necesidad de expresarlo en su mensaje personal o su mensaje de marketing para atraer a amistades y clientes ideales. El siguiente paso es descubrir las formas más grandiosas para darle vida a su PORQUÉ. Llamamos a esto sus CÓMO's (COMO damos vida a nuestro PORQUÉ). Y mientras usted tiene un solo PORQUÉ, tiene una infinita cantidad de CÓMO's. ¿CÓMO expresa su PORQUÉ en su trabajo y en la vida cotidiana? Estos CÓMO's son los que lo convierten en una persona especial y diferente, y representan sus talentos únicos que lo separan del resto del mundo. Teniendo en cuenta que el marketing efectivo consiste en la diferenciación, entender completamente el CÓMO vive su

PORQUÉ y descubrir una manera de expresarlo, se convierte en algo primordial para destacarse de la multitud.

Afortunadamente, a diferencia del descubrimiento de su PORQUÉ, que puede ser un reto, delinear sus CÓMO's es un proceso bastante directo porque los experimenta todos los días. Usted ya sabe cuáles son. Es necesario, simplemente, tomarse el trabajo de ponerlos por escrito.

El proceso funciona de la siguiente manera.

MATRIZ CÓMO

Nombre:

PORQUÉ	
CÓMO ¿CÓMO expresa su PORQUÉ?	
QUÉ ¿QUÉ hace?	

En la casilla superior, escribirá su PORQUÉ. Como notará, la segunda casilla ocupa casi toda la página. Aquí es donde escribirá sus CÓMO's, en una secuencia lógica.

Pregúntese CÓMO darle vida a su PORQUÉ en su casa o cuando está trabajando con un cliente. Luego anote los COMO's.

¿De qué manera ven los demás su PORQUÉ?

¿Cómo saben sus clientes que su PORQUÉ es importante para usted?

¿De qué manera muestra su PORQUÉ en sus acciones?

Todas estas maneras son sus CÓMO's.

Porque cada CÓMO está siempre en el contexto de un específico PORQUÉ, varios ejemplos clarificarán un poco más todo el proceso. Recuerde que todos expresan sus CÓMO's todos los días y, por lo tanto, no es difícil por lo general acceder a ellos y sacarlos a la luz.

Podría ilustrarse de la siguiente manera:

Tina maneja una agencia de viajes. Su PORQUÉ es "hacer una diferencia en las vidas de otros y contribuir a una causa mayor". Cuando escribió sus CÓMO's, se reflejó así:

- Averiguo qué es importante para el cliente cuando se trata de sus vacaciones –o boda o cualquier motivo detrás del viaje.
- Descubro cuáles son sus deseos más importantes para este viaje particular.
- Organizo cada viaje a medida, en base a los deseos expresados.

- Le brindamos a cada cliente la atención individual que se merece. Si están buscando una escapada tranquila, encontramos eso para ellos. Si quieren un lugar más activo para sus hijos, entonces eso es lo que buscamos.
- Creamos el tipo de experiencia para que el cliente se enamore de su destino y quiera volver.
- Estamos al servicio del cliente de todas las maneras posibles.

El mensaje estándar de una agencia de viajes suena así:

“*Vacaciones Placenteras* tiene el viaje perfecto para usted. Tenemos acceso ilimitado a los destinos más hermosos y exóticos del mundo y más de veinte años de experiencia en el planeamiento de viajes fabulosos para nuestros clientes. Si usted está buscando un grupo de trabajo amistoso y a su vez competente que pueda brindarle el viaje de su vida, ha llegado al lugar correcto. Le encontraremos el mejor trato al precio más económico posible. Llámenos para una consulta gratuita”.

En contraste, el mensaje de Tina, basado en su PORQUÉ, suena así:

“En *Vacaciones Ilimitadas*, creemos que debemos hacer una diferencia en la vida de nuestros clientes, especialmente cuando llega ese momento especial del año: sus vacaciones.

Queremos saber lo que es más importante para usted, descubrir cuáles son sus deseos y necesidades, y armarles unas vacaciones a su medida, basadas exactamente en lo que usted nos cuente que está buscando. Queremos que se enamore de su destino, que tenga una experiencia fantástica y que vuelva a vernos una y otra vez. Creemos que debemos estar a su servicio. Llámenos y pónganos a trabajar”.

¿Nota la diferencia en impacto? El primer mensaje habla sobre lo que hacen –Neocorteza– y suena como cualquier otra agencia de viajes, compitiendo a base de precio y conveniencia. El segundo mensaje empieza con PORQUÉ hacen lo que hacen –Cerebro Límbico– y si eso resuena en un potencial cliente y lo hará sentir muy bien sobre la decisión de llamar a la agencia de Tina.

Jaime Verdugo es un abogado que se dedica a las propiedades inmuebles y sucesiones. En su industria, casi todos los mensajes suenan increíblemente parecidos, así:

“En el *Grupo Legal Verdugo*, ofrecemos servicios de primera en planeamiento urbano y protección de activos. Hemos asesorado a cientos de clientes como usted y diseñado planes ideales para ayudar a mitigar potenciales responsabilidades, así como proteger sus activos, en especial de juicios financieramente dañinos. Tenemos una amplia

DescubreTuPORQUE.com/especial

variedad de opciones para ofrecerle y podemos encontrar soluciones a la medida de sus circunstancias, sin importar lo difícil o complejas que sean. Asimismo, contamos con un círculo sustancial de consultores y asesores externos si fuera necesario para acceder a cualquier información que usted necesite. No deje de llamarnos para una consulta”.

Luis Mendez, sin embargo, sabe cuál es su PORQUÉ: particularmente encontrarle sentido a cosas complejas. Para destacarse de la competencia, expresa su mensaje de la siguiente manera:

“En el *Grupo Legal Mendez*, creemos que el rol de un abogado es tomar circunstancias difíciles y complejas y encontrarles el sentido para nuestros clientes, en especial cuando se trata de sus bienes inmuebles. Con frecuencia, desafortunadamente, sus deseos más íntimos podrían ser retados o ignorados después de su partida, dejando a familiares y otros seres queridos discutiendo por su patrimonio, gastando tiempo y dinero, hasta el punto de arruinar el trabajo y esfuerzo de toda una vida. Creemos que es nuestro rol escuchar atentamente lo que usted quiere, procesarlo, estudiarlo y crear una solución que honre sus deseos, disuadir la entrada en litigio desde un principio y defenderlo judicialmente si fuera necesario. Si está buscando un grupo legal que tome sus deseos en cuenta y arme una

estrategia para protegerlo, llámenos para una consulta gratuita”.

Totalmente distinto. El Grupo Verdugo nos cuenta qué hacen y nada más. El Grupo Mendez nos cuenta en qué creen y CÓMO le dan vida a su PORQUÉ.

Nuevamente, fíjese en el impacto de cada mensaje. Si alguien está buscando ofertas para diseñar un plan para sus propiedades, el Grupo Verdugo podría ser suficiente. Sin embargo, alguien con importantes activos, que teme que lo que ha construido durante toda su vida podría ser dilapidado por familiares irresponsables —una triste pero muy frecuente realidad— nunca contrataría a Verdugo. Está buscando algo más, y cuando se topen con el mensaje ofrecido por Mendez, se comprometerán instantáneamente en su Cerebro Límbico y levantarán el teléfono para solicitar una cita.

Mendez entiende algo que Verdugo no comprende. Mendez no quiere a todos los clientes. Solamente quiere clientes ideales que encajen con su perfil; y, por lo tanto, emite su mensaje a medida, basado en su PORQUÉ, para atraerlos y conectarse con ellos.

El proceso de darle vida a su PORQUÉ es de nunca acabar. La clave está en asegurarse que le transmita al mercado CÓMO hace eso y atraiga la audiencia exacta que quiere como clientes.

DescubreTuPORQUE.com/especial

Capítulo Cuatro

Su PORQUÉ alimenta su pasión...

La pasión impulsa sus sueños

La pasión es energía. Siente el poder proveniente de enfocarse en lo que lo entusiasma.

Oprah Winfrey

Cuando lo QUE hace se alinea con PORQUÉ hace lo que hace, tendrá pasión. La pasión actúa como el combustible que le da la energía para perseguir sus sueños. La pasión lo ayudará durante los momentos difíciles. La pasión lo hará trabajar más y por más tiempo que su competencia. La pasión lo mantiene en movimiento, vivo.

La pasión proviene de su PORQUÉ.

El PORQUÉ de Claudia es "hacer una diferencia en la vida de otros y contribuir a una causa mayor". Como es particularmente adepta a los números consiguió un trabajo como contable en una empresa mediana. Le asignaron su

propia oficina al final de un largo pasillo, y se pasa la mayoría del día ingresando números y generando informes. Como lo hemos discutido anteriormente, la programación de Claudia, su PORQUÉ, dicta su comportamiento como nos sucede a todos, aunque ella no lo sepa. Como resultado, Claudia se siente triste y odia su trabajo. En lugar de sentirse que está contribuyendo y marcando una diferencia en las vidas de los clientes o colegas, Claudia se siente atrapada, procesando números todo el día, en un espacio reducido, con poco contacto con otros que pueda ayudar de alguna manera. Lo QUE Claudia hace no está alineado con su PORQUÉ y, por lo tanto, no siente ninguna pasión al respecto.

El PORQUÉ de Ana es "crear relaciones basadas en la confianza". Como Claudia, Ana es contable y trabaja en un cubículo en una esquina elaborando hojas de cálculo y otros libros contables requeridos por sus compañeros de equipo. Ana sabe cuál es su PORQUÉ y entiende qué parte del CÓMO le da vida: es hacer el balance de todas las cuentas bancarias de la empresa. Para Ana, ser confiable significa que cada una de las cuentas bancarias tiene que cerrar perfectamente todos los meses; a tal punto que Ana le dedicará todo el tiempo necesario, con frecuencia muchas horas, para encontrar cada dólar que cierre la cuenta al centavo. Cuando todos los números cierran, Ana siente una gran satisfacción y está orgullosa de su trabajo. Lo QUE hace se alinea perfectamente

con PORQUÉ lo hace. Por este motivo, siente pasión por lo que hace.

Curiosamente, el jefe de Claudia no tenía idea que ella estaba triste, ni que probablemente no era la persona adecuada para ese específico rol. Por el contrario, el jefe de Ana sabe que su PORQUÉ es ser confiable y es, por lo tanto, tolerante y aprecia las horas extra que Ana pasa cerrando los balances. Al final del día, lo que más necesita son números exactos y alguien en quien depender para producirlos. La halaga regularmente por su precisión con los números, y eso la hace sentir especial. Aun cuando Ana comete un error, que ocurre muy rara vez, conociendo su PORQUÉ, su jefe no le da importancia y sigue para adelante. Él sabe que se puede confiar en ella para hacer todo lo mejor posible y que en el caso de Ana, un error solo impulsaría sus esfuerzos para probar aún más su PORQUÉ.

Ana y Claudia tienen las mismas habilidades y cumplen roles similares en sus empresas. Sin embargo, mientras Ana se siente valorada y apreciada por su contribución, Claudia no deja de mirar el reloj para irse. ¿Qué podría haber pasado si en lugar de estar clavada en una oficina sola, Claudia trabajaba en atención al cliente donde tenía una oportunidad para experimentar su PORQUÉ todo el día? El resultado probablemente hubiera sido drásticamente diferente.

¿Lo QUE usted hace está alineado con su PORQUÉ lo hace? Si no es el caso, le va a resultar muy difícil encontrar la pasión requerida para perseverar frente a los obstáculos y retos que inevitablemente surgirán en el curso y crecimiento de cualquier emprendimiento. Asimismo, teniendo en cuenta que sabemos que para lograr algo grande necesitamos un equipo de personas apasionadas que apoyen los objetivos y sueños de un negocio, ¿no es importante también asegurarse de que lo que cada equipo haga esté alineado con PORQUÉ lo hace? Con la ausencia de esa alineación, también encontrará la falta de pasión; y sin pasión, nada importante podrá lograrse.

Hace un tiempo atrás, como resultado de un crecimiento explosivo que nuestra empresa estaba experimentando a través del marketing PORQUÉ, tuvimos que afrontar un reto con un cliente importante que representaba una gran cantidad de trabajo y éste no estaba satisfecho con ciertos aspectos de nuestro servicio. El tema requirió de unas cuantas medidas correctoras de varios miembros de equipos de diferentes divisiones. Debido a la pasión compartida por nuestro equipo y su predisposición a vivir el PORQUÉ de nuestra compañía – de encontrar una mejor manera–, varios miembros del equipo trabajaron durante el fin de semana y siguieron generando ideas por teléfono hasta las 9 de la noche previa a la reunión con nuestro cliente. La mayoría de estos individuos trabajan a

cambio de un monto de compensación fijo y no tenían la obligación de trabajar los fines de semana, ni largas horas. Aun así, debido a nuestro PORQUÉ de “encontrar una mejor manera”, se esforzaron incesantemente en busca de soluciones que alegrarían a nuestro cliente, trabajaron largas horas y diseñaron un mejor plan.

¿Cuál fue el resultado? Seguimos adelante con el cliente que nos invitó a hacer aún más negocios con él y su organización —una vez más, una manifestación de la magia por tener pasión y vivir su PORQUÉ.

Capítulo Cinco

¿A QUIÉN atrae su PORQUÉ? Usted solo desea atraer amigos y clientes ideales

El privilegio de una vida entera es ser quien uno es.

Joseph Campbell

Usted ahora conoce su PORQUÉ.

Usted sabe CÓMO darle vida a su PORQUÉ.

Usted sabe QUÉ hace.

Resta una pregunta fundamental:

¿A QUIÉN le está hablando? ¿A QUIÉN está dirigido este nuevo mensaje? ¿A QUIÉN busca atraer a su negocio? ¿A QUIÉN busca atraer a su vida?

En 1906, Wilfredo Pareto determinó que en su tierra natal, Italia, el 80% de la tierra era propiedad del 20% de la gente; una observación que se originó en su huerta, donde el 80% de las arvejas provenían del 20% de los receptáculos. Esta observación y sus sendas derivaciones fueron conocidas como

DescubreTuPORQUE.com

el "Principio Pareto" que representa la noción de que esta misma proporción se aplica a la mayoría de las cosas.

El 80% de sus ganancias provienen del 20% de sus clientes.

El 80% de sus ventas proviene del 20% de sus productores.

El 80% de sus problemas también provienen del 20% de sus clientes.

¿Qué pasaría si usted pudiera atraer solamente a los clientes correspondientes a ese 20% que le dan la mayoría de sus ganancias y no atraer a los del 20% que le provocan el 80% de sus dolores de cabeza?

¡Qué fantástico, increíble y placentero negocio construiría! Infinitamente expandible, armado con clientes ideales, libre de aquellos que nos absorben la energía y nos hacen perder el tiempo, todo basado en su sistema de creencias. De esto precisamente se trata el Descubrir Tu PORQUÉ.

Piénselo.

Un dentista esteticista no quiere pacientes que necesitan una limpieza, una demografía tan vasta que incluye a todos en el planeta que no usan prótesis. Solo quiere pacientes con necesidades dentales severas que creen que sus vidas están sufriendo debido a sus dientes.

Un abogado especialista en accidentes no desea clientes que hayan sufrido tan solo leves colisiones automovilísticas, porque conlleva meses de esfuerzo y ofensas para obtener una pequeña recompensa. Hay miles de colisiones por día. Este tipo de abogado desea casos con mayores daños, que tardan años en cobrarse y resultan en arreglos sustanciales. Hay solo unos pocos casos por mes de daños severos en cualquier jurisdicción; claro que eso es bueno para las víctimas, y malo para este tipo de abogados.

El puerto marino prácticamente no genera ingresos de los veraneantes anuales que alquilan un velero por unas pocas horas o un paddleboard o un kayak. Quiere a la persona que compre un nuevo yate, que tiene un costo de estadía de \$30 por pie y por mes.

Un cliente malo lo saca de propósito, le drena toneladas de energía de su equipo, logra que usted tome un trabajo que no debería o que no paga, muy pocas veces aprecia lo que usted le ofrece, se atrasa con los pagos, pide reembolsos... y la lista sigue. Usted no quiere construir un negocio alrededor de, o para este tipo de clientes. A usted le convendría que se fueran a otro lado.

En el Ritz-Carlton, cada empleado está autorizado a gastar hasta \$2,000 sin previo permiso para resolver cualquier

asunto requerido por un cliente y dejarlo satisfecho. El Ritz atrae a grandes huéspedes.

En Neiman-Marcus, los cajeros aceptan devoluciones de productos que ni siquiera tienen y emiten créditos del negocio a clientes para que no dejen de vivir una gran experiencia. Neiman atrae a grandes clientes.

Los clientes de Subaru se toman como un código de honor manejar su Viejo Subaru hasta reventarlo antes de ir a comprar uno nuevo –que invariablemente hacen–, un proceso que lleva de 15 a 20 años. Subaru ha creado una manada de locos fanáticos.

Harley Davidson no está buscando compradores de motonetas. Estos no se tatúan el logo de la empresa en sus bíceps o pecho.

Usted solo quiere amigos y clientes que compartan su sistema de creencias, que se identifiquen con su PORQUÉ y permanezcan leales a usted, su producto y su servicio. Éstos son QUIENES usted quiere y a QUIENES su mensaje PORQUÉ atraerá.

El resto puede llevarse sus dolores de cabeza calle abajo.

Capítulo Seis

¡Sus próximos pasos!

La acción conlleva riesgos y costos. Pero son mucho menores que los riesgos producidos por la cómoda inacción.
John F. Kennedy

Dirijámonos al elefante blanco en la habitación.

No hay dudas de que el proceso de descubrir su PORQUÉ, expresando CÓMO le da vida, a QUÉ se dedica, aclarando QUIÉN es su cliente o amigo ideal y creando el mejor mensaje para atraer a potenciales clientes o amigos es un compromiso sustancial. Y eso es solo el comienzo. Luego hay que expresarlo y vivirlo.

La buena noticia es que resulta factible, no es una ciencia complicada, y está disponible para cualquiera que esté preparado para hacer la inversión necesaria en si mismo.

Nosotros recomendamos que Usted elija hacer nuestro Curso Online Descubre Tu PORQUÉ que ofrecemos, y al cual puede acceder a través de DescubreTuPORQUE.com/especial

Este curso es un Tutorial Basado en Videos de 3 Módulos extremadamente completo y, además de los Módulos, viene

DescubreTuPORQUE.com

con Llamadas de Coaching que le permiten usar a nuestros expertos para contestar cualquier pregunta y asegurarle de que va en buen camino.

Estamos extremadamente orgullosos de este Curso y creemos que ofrece el entrenamiento más completo disponible sobre cómo Descubrir tu PORQUÉ y crear Mensajería PORQUÉ clara y concisa. Si usted visita el sitio donde se encuentra el curso, podrá ver un video sobre el mismo para tomar una decisión más informada. Aquí está el link nuevamente: DescubreTuPORQUE.com/especial

Sin importar lo que decida, no tomar ningún tipo de acción nunca debería ser una opción.

¡El PORQUÉ también tiende a repeler, y por lo tanto no atrae, al 20% de los amigos y clientes que generan el 80% de sus dolores de cabeza! Vale la pena asegurar que lo descubriste correctamente para ponerlo en movimiento de inmediato.

DescubreTuPORQUE.com/especial

Capítulo Siete

¡A Celebrar se ha dicho!

¡La Fiesta está recién empezando!

Nos imaginamos un mundo en el cual las empresas exitosas atraen a c ideales y leales.

Dr. Gary Sánchez

Imagínese en la fiesta de fin de año.

Sus colegas están ahí quejándose sobre lo difícil que fue el año y cuán felices están ahora que se terminó.

Usted no.

Sus compañeros rezongan sobre sus empleados difíciles y hacen chistes sobre lo felices que están de no tener que volver a verlos durante las próximas dos semanas.

Usted no.

Otros en la fiesta se lamentan del estado general de la economía y ahogan sus penas con cualquiera dispuesto a escucharlos lloriquear.

Usted no.

Simplemente sonrío y asiente educadamente.

DescubreTuPORQUE.com

Por el contrario, usted disfruta y celebra a los miembros de su equipo. Se sienten poderosos, energizados e inspirados, traen su mejor actitud al negocio e invierten completamente en su éxito.

Usted ya no depende de una sola fuente de relaciones ni de negocios puesto que ha logrado un flujo de contactos completamente inagotable expresando su PORQUÉ.

Usted sabe que su mensaje de PORQUÉ, tanto a nivel personal como profesional es cristalino y atrae solamente al tipo de personas y clientes ideales que aprecian sus talentos, productos y servicios, y felizmente lo recomiendan a otros.

Mientras sirven masitas y todos en el salón largan suspiros exhaustos y deseos de "por fin le decimos adiós a los últimos 12 meses", usted mira hacia el futuro con plena confianza, sabiendo que el año que viene solo podrá ser mejor.

Sírvase otro postre, ¡se lo ha ganado!

Y mientras disfruta de la fiesta, recuerde una cosa:

Su PORQUÉ nunca cambia y le apoyará para siempre.

Las Herramientas de Descubre Tu PORQUÉ

Apéndice A—Hoja de Trabajo de PORQUÉ

PORQUE Marketing
Atrayendo clientes ideales y leales...

Tu Hoja de Trabajo – PORQUÉ

Por favor conteste las siguientes preguntas. Sea lo más específico posible. Si usted es parecido a la mayoría de nosotros, descubrir su PORQUÉ será trans-formativo así como revelador, prácticamente como ser re-introducido a usted mismo. Cuando describa sus incidentes, por favor brinde tantos detalles y antecedentes que crea necesarios para que podamos claramente imaginarnos lo que pasó.

En el Trabajo

1. Describa un incidente laboral ocurrido dentro de las últimas dos semanas que lo hizo sentir exitoso. ¿Qué sucedió?
2. ¿Qué parte de este incidente lo hizo sentirse exitoso?
3. ¿Por qué era esto importante para usted?

Afuera del Trabajo

1. Describa un incidente extra laboral ocurrido dentro de las últimas dos semanas que lo hizo sentir exitoso. ¿Qué sucedió?

2. ¿Qué lo hizo sentirse exitoso específicamente?

3. ¿Por qué era esto importante para usted?

Apéndice B—Matriz CÓMO

PORQUE Marketing
Atrayendo clientes ideales y leales...

MATRIZ CÓMO

Nombre: _____

PORQUÉ	
CÓMO ¿CÓMO expresa su PORQUÉ?	
QUÉ ¿QUÉ hace?	

Apéndice C—Matriz PORQUÉ

PORQUE Marketing
Atrayendo clientes ideales y felices

MATRIZ PORQUÉ

PORQUÉ de La Empresa:

PORQUE	NOMBRE
Encontrar una mejor manera	
Crear claridad	
Simplificar	
Encontrarle el sentido a una situación	
Ayudar a otros o contribuir con una causa mayor	
Crear relaciones basadas en la confianza	
Hacer las cosas de la manera correcta	
Buscar conocimiento y entender	
Retar el Statu Quo	

Envíanos un correo a suporte@lightspeedunlimited.com o llámanos para una consulta gratuita 1-866-247-1476

Apéndice D—Características PORQUE

PORQUE	Marketing
PORQUE	Características
Encontrar Una Manera Mejor (y Compartirla)	Constantemente buscan mejores maneras de hacer las cosas. No pueden evitar "tratar de hacerlo mejor". Toman casi cualquier cosa y quieren mejorarla, hacerla mejor y compartir su mejora con el mundo. Inventan cosas. Cuando discutes algo con ellos, se están preguntando: "¿Qué pasaría si lo hacemos de esta manera?" o "esto funcionaría mejor...". Las personas con este PORQUE en particular contribuyen con constantes innovaciones, mejores procesos y sistemas, y operan bajo el lema "frecuentemente contentos, pero nunca satisfechos". También son muy buenos en asociar temas relacionados, tomar de una industria y aplicarlo a otra. A menudo las personas con este PORQUE son competitivas, atletas, inventores, arquitectos, dentistas e ingenieros de procesos comerciales y reparadores.
Crear Claridad (para el Beneficio de Otros)	Siempre buscan ser completamente comprendidos en todas sus comunicaciones. Quieren saber que "entienden" lo que dicen y encuentran múltiples maneras de expresar un punto. Usan analogías y metáforas para ofrecer múltiples puntos de vista sobre un tema específico que están compartiendo. Se sienten exitosos cuando saben que su mensaje atizó completamente. Las personas con este PORQUE son típicos coaches, entrenadores, maestros, oradores y figuras públicas.
Simplificar	Toman lo que necesita hacerse hasta lograr su forma más simple. Eliminan elementos innecesarios y reestructuran sistemas y procesos como un asunto de rutina. En conversaciones, podría escucharlos decir: "Bueno, la forma sencilla para hacer eso sería...". Ellos eliminan la complejidad en todo lo que hacen para beneficio de todos los demás. Las personas con este PORQUE son excelentes ingenieros, estrategas, escritores, artistas y profesores.
Encontrarle el sentido a una situación (Especialmente si es Compleja)	Observan y asimilan elementos de cada situación en la que están y le encuentran el sentido. Toman lo complicado, o lo que aparenta ser complicado, factores, problemas y conceptos y los organizan para crear soluciones que son sensibles y fáciles de implementar. Están altamente orientados como "solucionadores" y extremadamente capaces de resolver de problemas. En conversaciones con personas que tienen este POR QUE, podrían escucharlos decir "Ok, lo entendí. Dado todo eso, hagámoslo de esta manera...". Las personas con este particular POR QUE pueden ser exitosos consultores administrativos, visionarios, autores, ejecutivos y analistas. "Así es como lo haremos..." "de esta manera se puede lograr..." Se los ve típicamente como expertos porque pueden encontrar soluciones rápidamente. También podrían ser autores por su habilidad para resumir asuntos complicados por escrito.
Contribuir (con una causa mayor) o ayudar a otros	Ellos se sienten obligados a tomar parte de una causa mayor. No quieren ser la causa, sino simplemente participar y ofrecer su contribución. Les encanta apoyar y se deleitan con el éxito del bien común, la empresa, el equipo, o cualquier causa que sea. Generalmente los encontrarás detrás de escena buscando maneras para hacer del mundo un lugar mejor. También podría encontrarlos en un foro más público preguntando por un movimiento o mensaje. Las personas con este PORQUE son personas a las que acudir, aquellas que uno busca cuando necesita ayuda con cualquier cosa. Son compañeros de equipos confiables y comprometidos y con frecuencia encontrados en todas las áreas de atletismo. Las personas con este PORQUE podrían ser organizadores, entrenadores, proveedores de comida, personal de atención y soporte, ministros, trabajadores de campañas políticas, empleados de restaurantes, y líderes de causas.

Cualquier detalle, envíanos un correo a soporte@lightspeedunlimited.com

PORQUE Marketing

Atrayendo clientes ideales y líderes...

PORQUE	Características
Encontrar Una Manera Mejor (y Compartirla)	Constantemente buscan mejores maneras de hacer las cosas. No pueden evitar "tratar de hacerlo mejor". Toman casi cualquier cosa y quieren mejorarla, hacerla mejor y compartir su mejora con el mundo. Inventan cosas. Cuando discuten algo con ellos, se están preguntando: "¿Qué pasará si lo hacemos de esta manera?" o "esto funcionaría mejor...". Las personas con este PORQUE en particular construyen con constantes innovaciones, mejores procesos y sistemas, y operan bajo el lema "frecuentemente contentos, pero nunca satisfechos". También son muy buenos en asociar temas relacionados, tomar de una industria y aplicarlo a otra. A menudo las personas con este PORQUE son competitivas, abetas, inventores, arquitectos, dentistas e ingenieros de procesos comerciales y reparadores.
Crear Claridad (para el Beneficio de Otros)	Siempre buscan ser completamente comprendidos en todas sus comunicaciones. Quieren saber que "entienden" lo que dicen y encuentran múltiples maneras de expresar un punto. Usan analogías y metáforas para ofrecer múltiples puntos de vista sobre un tema específico que están compartiendo. Se sienten exitosos cuando saben que su mensaje aterrizó completamente. Las personas con este PORQUE son fantásticos coaches, entrenadores, maestros, oradores y figuras públicas.
Simplificar	Toman lo que necesita hacerse hasta lograr su forma más simple. Eliminan elementos innecesarios y reestructuran sistemas y procesos como un asunto de rutina. En conversaciones, podría escucharlos decir: "Bueno, la forma sencilla para hacer eso sería...". Ellos eliminan la complejidad en todo lo que hacen para beneficio de todos los demás. Las personas con este PORQUE son excelentes ingenieros, estrategas, escritores, artistas y profesores.
Encontrarle el sentido a una situación (Especialmente si es Compleja)	Observan y asimilan elementos de cada situación en la que están y le encuentran el sentido. Toman lo complicado, o lo que aparenta ser complicado, factores, problemas y conceptos y los organizan para crear soluciones que son sensibles y fáciles de implementar. Están altamente orientados como "solucionadores" y extremadamente capaces de resolver de problemas. En conversaciones con personas que tienen este PORQUE, podrían escucharlos decir "Ok, lo entendí. Dado todo eso, hagámoslo de esta manera...". Las personas con este particular PORQUE pueden ser exitosos consultores administrativos, visionarios, autores, ejecutivos y analistas. "Así es como lo haremos..." "de esta manera se puede lograr..." Se los ve típicamente como expertos porque pueden encontrar soluciones rápidamente. También podrían ser autores por su habilidad para resumir asuntos complicados por escrito.
Contribuir (con una causa mayor) o ayudar a otros	Ellos se sienten obligados a formar parte de una causa mayor. No quieren ser la causa, sino simplemente participar y ofrecer su contribución. Les encanta apoyar y se deleitan con el éxito del bien común, la empresa, el equipo, o cualquier causa que sea. Generalmente los encontrará detrás de escena buscando maneras para hacer del mundo un lugar mejor. También podría encontrarlos en un foro más público pregonando por un movimiento o mensaje. Las personas con este PORQUE son personas a las que acudir, aquellas que uno busca cuando necesita ayuda con cualquier cosa. Son compañeros de equipos confiables y comprometidos y con frecuencia encontrados en todas las áreas de atletismo. Las personas con este PORQUE podrían ser organizadores, entrenadores, proveedores de comida, personal de atención y soporte, ministros, trabajadores de campañas políticas, empleados de restaurantes, y líderes de causas.

Cualquier detalle, envíanos un correo a soporte@lightspeedunlimited.com

Para mas informacion y bonos especiales, visite:

DescubreTuPORQUE.com/especial

DescubreTuPORQUE.com/especial