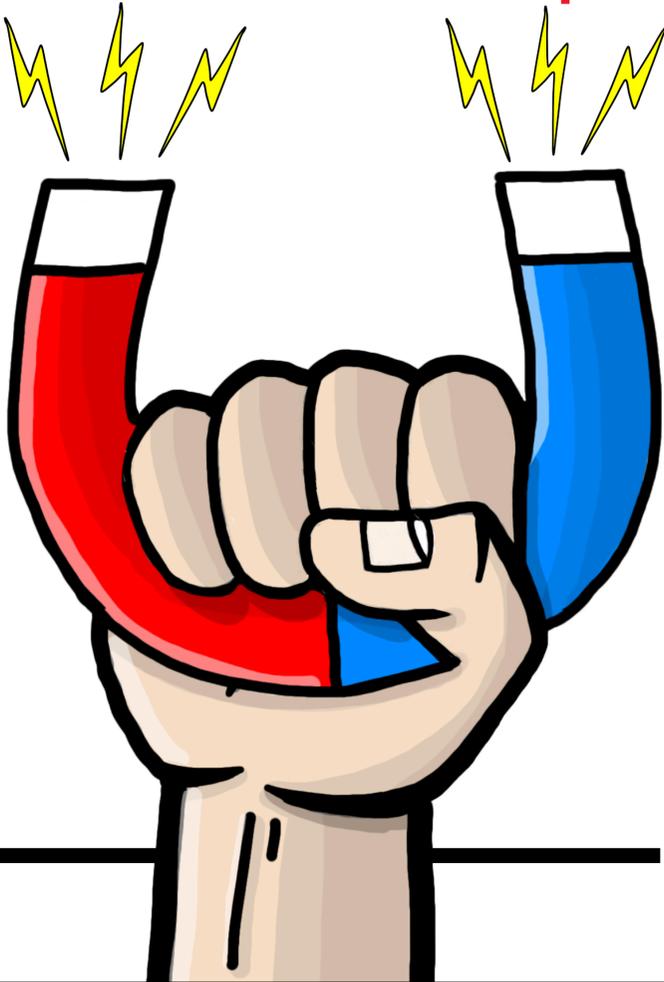


José Luis Velasco Bautista

Entrena tu **CARISMA**

La clave del éxito del **entrenador personal**



José Luis Velasco Bautista

José Luis Velasco Bautista

ENTRENA TU CARISMA

La Clave del Éxito del Entrenador Personal



Madrid · Nueva York · México · París · Londres · Roma

www.captanpt.com
www.joseluisvelasco.com

Copyright © 2019 by José Luis Velasco Bautista
1ª edición diciembre 2019

ISBN: 9781096434931
Registro SafeCreative: 1912312776377

Portada: José Luis Velasco Bautista

Para cualquier comentario o sugerencia, incluidas las erratas, puede ponerse en contacto con el autor en la dirección de correo electrónico, o en las páginas web que aparecen a continuación:

info@capitanpt.com

www.capitanpt.com

www.joseluisvelasco.com

Las opiniones expresadas en la presente obra son el resultado de la conjunción de las vivencias personales y profesionales del autor, por lo que solo son atribuibles a él.

Reservados todos los derechos. Queda rigurosamente prohibida, sin la autorización escrita de los titulares del *copyright*, bajo las sanciones establecidas en las leyes, la reproducción parcial o total de esta obra por cualquier medio o procedimiento, incluidos la reprografía y el tratamiento informático, así como la distribución de ejemplares mediante alquiler o préstamo público.

José Luis Velasco Bautista

A todos aquellos profesionales del entrenamiento personal con los que he tenido el privilegio de trabajar. Sin su colaboración, experiencia y esfuerzo este libro no hubiera sido posible.

José Luis Velasco Bautista

ÍNDICE

Sinopsis	7
Los objetivos claros: Para qué has de comprar este libro.....	9
Las alternativas a este libro.	13
Las 3 características fundamentales del Entrenador Personal.....	19
El Método Capitán PT.	25
UNA CUESTIÓN DE CARISMA	28
1.1. ¿Qué es el carisma?	29
1.2. El error de la extroversión y el carisma.....	32
1.3. Los 3 elementos del carisma.....	38
1.4. El ingrediente secreto del carisma.....	51
1.5. Tipos de carisma y su aplicación.	59
1.6. El carisma en la sesión de prueba personalizada.	65
NEUROHACKING: CONQUISTA TU MENTE	69
2.1. Kilo y medio de potencial/soluciones.....	72
2.2. Cerebro y Mente.	79
2.3. La observación de Calcas.....	84
2.4. Los caballos de Troya mentales.....	87
2.5. Potencial e interferencias: las claves de tus resultados.	98
2.6. Cortocircuito mental.....	107
LOS CIMIENTOS DEL CARISMA.....	123
3.1. De la autoestima al carisma.	124
3.2. Línea del tiempo de aprendizaje del carisma.	131
3.3. El error: la única certeza.....	135
3.4. Práctica deliberada para la perfección.	137
ENTRENAMIENTO DEL CARISMA.....	145
4.1 Herramientas básicas.....	146
4.1.1. Respiración y carisma.	146
4.1.2. Cómo usar tu cuerpo para influir en la mente.	153
4.1.3. El superpoder de la visualización.....	159
4.2. Herramientas para la Autoestima.....	173
4.2.1. Desarrolla tu autocompasión.....	173
4.2.2. Desarrolla tu autoeficacia.....	182
4.2.3. Desarrolla tu autoconfianza.....	188

4.3. Interferencias físicas y psicológicas.....	194
4.3.1. Interferencias psicológicas.....	194
4.3.1.1. 18 minutos para el éxito.....	199
4.3.1.2. Cómo afrontar situaciones difíciles.....	203
4.3.1.3. Superar la incomodidad.....	207
4.3.1.4. Inteligencia emocional 3.0.....	210
4.3.2. Interferencias físicas.....	223
4.3.2.1. La primera impresión.....	225
4.4. Potencial psicológico y físico.....	231
4.4.1. Potencial psicológico.....	231
4.4.1.1. El lenguaje del éxito.....	231
4.4.1.2. Los cimientos de la cordialidad.....	239
4.4.1.3. Calentando para los momentos clave.....	243
4.4.1.4. Toma de decisiones rápidas.....	243
4.4.2. Potencial físico.....	245
4.4.2.1. Tu voz en plena forma.....	245
4.4.2.2. Cómo mirar.....	254
4.4.2.3. La escucha activa carismática.....	258
¿Y AHORA QUÉ?	265
El momento de la verdad.....	266
Agradecimientos.....	269
Sobre el autor.....	272
Otros libros del autor.....	274
Anexos.....	281
Bibliografía y webgrafía.....	284

Sinopsis.

En la última década y media hemos trabajado con miles de entrenadores personales, en diferentes países, con el objetivo de ayudarles a poder vivir de su pasión por el fitness. Durante este tiempo, descubrimos que el éxito de los profesionales del entrenamiento personal, en cualquier parte del mundo, depende de la correcta combinación de tres elementos: **confianza, respeto y presencia**. Casualmente, **estos tres elementos conforman a su vez los pilares sobre los que se construye el carisma de cualquier persona**.

En las páginas de este libro **descubrirás herramientas específicas para desarrollar la confianza, el respeto –profesional y personal– y tu presencia –tanto física, como emocional y cognitiva–**. El trayecto que vas a recorrer durante el proceso para aumentar tu carisma dista mucho de ser lineal, en algunas ocasiones tendrás la sensación de que vuelves a un punto anterior, como si fueras avanzando y retrocediendo sin un orden específico. Nada más lejos de la realidad, el sistema está perfectamente diseñado para que aprendas y avances de la forma más efectiva posible; y es por este motivo que la organización del libro se basa en una espiral, con la que poco a poco ir consolidando lo que vas aprendiendo.

Al finalizar con éxito los diferentes ejercicios que componen el plan de entrenamiento que te proponemos, no sólo potenciarás tu carisma en el ámbito profesional –lo que te facilitará poder vivir de tu pasión–, sino que, además, **disfrutarás de los beneficios de activar tus “músculos” del carisma en tu vida personal; ayudándote a disfrutar de una vida y de unas relaciones más plenas y satisfactorias.**

Los objetivos claros: Para qué has de comprar este libro.

Vivir del entrenamiento personal es un deporte de alto rendimiento, que exige que des lo máximo de ti en cada momento.

José Luis Velasco

Si hay algo que muchas veces echo de menos cuando estoy hojeando un libro antes de comprarlo, es la posibilidad de tener claro qué es lo que quiere aportarme el autor y qué beneficio obtendré en caso de que me decida a leerlo. Imagino que esto mismo te ha pasado a ti en más de una ocasión. Por ello, quiero ser totalmente transparente sobre cuál es el objetivo fundamental que me ha guiado durante la escritura de estas páginas, y así puedas animarte de una forma mas rápida a leerlo.

Después de mucho pensarlo, finalmente he decidido elegir un único objetivo fundamental, pues, me parece que esto nos facilitará, tanto a ti como a mi, estar enfocados en cuál es nuestra meta; y así evitar que nos vayamos por las ramas y terminemos en algún lugar donde no teníamos pensado llegar. Además, me ayudará a cribar la enorme canti-

dad de material del que dispongo y centrarme en aquél que es más eficiente para tu entrenamiento en el desarrollo del carisma.

El desafío que te propongo, no es otro que ayudarte a que puedas vivir de tu pasión por el entrenamiento personal, lo que te permitirá poder presentarte ante cualquier persona como un entrenador personal profesional sin transmitir la más mínima duda. Esto sólo es posible si eres capaz de tener unos ingresos recurrentes que te den la estabilidad económica que cualquier persona necesita en esta sociedad.

De la misma manera que saber medicina y tener un título universitario en Medicina no te convierte en médico, ni saber leyes, ser grado o licenciado en Derecho tampoco te convierte en abogado; saber de entrenamiento personal, o incluso haberte titulado en Ciencias de la Actividad Física y del Deporte no te convierte en entrenador personal. **Un entrenador personal profesional es aquella persona que se gana la vida como entrenador personal. Es decir, aquella que la totalidad o la mayor parte de sus ingresos proviene del entrenamiento personal.**

Los ingresos en nuestro sector sólo tienen una forma de lograrse: la venta. Y posiblemente la manera más rápida de consolidar un sistema de ventas eficientes sea mejorar el ratio de cierre¹ que consigues después de la entrevista de valoración² o de la sesión de prueba con tu cliente potencial. Pero, seamos más específicos. Basándome en mi experiencia profesional ayudando a miles de entrenadores personales, estoy convencido de que, si sigues con disciplina, decisión y rigurosidad lo que voy a ir explicándote y pidiéndote que hagas, podrás incre-

¹ Los ratios son una manera rápida y sencilla de conocer cómo de eficientes somos con nuestra actividad de ventas. Recuerda que si algo no se mide, no se puede gestionar. Todo entrenador personal autónomo debe saber cuáles son sus ratios y debe estar continuamente enfocado en cómo mejorarlos, para convertirse en el gestor de sus resultados. El Ratio de Cierre determina el porcentaje de ventas que hemos realizado sobre el total de personas que se han presentado a la cita.

² La mayoría de entrenadores personales profesionales con los que he colaborado en diferentes países del mundo, tienen un método de trabajo muy parecido para la captación de clientes. Básicamente, lo que suelen hacer es, después de establecer contacto con el cliente potencial, se le invita a que haga una prueba del tipo de servicios que ofrece. Esta prueba puede ser desde una entrevista de valoración, a partir de la que se establecen unos objetivos, hasta una sesión completa de entrenamiento personal o en pequeño grupo de entrenamiento.

mentar tus ventas y reducir el número de personas que no renuevan su contrato contigo. Es decir, lo que te estoy proponiendo es aumentar exponencialmente tus ingresos. Suena interesante, ¿verdad?

Como eres una persona inteligente imagino que pondrás en duda lo que te he comentado en el párrafo anterior, pues puede sonar a “producto milagro”, o a un burdo “truco de magia”. Y esto me hace recordar la tercera ley de Sir Arthur Charles Clarke:

“Toda tecnología lo suficientemente avanzada es indistinguible de la magia”.

Sin embargo, de lo que estamos hablando es de aumentar tu carisma para que impacte en tus competencias para captar, fidelidad, retener y recuperar clientes.

Según vayas avanzando en las páginas del libro, iras descubriendo que la propuesta que te hago tiene un profundo fundamento científico, y cierta dosis de intuición consolidada por los hechos. Lo que en un primer momento puede parecer un planteamiento un tanto superficial, realmente tiene un trasfondo mucho más riguroso de lo que podría parecer.

Por supuesto, poco a poco apreciarás tu evolución en diferentes aspectos de tus competencias y habilidades sociales, no sólo en el aspecto profesional, sino también en el personal; pero digamos que eso son los beneficios colaterales de comprometerte seriamente con el reto de mejorar tu carisma; y que prefiero que vayas descubriendo por ti mismo, sin ningún tipo de expectativas sobre ellas.

Mi compromiso contigo es no reservarme nada de lo que sé que realmente funciona, y a cambio tan sólo pido que te des la oportunidad de aprender, poner en practica y finalmente entender los secretos del carisma. Estoy absolutamente convencido, de que el contenido de este libro te cambiará la vida, tal y como lo ha hecho ya con miles de entrenadores personales en todo el mundo. Y qué mejor manera de demostrarlo que empezando desde ya con un pequeño consejo práctico.

Un consejo para aumentar tu carisma inmediatamente y sin esfuerzo.

Ya que te has interesado por este libro, y te has tomado la molestia de leer hasta aquí, me gustaría adelantarte un pequeño ejemplo del tipo de recursos que irás aprendiendo a lo largo de él.

Una manera segura, eficaz y rápida de mejorar tu carisma, desde ya mismo, es poner en practica las siguientes 4 recomendaciones desde tu próxima conversación, ya sea con un desconocido o con un amigo de toda la vida. Lo que te propongo que hagas es lo siguiente:

- Cada vez que termines una frase, para transmitir mayor confianza en lo que dices y en porqué lo dices, debes bajar el tono de voz.
- Cuando estés escuchando a alguien atentamente, reduce la frecuencia y la rapidez con la que asientes (este es un error al que contribuyen erróneas teorías de escucha activa); e inclina ligeramente la cabeza hacia la derecha.
- Inclina tu cuerpo levemente hacia tu interlocutor. Así le enviarás un mensaje no verbal de interés por lo que te está diciendo.
- Antes de empezar a hablar, cuenta mentalmente 3 segundos. Esto te servirá para que no interrumpas a la persona con la que estás hablando, en caso de que no haya terminado; además, te ayudará a controlar el uso de muletillas del lenguaje —en caso de que las tengas—.

Más adelante te explicaré cómo llevar a cabo perfectamente estos consejos, y también aprenderás el motivo por el que funcionan. Y si tienes dudas sobre si comprar o no este libro, prueba este pequeño consejo en tu siguiente conversación, y cuando compruebes lo eficaz que es, verás como tus dudas desaparecerán por completo.

Las alternativas a este libro.

“La vida, que es ante todo lo que podemos ser, vida posible, es también y por lo mismo, decidir entre las posibilidades, lo que en efecto vamos a ser.”

José Ortega y Gasset

La mayoría de personas que leen este libro están motivadas por cierta insatisfacción profesional, ya sea porque no están alcanzando los resultados que esperaban, o porque quieren mejorar los que se habían planteado en un primer momento. Parte de estas personas, tal vez crean que el secreto de su éxito está en conocer algunas “fórmulas mágicas” que les permitan cambiar a los demás para que se conviertan en fieles seguidores de sus servicios de entrenamiento personal. Nada más lejos de la realidad.

Otra parte, un poco más conscientes de cómo funcionan las cosas en realidad, saben que el único cambio sobre el que tienen algún tipo de influencia es sobre ellos mismos. Y, por lo tanto, deben cambiarse para poder tener alguna oportunidad en su intento de seducción de los escurridizos y picardeados clientes.

Como ya conoces, este libro trata sobre cómo debes cambiar tú para modificar el comportamiento de tus clientes actuales y potenciales, y animarles, no sólo a que prueben tu manera de trabajar, sino a que sean tus fieles consumidores durante mucho tiempo.

Para llegar a este fin, el proceso de entrenamiento que te voy a proponer, al igual que cualquier otro proceso de entrenamiento verdaderamente eficaz, no será sencillo, aunque sí fácil. Empezaremos desde un visión más abstracta, en la que paso a paso iremos estableciendo sólidos conceptos que nos servirán para ir avanzando hasta cuestiones mucho más pragmáticas y de aplicación a tu vida cotidiana. En algunas ocasiones es posible que te sientas algo desconcertado haciendo, recordando o simplemente imaginándote mientras realizas alguno de los ejercicios que te voy a proponer. Al igual que en muchos otros apartados de la vida, aquellos que finalmente desarrollarán su carisma serán los que se mantengan constantes y disciplinados durante todo el proceso. Como irás comprobando a lo largo del libro, los ejercicios que debes realizar son bastante sencillos y no necesitas nada en especial para realizarlos, a excepción de un poco de voluntad. Y te aseguro que cuando llegues a la meta, la satisfacción y los resultados que lograrás te sorprenderán.

Personalmente no conozco ningún otro sistema de formación para mejorar los resultados de tu negocio de entrenamiento personal, y por lo tanto para sentirte orgullo de ti mismo, tan eficaz y eficiente como la combinación de *Entrena Tu Carisma* y *El Método Capitán PT*. Sin embargo, sí que existen otras 3 estrategias, que aplicadas en pequeñas dosis pueden tener cierta eficacia para mantener tu ego a salvo, pero, que al utilizarlas en exceso se convierten en verdaderos venenos para tu éxito y tu felicidad, tanto profesional como personal. Realmente no resuelven el problema al que te enfrentas y, además, contribuyen a mantenerlo e incluso a reforzarlo en el tiempo.

Las 3 alternativas a las que estoy haciendo referencia son:

La queja (lamentarse).

Esta es la más difundida de todas ellas para justificar que los resultados profesionales que estás alcanzando no estén a la altura de tus expectativas. Nos quejamos por todo para poder explicar la falta de clientes, que los clientes no consigan sus resultados, que no renueven su compromiso con nosotros, etcétera. Entre las quejas que más suelo escu-

char por los profesionales del fitness tenemos las siguientes: que los clientes no tienen dinero, que estamos en crisis, que el cliente realmente no estaba comprometido con su objetivo, que el cliente no era disciplinado con las indicaciones que le daba, que estaba lloviendo y por eso no ha acudido a la cita, etcétera. **Nos quejamos porque sentimos que el mundo no es justo con nosotros, que no tenemos la suerte necesaria para que nuestro negocio pueda lograr el tamaño que realmente merecemos; de que otros hayan podido montar un centro de entrenamiento sin esfuerzo, porque las circunstancias de la vida les ha permitido disponer de un dinero para hacer una inversión del que tú no dispones, etcétera.** Lo dicho, nos quejamos por todo.

El problema de la queja es que, una vez que le das la posibilidad de manifestarse en tus pensamientos, te atrapa. Es como si quedaras hipnotizado por sus argumentos y empieza a consumir todos tus recursos mentales para encontrar cada vez más pruebas que justifiquen la veracidad y pertinencia de tu queja.

La gran trampa de la queja es que es la aliada estratégica del conformismo, y enemiga de la acción para el cambio. En el momento en el que empezamos a quejarnos, inconscientemente comenzamos a construir un muro delante de nuestro objetivo. Cada queja es una línea de ladrillos. Cuando queremos darnos cuenta, hemos levantado un muro tan alto, y en apariencia tan infranqueable, que no nos queda más remedio que conformarnos con la situación que nos desagrada; y nos queda como único recurso para salvaguardar el ego, la queja por nuestra falta de fortuna.

La queja nos sirve para todo: para algo que nos sucedió hace tiempo, que nos sucede justo en este instante, e incluso para algo que prevemos nos pueda suceder en el futuro. Podemos quejarnos solos o en compañía. Con grandes aspavientos, o de manera queda e imperceptible. Y por si fuera poco, la mayoría de la veces, podremos quejarnos con razón, no tendremos que traicionar ni a la lógica, ni al sentido común, ni a la ética, ni a la estética para quejarnos. La queja es tan flexible, tan versátil, tan cómoda, que se convierte en una tentación ante la que es casi imposible no sucumbir. Especialmente si con la queja podemos echar la culpa a otro sobre nuestra situación.

Caer atrapado en las garras de la queja es, sin embargo, muy sencillo, debido a que con un pequeño esfuerzo —el de quejarnos— pode-

mos obtener un gran resultado: convertimos en la víctima de una injusticia. En el papel de víctima tenemos la posibilidad de reclamar la reparación, aunque sea moral, por el mal al que se nos ha condenado; podemos esperar el apoyo y la comprensión de todos nuestros seres queridos; y, además, evitaremos tener que arriesgarnos para enfrentarnos a nuestro reto, y así tener que exponernos a la posibilidad del fracaso.

Cuanto más esfuerzos dediquemos a la queja, más razones encontraremos para quejarnos y menos recursos dispondremos para hacer lo necesario para cambiar la situación. Y lo peor de todo, la queja nos sitúa en una posición de incapacidad, nos quejamos ante algo o alguien que tiene la “capacidad” de solucionar nuestro problema. Cada vez que nos quejamos, menos responsables y capacitados nos sentimos de ser parte de la solución. Ahora ve, y quéjate si te atreves.

La asertividad expansiva (imponer el propio criterio).

Esta forma de actuar está muy conectada con la mal entendida asertividad. Básicamente consiste en afrontar las situaciones que nos desagradan, o de las que no obtenemos los resultados que esperamos, reafirmando nuestra elección y manifestando que esa es la manera como nosotros hacemos las cosas; al que le guste, bien, y al que no, que se fastidie.

Aunque sea sorprendente, esta es una forma de actuar con la que me he encontrado en muchas ocasiones al tratar con entrenadores personales. Es más, la posibilidad de que se utilice este tipo de argumento es directamente proporcional a un mayor conocimiento técnico. Es decir, cuanto más preparado está técnicamente un entrenador personal, mayores son las posibilidades de que actúe de esta forma ante situaciones en las que no esté logrando el éxito profesional que esperaba.

Es como si la competencia y el conocimiento científico fomentase en estos individuos una especie de “*pensamiento L’Oreal*” —porque yo lo valgo—. Y una mente perfectamente flexible y permeable a las innovaciones del conocimiento científico del entrenamiento personal, se anquilosará y sufrirá de una inflexibilidad absoluta en el resto de aspectos de su negocio. Parece que estuvieran esperando a que una especie de Justicia Natural actúe, para darles la razón y asegurarles la victoria final sobre todos aquellos clientes potenciales, que fueron incapaces de reconocer su enorme talento. Da la sensación de que vivie-

ran convencidos de que el mundo les debe pleitesías y tiene que adaptarse a ellos, pues son los poseedores de la verdad absoluta.

La inteligencia emocional anestésica (inhibidor emocional para apagar nuestros deseos).

Cuando actuamos de esta manera, lo que estamos haciendo es renunciar a ser honestos con nosotros mismos, pues, nos negamos a ver —y reconocer— que la situación no está a la altura de nuestras expectativas. Es como si nos pusiéramos una venda en los ojos que nos sirve para no prestar atención a lo que nos incomoda.

En los cimientos de esta manera de comportarse está el temor al conflicto, que posiblemente surgirá si tratamos de conseguir aquello que deseamos. Preferimos reprimir nuestros sueños por “el bien común”. Tememos que enfrentarnos a los otros suponga que dejen de “querernos” y terminemos solos. Es una especie de “empatía implosiva”, donde utilizamos las emociones que percibimos en los demás para justificar nuestro propio autosabotaje, como un ejercicio de sacrificio por el bien del otro o de la relación, por encima del nuestro.

Este tipo de comportamiento suele ser uno de los errores más letales para la gestión de la agenda del entrenador personal —que por otro lado, es la columna vertebral para el éxito de su negocio—. El entrenador personal se resiste a tener las conversaciones necesarias con los clientes, para prevenir o reconducir el exceso de cancelaciones y cambios en el último momento de sesiones de entrenamiento. Teme que si plantea de forma directa este asunto, los clientes potenciales no contratarán sus servicios, y los que ya lo han contratado se sentirán molestos y no continuarán con él. Paradójicamente, no atajar este tipo de situaciones, conlleva que antes o después el negocio se resienta muy negativamente.

Entrenar tu carisma es una de las pocas herramientas que conozco realmente útiles para no caer en la trampa de estas tres estrategias traidoras, que en vez de solucionar el problema al que nos enfrentamos lo que hacen es complicarlo cada vez más cuanto más las utilizamos.

Párate a pensar por unos instantes, cuántas veces has utilizado estas falsas estrategias —la queja, imponer el propio criterio y hacer como que todo va bien—, y cuáles han sido los resultados que has logrado. Y ahora pregúntate si crees que tu futuro como entrenador per-

sonal mejorará o empeorará si las sigues utilizando cada vez que te enfrentes a un problema. Si crees que tu futuro profesional empeorará si continuas utilizando estas tres pérdidas estrategias, sigue leyendo y descubrirás una forma más eficiente de afrontar tus retos.

Es evidente que nos es imposible cambiar el comportamiento de los demás, y la única oportunidad que tenemos de conseguir nuestros sueños es cambiarnos a nosotros mismos. Al cambiarnos a nosotros, interactuaremos con los demás de una forma diferente a cómo lo hemos hecho hasta ahora, e inevitablemente tendremos resultados diferentes. Si somos capaces de cambiarnos para reaccionar de la manera adecuada, y así solucionar los problemas, estaremos en el camino adecuado. De esto trata este libro.

Las 3 características fundamentales del Entrenador Personal.

“Es un deber del hombre el emprender la conquista de su personalidad; es menester que su desarrollo sea su obra propia.”

Pierre-Simon Ballanche

Cualquiera que tenga cierta experiencia en el sector de la actividad física y del deporte, puede constatar el aumento del interés que se vive en nuestra sociedad sobre todo lo concerniente al entrenamiento personal. Cada vez que cuento a alguien que parte de mi bagaje profesional está vinculado al mundo del entrenamiento personal, en algún momento de la conversación antes o después, se repite de manera casi inevitable la misma pregunta:—*¿Y cómo puedo saber si un entrenador personal es bueno o no?*—.

A lo largo del tiempo mi respuesta a esta pregunta ha ido perfeccionándose, haciéndose cada vez más precisa. Hace años necesitaba bastante tiempo para poder definir una serie de competencias con las que tratar de establecer el perfil del entrenador personal ideal. Como es lógico, después de los primeros minutos de mi disertación, la atención

de mi incauto interlocutor se extraviaba, y yo perdía una magnífica oportunidad para incrementar su interés por el entrenamiento personal y aumentar las posibilidades de negocio del sector.

Afortunadamente, con el paso del tiempo se ha producido un aumento de mis conocimientos y de mi experiencia, y ahora apenas necesito unos pocos segundos para poder dar respuesta a esta pregunta; y así poder encauzar la conversación de una manera mucho más dinámica, interesante y productiva.

La respuesta viene a ser algo parecido a la siguiente:

*—Para poder hacerte una idea de si estás ante un buen entrenador personal, desde mi punto de vista, básicamente tienes que tener en cuenta tres rasgos: **confianza**, **respeto** y **presencia**—. Miro fijamente a la persona, a la vez que sonrío, y continúo.*

—Simplificándolo mucho, la confianza podemos vincularla con la conexión personal que tienes con esa persona. El respeto, por el contrario, va más aparejado al nivel de competencia profesional que le atribuyes. Y, por último, la presencia sería la sensación que tienes de si ese entrenador personal está totalmente comprometido contigo para ayudarte a alcanzar tus objetivos—.

En este momento suelo hacer una breve pausa para que la persona asimile la respuesta que acabo de darle. Y antes de que pueda articular palabra digo:

—Seguro que te estás preguntado, de qué manera puedes saber si el susodicho entrenador personal reúne estas características de confianza, respeto y presencia. Pues es muy sencillo. Tan sólo tienes que hacerte tres preguntas para poder determinar qué es lo que te dice tu intuición—.

Como imaginarás este es otro fantástico momento para hacer una pequeña pausa, volver a sonreír y mirar directamente a los ojos de la persona.

—La primera pregunta es para determinar el nivel de confianza que el personal trainer me ha transmitido: ¿es una persona con la que me gustaría pasar tiempo? Si la respuesta es sí, vamos por buen camino. La segunda pregunta está destinada a la percepción de respeto: ¿esta persona puede ayudarme a alcanzar mis objetivos? Y la tercera pregunta es con la que nos haremos una idea del nivel de presencia:

¿Me presta su total atención cuando interactúa conmigo o, a veces, parece que se distrae?—.

Una nueva pausa con sonrisa incluida.

—Evidentemente, dependiendo de los rasgos de cada persona, en el entrenador personal deberá primar más la confianza, el respeto o la presencia—.

A partir de este punto la conversación puede desviarse hacia cualquier otro tema, lo que suele suceder cuando el interés por lo que hago era una simple cuestión de cortesía, o podemos profundizar más en el mundo de los entrenadores personales.

Lo bueno es enemigo de lo excelente.

Como es lógico, el abanico de personas que se interesan por este tipo de cuestiones es bastante amplio. Sin embargo, podemos reducirlo a tres grupos básicos: los posibles clientes de entrenamiento personal, los empresarios de empresas de entrenamiento personal y los profesionales del entrenamiento personal —y/o aquellos que desean serlo—. Veamos con un poco de detalle cuáles son los intereses que empujan a las personas que se integran en cada uno de los tres grupos a interesarse por mis conclusiones.

Empecemos por el principio. A pesar de lo que nos pueda parecer a primera impresión, especialmente cuando analizamos con un poco de detenimiento el nivel técnico de muchos de los supuestos *gurús* del fitness en las redes sociales, la cultura deportiva en la mayoría de países va aumentando paulatinamente desde hace varios años. Esto conlleva que la exigencia del consumidor hacia el servicio que recibe por parte del entrenador sea cada vez mayor.

Sin embargo, el principal error que cometen los entrenadores personales profesionales, es creer que la calidad del servicio que los clientes buscan se satisface simplemente con unos buenos conocimientos técnicos. Como ya te conté en el libro *“El Método Capitán PT”*, la capacidad técnica apenas supone el 20% de los requisitos necesarios para poder vivir del entrenamiento personal. Y el que un entrenador personal no sea plenamente consciente de esto es la principal causa de su fracaso profesional en el medio y largo plazo. Muchos son los clientes que huyen de los entrenadores personales obsesionados con la téc-

nica, pero que descuidan el resto de aspectos claves para lograr la adherencia de aquéllos al ejercicio y, por ende, a alcanzar sus objetivos.

Este es el principal motivo por el que los entrenadores profesionales se interesan por esta cuestión y terminan poniéndose en contacto conmigo. Pues, van mal viviendo de su profesión sin terminar de consolidar su negocio y de lograr cierta estabilidad económica, que les permita no sólo vivir con un mayor desahogo, sino, especialmente, tener la sensación de que son ellos los que controlan su futuro profesional y no el azar.

En resumen, nos enfrentamos a un cliente cada vez más formado, informado y exigente, que demanda del entrenador personal no sólo unos sólidos conocimientos técnicos, sino que además sea capaz de superar sus expectativas en cuanto a la calidad del servicio global de entrenamiento personal. Y no debemos olvidar que dichas expectativas, no vienen determinadas por la media de nuestro sector —que está muy por debajo de lo deseable—, al contrario, se establecen por el conjunto de experiencias que el consumidor tiene como tal al relacionarse con la totalidad de productos y servicios que encuentra a su disposición en el mercado.

Por otro lado, los empresarios del sector de la actividad física y del deporte, especialmente aquellos que tienen instalaciones deportivas en las que prestan el servicio de entrenamiento personal, son cada vez más conscientes de la necesidad de tener un equipo muy profesionalizado que satisfaga las necesidades de los clientes que hemos visto con antelación. Esto hace que deban ser extremadamente rigurosos a la hora de contratar a un entrenador personal, pues, debido al fuerte vínculo que deben desarrollar con los clientes —a través de una intensa relación de confianza—, no pueden permitirse equivocarse en la selección.

Alguien me contó hace años que la confianza es como pequeña taza de porcelana, que una vez que se rompe, por muy bien que trates de recomponerla —pegarla—, nunca volverá a ser como antes. La mayoría de las veces, la taza que se rompe, tras repararla, pierde gran parte de la belleza y de la armonía que tenía antes del accidente. Son muy

pocos los “maestros del *kintsukuroi*³ de las relaciones humanas” capaces de aumentar la intensidad de la relación, después de haberla hecho saltar en añicos. Es por esta dificultad a la hora de reparar la confianza defraudada, por lo que últimamente está aumentando el número de empresarios con los que me encuentro que han decidido eliminar el servicio de entrenamiento personal por no poder asegurar un producto de calidad. Lo que es una prueba más de la fantástica oportunidad que los buenos profesionales tienen de poder construir un negocio muy rentable, sólido y estable si hacen aquello que deben hacer.

Por último, el grupo con el que más contacto tengo es el de los entrenadores personales. Cada vez son más aquellos que, como tú, entienden que su futuro pasa por dejar de ser buenos entrenadores personales y convertirse en excelentes. Parafraseando a Jin Collins —en su obra *“Good to Great”* (traducida al español como *“Empresas que sobresalen”*)—, “lo bueno es enemigo de lo excelente”; lo que explica porqué tantos buenos entrenadores no logran ser excelentes, al conformarse con ser simplemente buenos. Sin embargo, el ansia de una mayor calidad en el servicio a los clientes es tan voraz que día a día aumenta su exigencia. Cada vez son menos los que se conforman con lo bueno y la inmensa mayoría exigen lo excelente.

Como te demostraré en este libro, la excelencia de un entrenador personal está más allá de los conocimientos técnicos. Para lograrla, hay que entrenar y desarrollar cada uno de los tres pilares sobre los que se construye el carisma: la presencia, el respeto y la confianza.

Al igual que tú, son muchísimos los entrenadores personales que han leído, están leyendo o leerán este libro. Seguramente, la mayoría de ellos no completarán el entrenamiento con la constancia necesaria; y serán sólo unos pocos los que se tomen su desarrollo del carisma en serio. Aún así, este pequeño porcentaje ya supone un gran número de profesionales ofreciendo un servicio de entrenamiento personal excelente. Ellos son los que, poco a poco, aumentan la calidad de su pro-

³ El *kintsukuroi* (del japonés: reparación de oro) es una técnica japonesa para arreglar cerámica con un barniz de resina al que se mezcla con polvo de oro, plata o platino. Este arte es parte de una filosofía que entiende que las roturas y su reparación son parte de la vida del objeto y revelan su exclusividad. En vez de esconderse, deben mostrarse realzándolas de tal manera que la belleza de la cerámica se realce con los avatares de su propia historia.

ducto, y con ello las expectativas de los clientes. Si tú no eres uno de ellos, sencillamente, estás en problemas.

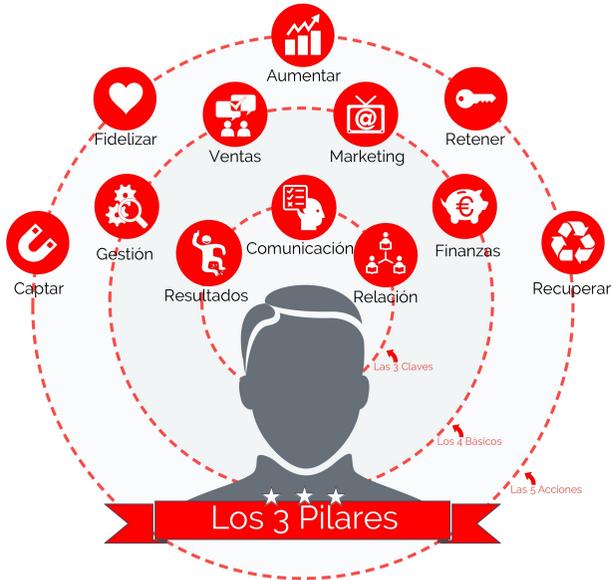
Así que, ¿de qué lado quieres estar, del de los buenos o del de los excelentes?

El Método Capitán PT.

En el apartado anterior me tomé la libertad de mencionar mi libro *“El Método Capitán PT”*, y a pesar de que, si eres entrenador personal profesional, es muy probable que ya lo hayas leído; permíteme que haga un muy breve resumen de cuáles son los fundamentos del método para que aquellos que todavía no lo conocen se puedan hacer una idea de en qué consiste.

El Método Capitán PT se fundamenta en Tres Pilares, sobre los que se desarrollan una serie de competencias, de comportamientos y de procesos necesarios para el éxito de cualquier negocio de entrenamiento personal o de profesionales de la vida saludable; ya sea éste, el de un profesional autónomo, o el de una empresa con decenas de entrenadores personales contratados.

Los Tres Pilares de **El Método Capitán PT** son: las Tres Claves, los Cuatro Básicos y las Cinco Acciones.



Las Tres Claves.

Se centran en el desarrollo y maximización de las herramientas, habilidades y conocimientos que ha de poseer todo Entrenador Personal, para llegar a ser un profesional con altos niveles de calidad y, por lo tanto, de resultados. La finalidad de las Tres Claves es garantizar que, como Entrenador Personal, logres que tu cliente alcance el objetivo que se ha planteado, en el tiempo y con los recursos establecidos.

Las Tres Claves actúan sobre el cliente, y se fundamentan en las competencias del Entrenador Personal.

Las Tres Claves son: Resultados, Comunicación y Relación.

En Resultados nos centraremos en el diseño de la propuesta de valor adecuada a tu cliente ideal, para lo que necesitas saber quién es éste y viceversa.

Descubrirás una herramienta básica de comunicación que te permitirá aumentar tu eficacia y tu productividad como entrenador personal. (Comunicación por colores).

Aprenderás a construir relaciones sólidas con tus clientes, para hacerlas duraderas y rentables.

Los Cuatro Básicos.

Con ellos, en tu función de entrenador personal, podrás crear e implementar un modelo de negocio, perfectamente engranado para ser rentable, en un tiempo breve, con una inversión mínima, y mantener esta rentabilidad de forma permanente.

Los Cuatro Básicos actúan sobre el negocio, y se fundamentan en los procesos que has de llevar a cabo como Entrenador Personal.

Los Cuatro Básicos son: Gestión, Ventas, Marketing y Finanzas.

Las Cinco Acciones.

Están diseñadas para hacer que tu negocio de entrenador personal esté continuamente enfocado hacia los ingresos, asegurándote el continuo flujo de dinero, necesario para la viabilidad de tu negocio.

Las Cinco Acciones actúan sobre el Entrenador Personal, y se fundamentan en los comportamientos que has de desarrollar cómo tal.

Las Cinco Acciones son: Captar, Fidelizar, Aumentar, Retener y Recuperar.

El Método Capitán PT y el Carisma.

Es evidente que el desarrollo del carisma impacta de manera directa en los tres pilares que componen **El Método Capitán PT**. Sin embargo, debido a la especial conexión que tiene con el desarrollo del propio entrenador personal, su lugar óptimo de ubicación es dentro de **las Tres Claves**. Así que, será mucho más fácil de integrar los ejercicios de entrenamiento de los elementos que componen el carisma — confianza, respeto y presencia— cuando estemos trabajando para la mejora de los resultados, la comunicación y la relación. Aunque ello no quita, que podamos integrarlo en cualquiera de los otros dos pilares.

Al unificar el trabajo con **El Método Capitán PT** y con el carisma lo que he podido apreciar es que el desarrollo de los entrenadores personales es mucho más rápido que al hacerlo por separado; puesto que, con un mismo ejercicio, estamos impactando a la vez tanto en la parte de negocio puramente dicha, como en la capacidades y competencias de la persona. Incluso el aprendizaje entrelazado de los diferentes conceptos facilitan la asimilación tanto en el aspecto cognitivo, como en el emocional y en el físico.

1

UNA CUESTIÓN DE CARISMA

1.1. ¿Qué es el carisma?

“El verdadero secreto del carisma es lograr que cada persona que conoces tenga la sensación de que, cuando hablan contigo, captan tu atención por completo.”

Nick Vujicic

Es una solución muy manida, la de empezar a definir un tema sobre el que se va a hablar con profundidad recurriendo a la definición del Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española (RAE). Sin embargo, es una manera muy efectiva de situarnos en un punto de partida común, para posteriormente andar el camino hacia un conocimiento mucho más amplio.

En el caso del carisma la definición de la RAE es la siguiente:

“1. m. Especial capacidad de algunas personas para atraer o fascinar.”

Y por ver otras acepciones, si lo buscamos en Google, la definición que encontramos es:

“Cualidad o don natural que tiene una persona para atraer a los demás por su presencia, su palabra o su personalidad.”

Si diéramos por buenas estas definiciones de lo que es el carisma, estaríamos cometiendo un error, y aceptando como válidos unos axiomas que están en contra de la realidad de los hechos; pues tanto en el caso de la RAE, como en el de Google, nos dan a entender que la persona con carisma es una especie de imán para el resto de seres humanos. Y que, con su simple presencia consigue que los demás se interesen en ellos y convertirse en el centro de atención. Da la sensación de que quien goza de este don adopta una actitud pasiva, y que su magnetismo natural se encarga de hacer el resto.

Después de haber estudiado a muchas de las persona más carismáticas de las últimas décadas, y tras investigar bastante de la literatura publicada sobre el tema, mi conclusión es que el carisma, al igual que lo que opina Olivia Fox Cabane⁴, lejos de ser una consecuencia de un comportamiento pasivo, es una cualidad que puede construirse desde la acción consciente, voluntaria y trabajada. La persona carismática debe esforzarse por serlo, y realizar continuamente una serie de comportamientos que le aseguren que puede mantener su halo carismático por mucho tiempo.

El problema de que se cometan estos deslices en determinadas definiciones tiene una importancia mucho mayor que la simple anécdota. Si somos conscientes de que las personas nos convertimos en lo que pensamos, y que básicamente pensamos con las palabras, al modificar las palabras, cambiamos el pensamiento y con ello la realidad que podemos construir. Es decir, al prostituir el lenguaje, corrompemos la realidad.

Aunque esta forma de entender el carisma pueda parecer novedosa, no es más que una manera de ser coherente con la fuerza de los hechos, e incluso con la verdad que se esconde en la etimología de la propia palabra. Tal y como indica la propia RAE, la etimología de “carisma” es la siguiente:

⁴ Autora del libro “El Mito del Carisma”, y cuyo trabajo es una gran inspiración para esta obra.

Del latín tardío charisma, y éste del griego χάρισμα chárisma, derivado de χαρίζεσθαι charízesthai 'agradar', 'hacer favores'.

Queda claro que carisma proviene de “agradar” y de “hacer favores”, motivo por el cuál, la propuesta de definición alternativa que voy a presentarte en breve no es una elección caprichosa, sino la consecuencia lógica del seguir las normas básicas del sentido común y de la funcionalidad práctica.

Desde esta posición, podemos asumir, sin la más mínima duda a equivocarnos, que el carisma puede ser consecuencia de una acción premeditada, de un esfuerzo por dar valor a nuestro interlocutor y de fomentar su deseo de tenernos dentro de su círculo de contactos.

Después de ver todo lo anterior, estamos en disposición de definir el carisma, para el fin que pretendemos con este libro, como:

La capacidad de una persona para lograr, de manera premeditada, que otra quiera pasar tiempo en su compañía.

Como es lógico debemos entender “compañía” en un sentido amplio y adaptado a nuestra realidad social, inundada de interacciones a través de redes sociales y un sin fin de aplicaciones móviles, ya sea en persona o virtualmente; en directo o en “diferido”, etcétera.

Al aceptar esta definición, asumimos como cierto que el carisma no está vinculado al “ser” de la persona, si no a su “hacer”. El carismático no lo es por sus atributos personales y/o naturales, sino por su hechos, por su puesta premeditada en acción. Y con ello, aceptamos que cualquier persona puede ser carismática, ya que para serlo sólo es necesario que se comporte de manera carismática. En los siguientes capítulos te enseñaré cuáles son algunos de los comportamientos más sencillos y útiles para convertirte en un individuo carismático.

Otra consecuencia de esta definición, es que el carisma puede activarse y desactivarse en la persona, lo que dependerá de si actúa para generar carisma o no. El carisma así entendido, no es una cualidad que se alcance una vez, y ya la tengamos para siempre; todo lo contrario, tendremos que esforzarnos en comportarnos de la manera adecuada para lograr tener encendido el halo del carisma en aquellos momentos en los que nos sea útil y necesario.

1.2. El error de la extroversión y el carisma.

“Lo peor no es cometer un error, sino tratar de justificarlo, en vez de aprovecharlo como aviso providencial de nuestra ligereza o ignorancia.”

Santiago Ramón y Cajal

Uno de los errores más comunes que solemos cometer a la hora de tratar de entender qué hace a una persona ser carismática, y qué es el carisma, es creer que éste tiene una gran relación con la extroversión. Es decir, que una persona extrovertida tiene más probabilidades de ser carismática que una que no lo es. Esta creencia errónea es consecuencia, en parte, de la deficiente definición que tanto la RAE, como Google usan; y que gran parte de las obras literarias, cinematográficas, etcétera, también utilizan para caracterizar las conductas carismáticas.

Si la relación entre extroversión y carisma fuera tan evidente como parece sería fácilmente comprobable científicamente. Bastaría con buscar algún perfil profesional en el que el carisma fuera fundamental para conseguir un alto desempeño, y comprobar que los individuos con

mejores resultados –los más carismáticos– tienen unos rasgos marcados de extroversión.

Sin duda alguna, una de las profesiones en las que ser una persona carismática mayor impacto puede tener es en la de comercial. Especialmente cuando la venta debe hacerse en una única sesión para la que no se cuenta demasiado tiempo. (Imagino que estarás pensando en la figura del entrenador personal, que en apenas una hora debe convencer a su cliente potencial para que contrate sus servicios). Si realmente esto fuera así, los mejores vendedores en el sector del fitness tendrían que ser personas extrovertidas. Y esta fue una de las hipótesis que tratamos de confirmar en un estudio en el que tuve el privilegio de participar hace unos años, cuando en Fitness First tratamos de determinar cuál era el perfil ideal de los profesionales del fitness en general y de los vendedores de fitness en particular. Para ello analizamos a los 1.000 profesionales con mejores resultados de la empresa, e hicimos mayor hincapié en el perfil de los 40 vendedores de fitness con más éxito en todo el mundo.

El resultado de este último grupo no nos sirvió para mucho, pues el porcentaje de introvertidos y de extrovertidos era prácticamente el mismo. Sin embargo, dentro de los 1.000 profesionales, el número de extrovertidos era sensiblemente mayor al de introvertidos, como cualquiera que conozca el sector del fitness puede apreciar. Así que, al combinar ambos resultados llegué a la conclusión de que, en un sector donde los extrovertidos son mayoría, entre los 40 mejores vendedores del mundo, esa preponderancia de los extrovertidos había desaparecido. Esto significaba que los introvertidos contaban con cierta ventaja para las ventas... lo que era totalmente contraintuitivo para mí.

Lamentablemente, la compañía no estaba en disposición de invertir más fondos en este tipo de investigaciones, y no pude profundizar mucho sobre el asunto. Sin embargo, investigadores profesionales sí que han estudiado con detalle esta cuestión, dotándonos de una información muy valiosa para fin que perseguimos. Como muestra, vamos a echar un vistazo a un par de ellos; uno de Adam M. Grant, (*Wharton School - University of Pennsylvania*), y otro de Steve W. Martin (*Mars-hall School of Business - University of Southern California*), quien es uno de los mayores especialistas mundiales sobre el uso del lenguaje de los vendedores y los clientes en la toma de decisiones de compra.

El estudio del profesor Grant se titula “*Rethinking of Extraverted Sales Ideal*”, y en él estudió a más de 300 vendedores profesionales durante más de 3 meses para determinar qué rasgo es el que determina el éxito en las ventas. La conclusión a la que llega en el estudio es que los vendedores ambivertidos o versátiles (aquellos capaces de comportarse de una manera extrovertida o introvertida dependiendo de lo que sea más conveniente en cada momento, de acuerdo a la situación o al perfil del cliente que tienen delante) vendieron un 24% más que los vendedores introvertidos y un 32% más que los vendedores extrovertidos. Es decir, los introvertidos vendieron un 8% más que los extrovertidos.

El profesor Martin, en su estudio “*The Personality Attributes of 1,000 Top Salespeople*” y cuyas conclusiones publicó en la *Harvard Business Review*, con el título “*Seven Personality Traits of Top Salespeople*”⁵ explicaba que durante la última década había entrevistado miles de los mejores vendedores de las principales compañías del mundo. Además había hecho test de personalidad a 1.000 de ellas. Su objetivo era evaluar los rasgos principales de su personalidad (apertura, conciencia, extroversión, simpatía y emocionalidad negativa), con el fin de comprender mejor las características que los hacía destacar sobre el resto de comerciales.

Se organizó a los comerciales en tres grupos, dependiendo de los resultados obtenidos con sus ventas: alto desempeño, desempeño promedio y bajo desempeño. Los resultados de las pruebas de los que obtuvieron mejores resultados se compararon con los de los otros dos grupos. Las conclusiones del estudio ponen de manifiesto que los rasgos clave de la personalidad influyen directamente en el estilo de venta de los mejores vendedores (alto desempeño) y, en última instancia, en su éxito.

Estos rasgos clave de la personalidad de los mejores comerciales son:

- **La modestia.** Contrariamente a los estereotipos convencionales de que los vendedores exitosos son agresivos y egoístas, el 91% de los mejores vendedores tenía puntuaciones medias y altas de modestia y humildad. Además, los resultados sugieren que los vendedores mas lanzados pierden más clientes de los que ganan.

⁵ Puedes encontrar el estudio en: <https://hbr.org/2011/06/the-seven-personality-traits-o>

- **La conciencia.** El 85% de los mejores vendedores tenían altos niveles de conciencia, por lo que podrían describirse como individuos con un fuerte sentido del deber y de la responsabilidad, además de ser dignos de confianza. Estos vendedores se toman su trabajo muy en serio y se sienten profundamente responsables de los resultados que alcanzan.

- **Orientación a objetivos.** El 84% de los mejores empleados evaluados obtuvieron una puntuación muy alta en la orientación a objetivos. Están obsesionados con el logro de los objetivos y miden continuamente su desempeño en comparación con éstos.

- **Curiosidad.** La curiosidad se puede describir como el hambre de conocimiento e información de una persona. El 82% de los mejores vendedores obtuvieron niveles de curiosidad extremadamente altos. Los mejores vendedores son naturalmente más curiosos que sus compañeros de menor rendimiento.

- **Falta de sociabilidad.** Una de las diferencias más sorprendentes entre los mejores vendedores y los que se obtuvieron peores resultado es su nivel de sociabilidad (preferencia por estar con la gente y la amistad). En general, los de mejor desempeño son un 30% por ciento menos sociables que los vendedores con peores resultados (es decir, los peores vendedores son más sociables).

Según Martin, la sociabilidad impacta en la dominancia (la capacidad de obtener la obediencia voluntaria de los clientes, de manera que se sigan las recomendaciones y los consejos del vendedor). Los resultados indican que los vendedores muy sociables están demasiado conectados con sus clientes y tienen dificultades para establecer la dominancia.

- **Falta de desaliento.** El 90% de los mejores vendedores manifestó que experimentaban tristeza de forma poco frecuente u ocasional.

Esta característica impacta en su nivel de competitividad. Un porcentaje muy alto de los mejores vendedores practicaban deportes de competición en secundaria. Parece que hay una correlación entre los deportes y el éxito en las ventas, ya que los mejores vendedores son capaces de manejar las decepciones emocionales, recuperarse de las pérdidas y prepararse mentalmente para la próxima oportunidad de competir.

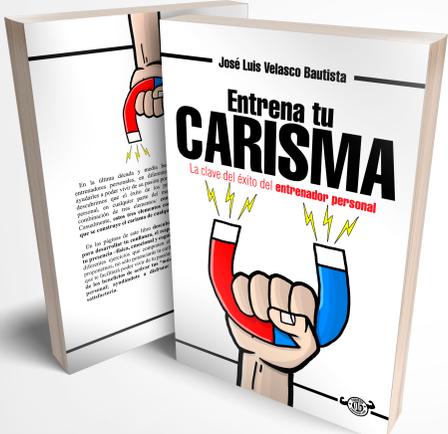
- **Falta de autoconciencia mal gestionada.** La autoconciencia nos puede servir de medida de cuán fácilmente se avergüenza a alguien. Un alto nivel de autoconciencia mal gestionada es la timidez y la inhibición. Menos del cinco por ciento de los mejores empleados tenían altos niveles de autoconciencia mal gestionada.

Una buena autoconciencia impacta en el nivel de agresividad. Los mejores vendedores se sienten cómodos luchando por su causa y afrontando las objeciones, e incluso las quejas de los clientes. Están orientados a la acción y no tienen miedo ponerse en contacto con sus clientes y con los clientes potenciales.

Resulta interesante comprobar que el perfil de los mejores vendedores tiende algo más hacia la introversión que hacia la extroversión. De hecho, tal y como manifiesta el propio profesor Martin, los rasgos que buscaba en un primer momento como definitorios de los mejores vendedores tenían un claro sesgo hacia la extroversión (apertura, conciencia, extroversión, simpatía y emocionalidad negativa); sin embargo, los hechos terminaron imponiéndose.

Seamos sinceros, si me pidieran que adivinara si tú, querido lector, tienes una mayor tendencia a la introversión o a la extroversión, sin dudar me decantaría por la primera opción. ¿Por qué? Pues, porque la lectura, y en especial un libro como este, suele durar poco en las manos de un extrovertido; así que, si has llegado hasta aquí, es porque o te interesa mucho el tema del que estamos hablando, o porque tienes cierta tendencia a la introversión y al conocimiento. Tanto si he acertado, como si no; el tema de la introversión es un tema sobre el que te vendrá fenomenal ampliar tus conocimientos, puesto que gran parte de los clientes de entrenamiento personal tienen tendencias introvertidas. Por ello, te recomiendo que leas las obras de dos de las más reconocidas autoras que sobre el tema hay en la actualidad: Sylvia Löhken y Susan Cain (puedes encontrar algunos de sus libros en la bibliografía).

Entrena tu Carisma



~~9'99 €~~

Ahorra* un

50%

si lo reservas antes del
30 de enero de 2020

Disponible en
amazon

*solo en la versión ebook

www.capitanpt.com

<https://amzn.to/2s6XcJp>