

MANUAL DEL PARTICIPANTE

Curso-Taller  
**TÉCNICAS DE VENTAS**  
Programa para Profesionales

CONTIENE:

1era. PARTE

“Los Componentes de la Venta”

2da. PARTE

“El Proceso de Ventas”

3era. PARTE

“Programa de Superación Personal”

# CURSO-TALLER TÉCNICAS DE VENTAS Programa para Profesionales

---

## DEDICATORIA

Dedicado a todos los profesionales de todas las ramas, y a todas aquellas personas con deseos de superación que quieran mejorar sus condiciones de vida, las de sus familias, empresas, organizaciones, ciudades y países, y que tienen en común hablar el idioma español.

**¡DESEAMOS QUE ESTE CURSO-TALLER LES AYUDE  
A LOGRAR MUCHOS DE SUS SUEÑOS!**

Sinceramente y con afecto,

Todo el personal involucrado en este curso-taller.

---

## INTRODUCCIÓN

**¡QUE TAL COMO ESTÁ!**

Estamos a punto de iniciar este curso-taller sobre técnicas profesionales de ventas.

Les aseguro que después de verlo, después de estudiarlo y por supuesto desde el momento que lo pongan en práctica, van a ver ustedes un asombroso progreso en sus ventas. ¿Ventas de qué?, de lo que sea.

No importa que es lo que usted venda lo importante es la técnica y la técnica siempre es la misma.

El curso esta diseñado en español y pensado de acuerdo a las características de los países latinoamericanos, esta es una de las principales razones por las que usted lo encontrará útil.

## ESTE CURSO-TALLER CONSTA DE TRES PARTES:

La **PRIMERA PARTE** contiene las componentes de la venta, es decir técnicas que usted debe dominar, que usted debe conocer acerca del vendedor, del cliente y del producto o servicio que ofrece.

### 1ra. PARTE: LOS COMPONENTES DE LA VENTA

- ❖ Ventas la profesión del éxito.
- ❖ Los cuatro conocimientos básicos del vendedor.
- ❖ Organización del vendedor.

---

La **SEGUNDA PARTE** trata sobre las técnicas a utilizar durante el proceso de ventas, desde como localizar a un cliente potencial hasta como relacionarse con él y más aún como seguirle vendiendo.

### 2da. PARTE: EL PROCESO DE VENTAS

- ❖ Técnicas de prospección.
- ❖ Presentación de ventas.
- ❖ Técnicas para el manejo de objeciones.
- ❖ Técnicas de cierre.
- ❖ Postventa.

---

Un ingrediente básico para el éxito en las ventas es el aspecto anímico del vendedor.

En la **TERCERA PARTE** encontrará un programa de auto-ayuda que incrementará esos deseos por vender, de ganar, y como consecuencia obtener magníficos resultados.

### 3ra. PARTE: PROGRAMA DE SUPERACIÓN PERSONAL

- ❖ Cómo hacer tus sueños realidad.
- ❖ 10 pasos para la auto-superación personal.
- ❖ Frases que inspiran.

La venta ha sido una actividad eminentemente empírica, práctica e intuitiva durante siglos y ahora está viviendo sus últimas etapas como tal, ya que se inicia simultáneamente en diversos países y continentes su período indiscutible de ciencia.

Existen muchas ventajas al incursionar en el campo de las ventas como por ejemplo: el tiempo, puesto que el propio vendedor es su propio jefe y él mismo es el que decide como ocupar su tiempo, como debe utilizar su tiempo, como debe trabajar y cuanto quiere ganar.

**ES DECIR, QUE UN VENDEDOR POSEE INDEPENDENCIA.  
LA PROFESIÓN DE VENDEDOR ES LA MÁS RENTABLE.**

Con las ventas una persona si tiene satisfacciones, porque es difícil encontrar otra profesión en donde el trabajo y los resultados estén tan ligados.

Además cada día, miras los resultados y cada venta es una motivación más, que te alienta y te da seguridad.

Estas y otras razones confirman los alcances y las satisfacciones que pueden tener tanto en lo económico como en lo emocional, las ventas.

Hay muchas personas que han tomado este camino por necesidad o por mantenerse mientras estudian, hay quienes lo hacen por diversión o tal vez por que no creen poder hacer otra cosa, pero solo tienen éxito aquellos que **toman las ventas como su profesión.**

Si usted empieza esta profesión, tome ánimo puesto que empieza una aventura que les aseguro traerá maravillosas experiencias.

**PERO SOLO SI LA TOMA COMO SU PROFESIÓN,  
COMO LA PROFESIÓN DEL ÉXITO.**

Y aquellas personas que ya tienen tiempo en ventas también las invitamos a tomar nuevos ánimos, ya que les aseguro que este programa les ayudará a obtener mejores resultados.

**¿Y USTED PORQUÉ NO SE HA DEDICADO A LAS VENTAS?**

**“DESCUBRA COMO ESTE CURSO-TALLER ES UNA  
HERRAMIENTA MUY ÚTIL PARA SU PROFESIÓN”**

# PARTE No. 1

## LOS COMPONENTES DE LA VENTA

### 1. VENTAS LA PROFESIÓN DEL ÉXITO

#### 1.1 IMPORTANCIA:

La venta final ha llegado a ser la medida del éxito de toda empresa, desde la mina o la granja, a la oficina de viajes. La venta es el estímulo para los descubrimientos e investigaciones, para la eficiencia de la producción, es el móvil que gobierna toda la economía.

#### 1.2 LA VENTA COMO PROFESIÓN:

La venta. Actividad eminentemente empírica, práctica e intuitiva durante siglos, está viviendo sus últimas etapas como tal y se inicia ya simultáneamente en países y continentes diversos, su período indiscutible de ciencia.

#### 1.3 LA PROFESIÓN DEL ÉXITO, ¿POR QUÉ?:

##### **A. Acceso a buenos ingresos.**

Cualquier vendedor puede ganar tanto o más que cualquier otro profesional llámese médico, dentista, abogado, etc., y aún en otra profesión, mucha parte de su éxito se debe a la **habilidad para vender**, así un arquitecto que no sabe vender sus servicios aunque estos sean de buena calidad no obtiene el mismo resultado que aquel que es arquitecto, pero que sabe vender.

##### **B. Independencia.**

El VENDEDOR es su PROPIO JEFE, el se ORGANIZA; sus horarios son generalmente FLEXIBLES y el DECIDE como debe OCUPAR SU TIEMPO, como prefiere TRABAJAR y CUANTO desea GANAR.

### **C. Siempre hay trabajo.**

A donde vayas, donde te encuentres, **si tu sabes vender** donde quiera **encontrarás trabajo**. No puede haber vendedor desempleado.

Ahora que la crisis afecta a la mayoría de nuestros países, el desempleo en muchas profesiones está presente, este no es el caso del vendedor. Aquí no puede haber temor a quedarse sin empleo.

### **D. Satisfacción.**

Es difícil encontrar otra profesión en donde **resultados y trabajo estén tan ligados**.

Muchas personas trabajan horas y horas en trabajos rutinarios y nunca llegan a saber qué resultados se están logrando con lo que hace.

El vendedor cada día mira los resultados de lo que hace.

### **E. Posibilidad de desarrollo.**

La mayoría de los directivos de las empresas iniciaron sus carreras en el **área de ventas**, la continuaron en **gerencia de ventas** y luego ocuparon **direcciones**.

Un vendedor en una empresa tiene ante sí un panorama que solo él puede limitar.

**Aquel vendedor independiente tiene ante si también el mismo futuro, en una empresa de su propia creación.**

Estas y otras razones nos confirman los enlaces y satisfacciones que pueden tener tanto en lo económico como en lo emocional aquellas personas que toman las ventas como su profesión, su profesión del éxito.

Así que, si usted empieza en esta profesión, tome ánimo, empieza una aventura que le aseguro le traerá consigo gratificantes experiencias, pero si la toma como profesión.

Y aquellas personas que ya tienen tiempo en ventas también les invitamos a tomar nuevos ánimos ya que le aseguro este programa les ayudará a obtener nuevos resultados.

Y si usted tiene **otra profesión** y siente la necesidad de prepararse en ventas le felicitamos, ha tomado la decisión correcta.

## 2. LOS 4 CONOCIMIENTOS BÁSICOS

### 2.1 CONOCIMIENTO NÚMERO UNO: “CONOCIMIENTO DE SÍ MISMO”.

#### **A. Importancia.**

Existen ciertas características personales que le ayudan al vendedor a tener éxito. El conocerlas y desarrollarlas será un factor definitivo en sus resultados.

#### **B. Perfil del vendedor de éxito.**

##### **1. Buena presentación:**

El vendedor deberá poner especial cuidado en su arreglo personal.

##### **2. Entusiasmo:**

Deberá expresar mucha motivación y gusto por lo que hace. Siempre tiene que sonreír.

##### **3. Seguridad en sí mismo:**

Que le permita recuperarse de los **no**, fácilmente.

##### **4. Ambición:**

Querer mejorar su situación actual.

##### **5. Amabilidad y cortesía:**

El representante de ventas debe ser una persona agradable y servicial que tiene que hacer sentir bien a los clientes al atenderles.

##### **6. Responsable:**

El vendedor es su propio jefe por lo tanto para que tenga éxito debe ser una persona disciplinada, existen personas que necesitan que alguien las vigile para hacer sus labores. El vendedor se AUTO-CONTROLA.

##### **7. Perseverancia:**

No darse fácilmente por vencido.

#### **CLAVE:**

### **“AME LO QUE HACE ”**

Necesario para tener buenos resultados en cualquier profesión, y ventas no es la excepción.

## 2.2 CONOCIMIENTO NÚMERO DOS: "EL CLIENTE".

### A. Importancia.

Para efectuar una venta hay que penetrar en la mente del cliente para conocer y saber lo que quiere.

### B. Tipos de clientes.

TIPO DE CLIENTE	CARACTERÍSTICAS	TRATAMIENTO
<b>No. 1 El cliente silencioso</b>	<p>Casi no habla es difícil de lograr que se interese.</p> <p>Al vendedor le resulta difícil la charla sobre la situación específica de la venta</p>	<p>Pruebe preguntas abiertas.</p> <p>Busque temas en común.</p> <p>Pídale su opinión o que explique ciertos puntos.</p> <p>Ensaye un acercamiento más personal, etc.</p>

TIPO DE CLIENTE	CARACTERÍSTICAS	TRATAMIENTO
<b>No. 2 El cliente lento o indeciso</b>	<p>Difiere de la toma de decisiones porque estas se le dificultan.</p> <p>Son muy precavidos en examinar todas las opciones.</p>	<p>El vendedor ha de ser optimista, seguro de sí mismo y persuasivo; debe alabar al cliente y sus habilidades en el área de trabajo.</p>

<b>TIPO DE CLIENTE</b>	<b>CARACTERÍSTICAS</b>	<b>TRATAMIENTO</b>
<b>No. 3 El cliente detallista</b>	<p>Quiere saber todos los detalles y que se le contesten todas las dudas antes de tomar una decisión.</p> <p>Le es importante preguntar, mirar, escuchar e inspeccionar.</p>	<p>Explique de una forma lógica y ordenada punto por punto. Proporcione información detallada.</p> <p>Disminuya su ritmo y explique los detalles sin exasperarse.</p>

<b>TIPO DE CLIENTE</b>	<b>CARACTERÍSTICAS</b>	<b>TRATAMIENTO</b>
<b>No. 4 El cliente enojón</b>	<p>Esta molesto y usted no sabe porqué.</p> <p>Este cliente querrá iniciar una discusión contra la compañía y el producto.</p>	<p>Pruebe un acercamiento más personal. Trate de actuar amablemente. Guarde la calma. El vendedor no debe discutir, pues no ganará nada. El valor y sinceridad son las que producirán respeto en una situación como esta.</p>

<b>TIPO DE CLIENTE</b>	<b>CARACTERÍSTICAS</b>	<b>TRATAMIENTO</b>
<b>No. 5 El cliente parlanchín</b>	Habla mucho y generalmente de temas no relacionados a la venta.	Controle la entrevista. No haga muchas preguntas. Sea paciente, escuche con atención.

<b>TIPO DE CLIENTE</b>	<b>CARACTERÍSTICAS</b>	<b>TRATAMIENTO</b>
<b>No. 6 El cliente escéptico</b>	Parece tener respuestas negativas para todo y mostrará desconfianza ante el vendedor. Reaccionará como el obstinado pero en lugar de mostrar que conoce todas las respuestas, se limita a rechazar la información que le presenten, muestra un temperamento negativo.	El vendedor deberá actuar con cuidado y no deberá hacer afirmaciones que vayan contra sí mismo.  Si hace hincapié en los hechos y actúa de una manera lógica y abierta sobre el producto, podrá manejar mejor al cliente.

<b>TIPO DE CLIENTE</b>	<b>CARACTERÍSTICAS</b>	<b>TRATAMIENTO</b>
<b>No. 7 El cliente impulsivo</b>	Habla rápido, con brusquedad y muestra cambios igualmente repentinos. Actúa de mudo impredecible.	Hay que responder con rapidez, adaptarse a su ritmo y omita detalles según el caso. Pero aunque los detalles se omitan se presentan hechos suficientes.

**CLAVE:**

**“ADÁPTASE A CADA TIPO DE CLIENTE”**

Hable su idioma.  
No todos los clientes son iguales.

**2.3 CONOCIMIENTO NÚMERO TRES:  
“LOS SERVICIOS O PRODUCTOS QUE OFRECE”.**

**A. Importancia:**

Si desea tener éxito vendiendo un producto o servicio, debe creer en lo que vende, que realmente es lo mejor, que vale la pena adquirirlo, que el beneficio es mayor al costo, etc.

Solo puede creer en algo si lo conoce.

**ESTUDIE SU PRODUCTO.**

**B. Qué debe saber:**

➤ **De su compañía:**

- Políticas
- Métodos
- Objetivos, etc.

➤ **De su competencia:**

- Producto similar
- Políticas
- Objetivos

- **De su servicio o producto:**
- Qué es su servicio o producto?
  - Cómo se utiliza?
  - Quién lo usa?
  - Qué otros servicios ofrecen?
  - Características o cualidades
  - Beneficios: (calidad del producto que satisface una necesidad del cliente).

**CLAVE:**

**“CREA EN SU PRODUCTO”**

La base de vender un producto o servicio,  
son los beneficios.

Un producto son sus beneficios.

**2.4 CONOCIMIENTO NÚMERO CUATRO:  
“LA TÉCNICA”.**

El vendedor debe saber cómo **vender con técnica**, la cual es el objetivo de este programa.

**CLAVE:**

**“CONOZCA LO QUE HACE”**

**3. ORGANIZACIÓN DEL VENDEDOR**

**3.1 IMPORTANCIA:**

Se dice que el vendedor por naturaleza es desorganizado pero al organizar su trabajo, el vendedor ahorrará tiempo y esfuerzo lo cual lo hará más productivo.

**3.2 LAS DOS FORMAS PARA VENDER MÁS:**

- A. Incrementar el número de presentaciones.
- B. Mejorar la calidad de las presentaciones.

### 3.3 QUÉ PREPARAR Y CÓMO PREPARARSE:

#### **A. Ruta o itinerario.** (Cómo se harán las visitas)

- **Métodos:**

- ✓ Agrupación de visitas por zona.
- ✓ Trabajo por orden de importancia.
- ✓ Trabajo por ruta.
- ✓ Trabajo por horario. (Programación, visitas por hora)
- ✓ Peinado de zona. (Todas las puertas)
- ✓ Puerta a puerta. (Canvaceo, elegir puertas)

#### **B. Plan de trabajo diario.**

- **Manejo de agenda:**

Diariamente el vendedor no debe salir sin un plan.

- **Contenido:**

El plan debe contener:

- ✓ Horarios.
- ✓ Entrevistas a realizar.
- ✓ Llamadas telefónicas.
- ✓ Otras actividades (Aquí va formato de un plan diario).

#### **C. Hojas de reportes de ejecución.**

- **Importancia y beneficios:**

Después de cada entrevista de ventas el vendedor debe llenar sus reportes de ejecución. La utilidad de estos reportes es incuestionable.

- ✓ Sirve para determinar la productividad de las visitas.
- ✓ Apoyo para que el supervisor pueda ayudar al vendedor.
- ✓ Al vendedor le da información sobre la situación de cada prospecto visitado.
- ✓ Puede llevar una estadística que nos muestra cuál es el problema en los resultados del vendedor, y posibles soluciones.

- **Contenido:**

Nombre y generalidades del prospecto.

- **Información sobre si en:**

- ✓ La presentación se logró cerrar, o no y porqué?.
- ✓ Fecha de la próxima visita o llamada.
- ✓ Observaciones.
- ✓ Otros datos útiles.

## SINÓPSIS PARTE I

- Ame lo que hace.
- Adáptese a cada tipo de cliente. Hable su idioma.
- Crea en lo que vende.
- Conozca lo que hace.
- Aproveche al máximo su tiempo; organizando su trabajo.

**¡ADELANTE ÉXITO EN SU PROFESIÓN!**

## PARTE No. 2 EL PROCESO DE VENTAS: LOS 5 PASOS

### 1. TÉCNICAS DE PROSPECTACIÓN

#### 1.4 LOCALIZACIÓN:

**A) Definición:** (Prospectos clientes)

Son todas aquellas empresas o personas que es posible que adquieran nuestros productos o servicios.

**B) Condiciones:**

Cualidades que deben reunir las personas para ser considerados prospectos de clientes:

- **Capacidad adquisitiva.**  
Que tengan recursos con que comprar.
- **Capacidad de adquisición.**  
Que sea él quien pueda decidir la compra.
- **Necesidades.**  
Deben tener la necesidad, deseo o temor en relación con el satisfactor propuesto.

**Otras condiciones con respecto al vendedor.**

- ¿Por qué debe comprármelo a mí?
- ¿Por qué debe comprármelo ahora?

**C) Clases de prospectos:**

- Prospectos actuales.  
Reúnen cualidades y condiciones señaladas y pueden trabajarse ahora.
- Prospectos renovables.  
Clientes que nos comprarán solo unos productos.
- Prospectos potenciales.  
Carecen de las cualidades de un prospecto ahora, pero no en el futuro.

## **D) Métodos y sistemas de prospección:**

(Búsqueda de prospectos o clientes)

### **1. Prospección interna:** (En la empresa)

- Ficheros de prospectos antiguos
- Prospectos trabajados sin éxito
- Contactos de prospectos satisfechos
- Llamadas telefónicas que se reciben (Prensa, radio)
- Contacto directo entre empresa y prospecto (Visitas)

### **2. Prospección por directorios:**

(Guías telefónicas)

- Guía telefónica (CNT )
- Asociaciones profesionales
- Cámaras
- Industriales
- Comerciales

### **3. Prospección directa:**

- Canvaceo (Elegir puertas, búsqueda lugares)
- Peinado de zona (Todas las puertas y lugares)

### **4. Prospección en la promoción:**

- Convenciones
- Ferias
- Exposiciones
- Demostraciones

### **5. Prospección por prensa:**

- El Comercio, El Hoy, Últimas Noticias
- Revistas estudiantiles (Colegiales o universitarias)
- Revistas industriales
- Revistas comerciales
- Revistas profesionales
- Revistas especializadas
- Clubs, asociaciones

### **6. Prospectos recomendados:** (Referidos)

- Familia
- Clientes
- Amistades
- Conocidos en grupos sociales
- Compañeros de colegios, institutos y universidades

## 1.5 ESTUDIO DEL PROSPECTO:

Es la obtención, selección y ordenamiento del mayor número posible de datos sobre el prospecto en relación con diversas áreas de su actividad y personalidad.

### • **Información a obtener:**

- ✓ Necesidad cubrible
- ✓ Tipo de cliente
- ✓ Nombre, edad, familia, trabajo, dirección, ingresos
- ✓ Capacidad de decisión
- ✓ Gustos, ideas, profesión
- ✓ Tipo de empresa, giro, dirección, tamaño, etc.

### • **Obtención de datos, mediante la observación de:**

- ❖ Títulos y diplomas
- ❖ Cuadros, retratos y fotografías
- ❖ Periódicos y revistas
- ❖ Medio ambiente
- ❖ Por persona próxima al prospecto

## 2. PRESENTACIÓN DE VENTAS

### 2.1 PRESENTACIÓN DE SÍ MISMO:

#### **Romper el hielo**

##### **A) Objetivo:**

Ganarse el interés del cliente y colocarlo con una mentalidad receptiva, caerle bien, impresionarle favorablemente, relajar al cliente.

##### **B) Técnicas:**

- ❖ Salude y sonría con entusiasmo.
- ❖ Haga preguntas o comentarios que relajen al cliente.

#### **Ejemplo:**

Ha de ser interesante su trabajo señor Gómez

- ❖ Dele algún cumplido.

Ejemplo:  
No es muy común que personas tan jóvenes tengan  
puestos de tanta responsabilidad

- ❖ Maneje un tema en común.

Ejemplo:  
Precisamente yo conozco a un amigo  
trabaja en esa empresa

- ❖ Pregunte su nombre y utilícelo en toda la entrevista para dirigirse al cliente.

## 2.2 PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO:

### A) Objetivo:

Hacer la presentación logrando que el prospecto desee el servicio o producto que se le propone.

### B) Requerimientos:

- Afirmación inicial de interés
- Estudio previo y preparación de preguntas para sondeo
- Definición de beneficios del producto o servicio

### C) Técnica de presentación:

#### ❖ Cómo empezar.

Inicie la presentación de su servicio o producto con una afirmación inicial que despierte el interés o curiosidad, puede ser pregunta o afirmación.

#### Ejemplos:

- ¿Le interesa a usted señor Pérez, reducir un 20% sus gastos de...?
- ¿Le interesaría a usted obtener más tranquilidad en este mundo a veces tan acelerado?
- ¡Tengo una información para usted que le puede ayudar a ahorrar mucho dinero!
- ¡Hoy le tengo una buena noticia señor Sánchez!
- ¡Tengo para usted información sobre un servicio que le ayudará a evitarse muchos problemas!

❖ **Presentación de los beneficios.**

Diferencias entre características y beneficios.

**Características:**

Son las especificaciones del producto o servicio.

**Beneficios:**

Son cualidades del producto que satisfacen una necesidad del cliente.

Ejemplos:

<b>CARACTERÍSTICAS</b>	<b>BENEFICIOS</b>
Fraccionamiento con caseta de vigilancia	Seguridad Tranquilidad
Computadora con 2 años de garantía	Ahorro costos futuros de mantenimiento Confianza en calidad
Anuncio en periódico, tiene 50.000 suscriptores	Llega a clases media y media alta
Automóvil, con vidrios eléctricos	Comodidad
Televisión, la pantalla es de 28"	Puede disfrutar más de sus programas o películas
Marca	Confiable

**Aclaración:**

Si usted presenta únicamente características solo está informando; al presentar beneficios se está persuadiendo.

Usted debe conocer su producto tanto que pueda especificar cuáles son los beneficios que al cliente que tiene en frente le interesan y centrarse en ello.

## ❖ Como presentar beneficios:

### 1. Dramaticce.

#### **CASA**

**Característica:** Caseta de vigilancia

**Beneficio:** Seguridad

Usted viviendo aquí no se va a tener que preocupar señora Beltrán, porque se le olvido cerrar una ventana o si va a entrar a su casa en la noche...

### 2. Cuenta una historia o noticia.

#### **COMPUTADORA**

**Característica:** Garantía de 2 años

**Beneficio:** Ahorro costos de mantenimiento

Señor Pérez, hace unos días un amigo me comentó, que en su empresa adquirieron un equipo nuevo, y que a los 7 meses se descompuso, como era nuevo pensaron que no habría problema en repararlo; pero se sorprendieron cuando se encontraron con la novedad de que su equipo solo tenía 6 meses de garantía, el valor de la reparación les había costado...

### 3. Provoque imágenes.

¿Ha visto señor Pérez, personas que compran un artículo y a los 2 meses se les descompone y no tienen garantía, que frustrados se ponen, hace dos meses yo conocí...

### 4. Utilice palabras como:

Verdad, imagínese, ¿cuál?

## 5. Sondee.

Preguntas que despiertan una necesidad que se puede cubrir con un beneficio.

### **AUTOMÓVIL**

**Característica:** Vidrios Electrónicos

**Beneficio:** Comodidad

¿Señor Ramírez, a usted le gustaría no tener que batallar cada vez que se suba o baje de su auto, subiendo y bajando la manivela de los cristales...?

Precisamente una de las...

### **TELEVISIÓN**

**Característica:** Marca

**Beneficio:** Confiabilidad

¿Usted cree que la marca de un aparato de televisión, sea importante?...Efectivamente, por eso..

## 3. TÉCNICAS PARA EL MANEJO DE OBJECIONES

Son los tipos de barreras para no comprar, y son de dos tipos:  
**EXCUSAS Y OBJECIONES.**

### 3.1 EXCUSAS:

Es el motivo o pretexto que se utiliza para eludir una obligación.

#### **A) Ejemplos:**

- No tengo dinero
- No me lo piden
- No tengo tiempo ahora
- No se vende
- No lo conoce
- Le falta publicidad
- No me interesa

## **B) Causas:**

1. Una presentación mal enfocada que no despertó interés en el servicio o producto.
2. Mala prospectación.

## **C) Que hacer:**

- ¡No le creal
- Sondee al cliente y presente beneficios con técnicas que despierten interés.

## **3.2 OBJECIONES:**

Es el desacuerdo o diferencia de opinión del prospecto en un punto.

### **A) Ejemplos:**

- Esta más caro
- Solo a consignación, hasta ver como se mueve
- Necesito más plazo
- Solo si me conceden exclusiva

### **B) Actitudes:**

#### **1. Vendedor sin experiencia:**

En cuanto surge una objeción o desacuerdo, se desalienta y se desmoraliza.

#### **2. Vendedor empírico:**

"A presión": Considera la objeción como una cuestión de amor propio.

#### **3. Vendedor profesional:**

Sabe que es parte de su trabajo y la enfrenta como una oportunidad.

### **C) Porqué el cliente plantea una objeción?**

1. Malentendidos sobre su producto debido a falta de información.

#### **Ejemplo:**

Menciona un defecto de su producto que no estaba enterado de ese defecto y ya está corregido

**2.** Desventajas reales percibidas de su producto o servicio, las cuales son resultado de:

- Su producto no ofrece un beneficio que el cliente considera importante.

**Ejemplo:**

El cliente desaprueba su producto porque cuesta más de lo que está dispuesto a pagar.

- Hay algo en su producto que simplemente desagrada a su cliente.

**Ejemplo:**

Al cliente no le gustan los productos sintéticos, por lo tanto desaprueba su producto porque es de material sintético.

**D) Técnica para el manejo de objeciones:**

1ro. Escuchar.

2do. Replantear la objeción en forma de pregunta, aclararla.

**Si es una desventaja real:**

Restarle importancia a la objeción poniendo de relieve otros beneficios pertinentes de su producto o servicio.

**Si es un mal entendido:**

Contestarle directamente aclarando el mal entendido.

**Ejemplo:**

**Por mal entendido.**

- 1ero. Vendedor escucha objeción del cliente:  
El seguro de vida se irá incrementando cada año y luego me va hacer imposible seguirlo pagando.
- 2do. Vendedor propone:  
Señor Ramírez a usted le interesa que el seguro que contrae mantenga un valor ya prefijado y accesible?
- 3ro. Vendedor aclara:  
Precisamente esa es una de las características de este seguro, solo recibirá incrementos anuales del 5% al igual que su prima aseguradora, así que no se preocupe Señor Ramírez.

**Ejemplo:**

**Por desventaja real.**

- 1ero. Vendedor escucha objeción del cliente:  
Su computador es demasiado caro, me costaría un 10% más que si le compro a la empresa...
- 2do. Vendedor propone:  
En otras palabras, usted piensa que las ventajas que obtendrá, no justifican un gasto un poco más alto verdad?
- 3ro. Vendedor resta importancia, poniendo de relieve otros beneficios pertinentes:  
Con la garantía de dos años que le estamos entregando sobre el equipo, seguramente el primer año usted va a pagar mucho menos en mantenimiento, aproximadamente el ahorro sería de...

**Ejemplo:**

**Por desventaja real.**

- 1ero. Vendedor escucha objeción del cliente:  
Creo que la calidad de la construcción de la casa es muy baja...
- 2do. Vendedor aclara:  
Señor Pérez a que se refiere con baja calidad, disculpe no le entendí?
- 3do. Cliente:  
El piso creo que no es de primera, ya se ve muy opaco...
- 4ro. Vendedor resta importancia, poniendo de relieve otros beneficios pertinentes:  
No se preocupe señor Pérez existen otros colores diferentes que usted puede escoger, permítame mostrarle...

**E. Reglas.**

- Acepte las objeciones de buen agrado
- Admita la lógica de las objeciones
- No eluda una objeción
- Guarde la calma
- Esté preparado con una definición de las objeciones más comunes y como rebatirlas

## **F. Objeciones ocultas.**

Existen objeciones que el cliente no revela en la entrevista y por lo tanto el vendedor no puede rebatirlas, ante una objeción oculta es necesario utilizar sondeos para poder averiguar la verdadera objeción.

### **Ejemplo:**

#### **Objeciones ocultas.**

- 1ero. Vendedor escucha objeción oculta del cliente:  
Déjeme pensar y yo le llamo.  
(Existe una objeción que el cliente no quiere revelar)
- 2do. Vendedor sondea:  
Exactamente señor Pérez que es lo que le preocupa del servicio?

## **4. TÉCNICAS DE CIERRE DE VENTAS**

### **4.1 DEFINICIÓN:**

Consiste tanto en la correcta alternativa que el vendedor ofrece al cliente, y a la aprobación de este, hacia el servicio o producto que va a adquirir.

### **4.2 IMPORTANCIA:**

El saber cuándo y cómo cerrar una venta es una de las principales **herramientas** para el éxito en ventas.

### **4.3 EL MOMENTO DEL CIERRE:**

#### **El prospecto:**

- Se relaja.
- Abre y cierra o se frota las manos rápidamente.
- Se toca la barba con insistencia.
- Si inclina hacia el vendedor o hacia el producto.
- Adopta una expresión pensativa.
- Cruza y descruza las piernas.
- Examina y prueba con más atención y detalle el producto.
- Toma y examina la hoja de pedido.
- Se pone a ojear o leer los impresos y folletos.

### **Pregunta o comenta:**

- Y ¿cuánto vale?
- ¿A cuántos meses...
- ¿Qué interés cargan?
- Suponiendo que lo tomara...
- Bueno... tendría que consultar...
- ¿Y cuándo lo pueden entregar?
- Y en el precio también está incluido...
- ¿Tiene garantía?
- Y tú ¿qué opinas?

## **4.4 TÉCNICAS DE CIERRE:**

### **A) La alternativa.**

Da por hecho la venta de antemano y consiste en derivar la acción hacia un detalle secundario, el cual permite tomar la decisión más fácilmente que si se hiciera sobre un detalle de mayor importancia, dando **dos alternativas**.

### **Ejemplo:**

- ✓ De qué tamaño prefiere su anuncio ¿18 x 2 o 20 x 2?
- ✓ ¿El financiamiento lo prefiere a 15 o 20 años?.
- ✓ Prefiere pagar en efectivo, tarjeta de crédito o cheque.
- ✓ Le dejamos las dos cajas o solo una.
- ✓ ¿Prefiere que el seguro tenga vigencia a partir de mañana o del lunes?

### **B. Acción física.**

Ponga en manos del prospecto el producto, haga que lo pruebe, que lo maneje, que lo use.

### **C. Eventualidad.**

Puede ser de dos tipos: Eventualidad amenazante o Eventualidad de incentivo.

#### ● **Eventualidad amenazante:**

Se basa en el deseo de obviar dificultades o de evitar perjuicios, el temor a perder.

#### **Ejemplos:**

- Ahora el precio es de ... pero a partir del mes que entra subirá un 15%
- Es la oportunidad... ya que nos quedan muy pocas unidades... y de no aprovechar estas, no podremos asegurar cuando usted podrá disfrutar de ...

- **Eventualidad de incentivo:**

Ofrezca un incentivo que lo mueva a comprar precisamente ahora.

**Ejemplo:**

- Los primeros 10 compradores se les dará como regalo...

#### 4.5 REGLAS:

- Solicite el pedido. No espere que sea el prospecto quien tome la decisión.
- Confié en obtenerlo.
- Guarde el argumento de reserva.
- Insista lo suficiente.
- Si utiliza algún impreso, hágalo inofensivo.

## 5. POSTVENTA

#### 5.1 OBJETIVO:

Propiciar la buena voluntad del cliente y preparar el terreno para negocios futuros.

#### 5.2 SUGERENCIAS ÚTILES:

- Archivo de clientes.
- Agradecimiento con cartas.
- Solucionar las quejas y problemas del servicio.
- Mantener contacto.
- Siga vendiendo después del cierre.

## SINÓPSIS PARTE II

- La venta es un proceso.
- Defina el tipo de prospectos para su producto o servicio y el método más eficiente para localizarlo.
- Estudie a su prospecto antes de la entrevista de venta, esto le dará ventajas de valor incalculable.
- Rompa el hielo, trate de ganarse al cliente desde el principio.
- Presente beneficios de una manera impactante y persuasiva (Un producto o sus beneficios).
- No tome en cuenta las excusas, despierte el interés.
- Esté preparado para las objeciones, son parte del proceso de ventas.
- Espere el momento adecuado del cierre, solicite el pedido y confíe en obtenerlo.
- Continúe vendiendo después del cierre a ese mismo cliente.
- Practique. **“La práctica hace al maestro”**.

## PARTE No. 3

# PROGRAMA DE SUPERACIÓN PERSONAL

### 1. CÓMO HACER TUS SUEÑOS REALIDAD

#### Introducción:

Existen 10 pasos para la auto-superación, que permitirán que tus sueños se conviertan en realidad, la mayoría de las personas que pasan por esta vida, generalmente nunca cumplen o logran sus propósitos y la mayoría nos preguntamos porque sucede esto.

En general, cuando vemos a una persona que triunfa, pensamos que es por suerte o por cualquier otro factor, menos por algo que nosotros podamos hacer.

La respuesta está en los factores que a continuación te mencionamos, los cuales les llamaremos los **factores del éxito**.

No importa cuáles sean tus sueños ni tu situación actual, tus sueños se pueden hacer realidad si estás dispuesto a pagar el precio....

...que siempre es menor al precio del fracaso, así que.... **adelante**.

### 2. 10 PASOS PARA LA AUTOSUPERACIÓN

#### 1. TENER UNA META.

El primer paso para hacer los sueños realidad es convertir esos sueños en **metas específicas**.

Las personas que generalmente apuntan hacia la nada, dan en cualquier blanco, ¿qué quieres lograr con tu vida? **Una meta es aquello que quieres lograr**.

Fijarse metas es importante porque siempre es más fácil llegar a cualquier parte cuando sabemos a dónde queremos llegar.

Si quieres ser una persona de éxito debes tener tus metas bien definidas. Un lugar a donde quieras llegar, **un barco que no tiene puerto a donde llegar nunca va a llegar**, la vida de una persona que no tiene metas, **es una vida que va a la deriva**, realmente son las metas que le motivan a seguir adelante, eso es lo que mueve a las personas a superarse.

### **Clasificación de las metas (4):**

#### **Tipos de metas:**

##### **a. Las personales:**

Llévate mejor con la gente, bajar de peso.

##### **b. Las profesionales:**

Son las relacionadas a lo que te dedicas, si eres vendedor tendrás metas que quieres lograr ¿verdad?

##### **c. Las familiares:**

Qué tipo de familia quieres tener, como quieres que sea.

##### **d. Las económicas:**

Que es lo que quieres tener, hasta dónde quieres tener.

### **Características para que las metas funcionen:**

Las metas deben ser realistas, específicas, las metas deben tener un límite de tiempo, las metas deben ser medibles, las metas deben ser alcanzables.

Probablemente, no todas las metas que una persona se proponga las alcanzarán, pero de todos modos avanzará, no se quedará en el mismo lugar, llevará una dirección.

## **2. AUTOIMAGEN POSITIVA.**

¡No se puede! ¡No podré hacerlo! Nadie lo ha hecho antes! ¡No resultará!

¿Cuántas veces antes has escuchado esas palabras? Si una persona no cree poder hacer algo no lo va a lograr.

Es necesario que estés convencido de que puedes lograr las metas que te propusiste. Que no exista duda en tu mente, líbrate de toda esa basura negativa que existe en tu mente y en la gente que te rodea...

Y sigue las siguientes sugerencias:

- Recuerda todas las cosas buenas que tú tienes (logros, habilidades, etc.)
- Acéptate cómo eres
- Escucha conferencias positivas
- Lee libros de superación
- Cuida siempre lo que piensas

### **Quita de tu mente la frase ¡no se puede!**

Rompe esa cadena que tienes en tu mente y empieza a dar pasos para **lograr tus sueños**.

### **3. AMBICIÓN.**

El tercer factor para la **auto-superación** es tener ambición, querer mejorar tu situación actual, ser mejor persona, lograr mejores cosas con tú vida, vivir mejor. Existe algo que no se puede aprender con técnicas, **ni con todo lo que podemos enseñar**, porque es algo personal, el querer realmente mejorar, querer ser mejor líder, mejor político, mejor vendedor, mejor profesional, mejor ser humano..., **es algo interno**.

Es la llama interna que mueve a las personas a hacer un esfuerzo extra, a prepararse más, etc. No todos tienen esa llama interna, por eso el triunfo no es para todos.

Es decir, si no tiene el suficiente interés de avanzar, muy difícilmente podrá lograr mejorar su situación actual, porque ante cualquier problema, ante cualquier obstáculo va a desistir, ya que dentro de él, no existe un genuino deseo de mejorar, no hay **ambición, que es el factor del éxito**.

El ingrediente principal para poder obtener metas es realmente **querer mejorar su situación actual**, si tenemos la suficiente ambición para poder querer avanzar, querer vivir mejor, querer que la educación de nuestros hijos sea mejor que la que nosotros recibimos, esto nos va a motivar a salir adelante, esto es algo que no se puede aprender por técnicas, porque es algo personal, el querer realmente mejorar, es algo **interno de cada persona**.

A veces pensamos que lo que hace que una persona tenga éxito, son las cosas externas; ella porque es bonita, el nació rico, aquel tuvo mucha suerte, etc., eso no es cierto si tú tienes ambiciones que es el motor que impulsa al hombre a superarse, esto te va ayudar a que tus sueños se hagan realidad.

#### **4. PERSEVERANCIA.**

Tú seguramente has conocido muchas personas que empiezan algo y nunca lo terminan. Precisamente porque no son perseverantes, les hace falta seguir adelante hasta conseguir lo que ellos quieren. Se desaniman muy fácilmente así como empiezan, así se desaniman y lo dejan.

Todos sabemos que para lograr cualquier cosa se requiere perseverar, tener paciencia y seguir adelante en lo que uno quiere lograr, porque si te comprometes a hacer algo y luego a los dos, tres o cuatro días lo dejas, y luego nuevamente te comprometes a hacer otra cosa y también a los dos, tres o cuatro días una vez más lo dejas, difícilmente vas a lograr algo.

Una persona que sobresale en cualquier área es porque se especializa en esa área, es porque **perseveró**.

**“El que persevera alcanza”**

#### **5. RESPONSABILIZARSE DE SÍ MISMO.**

Otro factor importante para conseguir el éxito es **responsabilizarse de sí mismo**, es decir no echarle la culpa a los demás, a las cosas o a las personas de lo que nos pasa.

Muchas personas dicen: es que soy pobre, es que estoy muy gordo y el otro porque es flaco, el otro porque es joven, y yo estoy viejo, la otra por que le falta educación, otro porque tiene deficiencias físicas y otro no consiguió las cosas porque nació en el mes equivocado, o es que nací con mala estrella.

Esas personas siempre le echan la culpa a los demás de lo que les pasa, la verdad es que nosotros somos los artífices de nuestro propio destino. Generalmente si tenemos éxito va hacer por la ayuda de los demás, ¡es cierto! pero dependiendo básicamente de **nosotros mismos**.

Si una persona fracasa o triunfa, no es por culpa de los demás, ni por las circunstancias. Cada persona es responsable de sus propios logros o fracasos. Al ver la vida de esta manera te ayudará a desechar la común excusa de los que no logran nada.

Una persona al responsabilizarse de su vida, de lo que hace y de los resultados que obtiene, da un paso firme en el logro de sus objetivos.

## 6. RELACIONES PERSONALES.

La persona que desee tener éxito necesita cultivar buenas relaciones, relaciones armónicas con todas las personas que le rodean y aquellas que vaya conociendo.

Porque sabemos que también depende del apoyo de los demás. Una persona que se lleva mal con los otros, que tiene problemas con los demás, generalmente es difícil que logre las cosas que desea.

Una persona antipática siempre encontrará tropiezos en el camino a su realización, relacionados con problemas que el mismo ha sembrado.

Si tú tienes algún problema para llevarte bien con otras personas, considera prioritario el tomar medidas al respecto, puedes tomar cursos de relaciones humanas, leer libros sobre el tema, etc.

Encontrarás muy satisfactorios los resultados que irás obteniendo al ir creciendo en esta área.

Espero que tus relaciones personales te ayuden a avanzar y a lograr el éxito que tú anhelas, y que en vez de ser un estorbo, sean un gran apoyo en el salto hacia tus sueños

## 7. HÁBITOS.

El séptimo factor del éxito es el entusiasmo, no basta con tener metas y seguir hacia ellas en cualquier forma, ¡no! hay que hacerlo con entusiasmo, tal vez con sacrificio, tal vez con dolor, pero siempre con entusiasmo. Si tú eres una persona que por lo general piensa negativamente sobre las circunstancias, debes empezar por cambiar este **mal hábito**.

Cultivar buenos hábitos es indispensable para alcanzar el éxito. Los hábitos son como los hilos que se van haciendo tan fuertes como las cadenas que nos impulsarán hacia arriba si son buenos hábitos, pero si son malos hábitos nos lanzarán hacia el fondo, "al principio nosotros forjamos nuestros hábitos, después estos nos forjan a nosotros"

Las personas que logran algo en cualquier área, es porque tienen ciertos hábitos que les han ayudado mucho, podrían por ejemplo gozar de buena salud si hicieran ejercicio regularmente, pero si lo hacen un día ¡sí! y otro ¡no!, una semana ¡sí! y un mes ¡no!, pocos resultados van a tener.

Estos se notan cuando hacemos las cosas de manera constante, ósea, cuando se convierten en hábitos.

Siempre encontramos detrás de una persona exitosa, claves en su vida que les han ayudado en su carrera.

No podemos esperar los resultados de algo que se hace de manera interrumpida, de manera intermitente, la gente no puede lograr muchas cosas precisamente por eso, muchos dicen que los hábitos no se pueden eliminar, más bien se cambian.

Tratemos de sustituir cada hábito negativo, con un hábito positivo, hábitos que nos ayuden a avanzar, serán nuestros mejores aliados para alcanzar nuestras metas. Serán como cuerdas similares a las que utiliza el montañista para alcanzar su montaña y subir hasta la cima.

Espero que tengas estas cuerdas fuertes que te ayuden a lograr tus metas y consigas el éxito que todas las personas como tu buscan.

Cultiva los buenos hábitos como por ejemplo el ejercicio, la lectura, la forma de trabajar, el entusiasmo con que se vive, que se conviertan en ti en hábitos, solo así podrás obtener a través de ellos resultados permanentes.

## **8. HAZLO YÁ, NO LO POSPONGAS.**

Lo que ha de hacerse, debe hacerse ya, el posponer, el dejar las cosas para después, para mañana, para dentro de un rato, se vuelve costumbre, y es una costumbre que nos ahoga, que nos detiene en el logro de nuestras metas.

Cuando tú digas: voy hacer algo!, que signifique realmente eso, "no dejes para mañana lo que puedes hacer hoy" basta ya de posponer lo que se vaya hacer **¡hágalo ya!**, esta es una regla del éxito.

Probablemente tú conozcas personas que son decididas a medias, siempre andan diciendo ¡Voy hacer esto! ¡Voy hacer aquello! Y nunca lo hacen. Realmente cuando dicen ¡Voy hacer esto! Quieren decir ¡Nunca lo voy hacer!

**“Entonces, lo que se tenga que hacer que se haga ¡ya!”**

Es probable que tú conozcas personas a las que podemos llamar **prisioneros de la esperanza**, o aquellos que deciden a medias, esas personas siempre están esperando el momento ideal para hacer algo.

Voy hacer esto pero cuando se quite el frío, y viene el calor y dicen lo voy hacer pero cuando se quite el calor, y así cuando ellos dicen lo voy hacer es que nunca lo van hacer, son personas que posponen todo.

Seguramente has escuchado a alguna de estas personas decir: a principios de este año, este año voy a estudiar inglés, este año regresaré a la universidad, pero ese mismo propósito lo han tenido desde hace 10 años y sigue quedando como mero propósito.

¡Porque!, porque todo lo posponen y porque ya se ha vuelto una costumbre, un hábito, y ya que pasó el tiempo dicen, ¡es que nunca tuve tiempo! ¡Nunca lo pude hacer!

Más bien, nunca se decidieron a hacerlo.

**“Entonces lo que se tenga que hacer que se haga ya”**

Esta es una regla importantísima y necesaria para obtener cualquier meta que tengas trazada.

## **9. AHORRA.**

Seguramente tú deseas llegar a vivir más cómodamente o disfrutar de otras cosas, tales como viajes, diversiones, etc., pero esto requiere dinero.

Si tú sigues la siguiente regla como un hábito, te aseguro que gozarás de bienestar económico.

**“Ahorra el 10% de todo lo que ganes”**

Cuánto crees que puedes tener en 10 años? Alguien que haga cuentas rápidas, nos podrá decir cuánto podrá obtener de lo que gana en un año, esto es parte de la verdad.

Existen tres situaciones que lucharán a tu favor: el tiempo, el interés y la constancia.

Te aseguro que después de un tiempo ese 10 % no lo sentirás, aprenderás a vivir con el resto ósea el 90 %, pero cuida de no considerarlo, tómalo como perdido, evita sacarlo del ahorro por cualquier motivo.

**“Si no se ahorra nada de los ingresos actuales, no se podrá ahorrar nada de los ingresos futuros”**

## **10. ESFUÉRZATE.**

No existe nada que se haya hecho que valga la pena, que no haya requerido esfuerzo.

Analiza tus metas, ¿Vale la pena trabajar 8 a 10 horas diarias efectivas para lograr tus metas de trabajo?, o ¿será preferible desperdiciar tiempo de trabajo?,... ¿Vale la pena darle tiempo a tu familia para lograr metas familiares?

Analiza tus metas, requieren esfuerzo para ser logradas, pero es necesario estar convencidos que valen la pena. Si es así adelante.

El esfuerzo es parte esencial del éxito en cualquier actividad, y en la tuya no es la excepción.

Por lo tanto, el esfuerzo que pongas en lograr tus metas, seguro te ayudará a alcanzar tus sueños, que es nuestro deseo y el objetivo final.

Los resultados, así como todo lo que hacemos, dependen de las decisiones que tomamos y esa es la capacidad que debemos utilizar a nuestro favor, nosotros elegimos con quien nos casamos, si nos casamos o no nos casamos, en que trabajamos, si hoy vamos a llamar a un cliente o no la vamos a llamar, o si descansamos o no descansamos, etc.

**“Nosotros decidimos que es lo que hacemos”**

Desde este momento elije tu capacidad de elegir,  
si quieres ser o no una persona de éxito.

**LOS SUEÑOS PUEDEN HACERSE REALIDAD  
¿VERDAD?**

### 3. FRASES QUE INSPIRAN

**\*Lograré mis Sueños\***

**Porque:**

Tengo metas claras en mi vida, y de esta manera acerco mis sueños a la realidad, mi vida tiene sentido y una fuerte motivación a través de estas metas.

**\*Lograré mis Sueños\***

**Porque:**

En mi interior impera un fuerte deseo de mejorar mi actual situación y de quienes me rodean. Es una ambición que me impulsa a actuar cada día, no soy un conformista.

**\*Lograré mis Sueños\***

**Porque:**

Estoy convencido de que cualquier cosa que un hombre pueda concebir en su mente es capaz de realizar, pues fui formando a imagen y semejanza del creador de todo lo que existe.

**\*Lograré mis Sueños\***

**Porque:**

Poseo la virtud de perseverar en mis metas hasta convertirlas en realidad. No me rindo fácilmente.

**\*Lograré mis Sueños\***

**Porque:**

Creo que soy el principal responsable de lo que hago con mi vida y de los resultados que obtengo de ella. Nunca culpo de mis fracasos a personas o a circunstancias.

**\*Lograré mis Sueños\***

**Porque:**

Procuro como norma de mi vida llevarme bien con todas las personas con quienes convivo y con quienes me relaciono. Sé que necesitaré de los demás en el salto hacia mis sueños.

---

**\*Lograré mis Sueños\***

**Porque:**

He decidido adquirir y fomentar buenos hábitos en mí, que me impulsen hacia arriba y a eliminar los malos hábitos que me empujan hacia abajo.

---

**\*Lograré mis Sueños\***

**Porque:**

Sé que mis hábitos serán mis aliados y no mis enemigos en mi lucha por alcanzar las estrellas de mis sueños.

---

**\*Lograré mis Sueños\***

**Porque:**

Tengo la costumbre arraigada en mí, de que cuando digo o pienso algo lo hago. No acostumbro posponer algo que ya he decidido. Creo firmemente que lo que se tenga que hacer debe hacerse ¡ya!

---

**\*Lograré mis Sueños\***

**Porque:**

Acostumbro ahorrar hoy la décima parte de todo lo que gano, pues esto me hace pensar en un mañana más promisorio.

---

**\*Lograré mis Sueños\***

**Porque:**

Creo en el esfuerzo como parte esencial del éxito. Por lo tanto todo lo que hago procuro hacerlo mejor que los demás pues sé que las metas que he elegido valen la pena.

---

**\*Lograré mis Sueños\***

**Porque:**

Sé que los sueños pueden hacerse realidad...

**¿Verdad?**