

# MÉTODO DANTE PARA VENTAS

**Cómo los secretos  
de la magia  
pueden aumentar  
tus ventas**

Prólogo de  
**Ferran Adrià**  
Epílogo de  
**David Riudor**

# TECNOMAGO

«El lector se sorprenderá al ver de qué modo las técnicas y los trucos de la magia pueden trasladarse al mundo de las ventas.»

Del prólogo de **Ferran Adrià**

  
alienta  
EDITORIAL

# **Método Dante para ventas**

Cómo los secretos de la magia  
pueden aumentar tus ventas

**TECNOMAGO**



© Xavier Martínez Cabezas, 2021

© Centro de Libros PAPP, SLU., 2021

Alienta es un sello editorial de Centro de Libros PAPP, SLU.

Av. Diagonal, 662-664

08034 Barcelona

[www.planetadelibros.com](http://www.planetadelibros.com)

ISBN: 978-84-1344-062-0

Depósito legal: B. 1.235-2021

Primera edición: febrero de 2021

Preimpresión: María García

Impreso por Huertas Industrias Gráficas, S.A.

Impreso en España - *Printed in Spain*

El papel utilizado para la impresión de este libro está calificado como **papel ecológico** y procede de bosques gestionados de manera **sostenible**.

No se permite la reproducción total o parcial de este libro, ni su incorporación a un sistema informático, ni su transmisión en cualquier forma o por cualquier medio, sea éste electrónico, mecánico, por fotocopia, por grabación u otros métodos, sin el permiso previo y por escrito del editor. La infracción de los derechos mencionados puede ser constitutiva de delito contra la propiedad intelectual (Art. 270 y siguientes del Código Penal).

Diríjase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra. Puede contactar con CEDRO a través de la web [www.conlicencia.com](http://www.conlicencia.com) o por teléfono en el 91 702 19 70 / 93 272 04 47.

## Sumario

---

<i>Prólogo</i> .....	15
<i>Tres pilares mágicos</i> .....	19
<i>Arte y negocio: una negociación desequilibrada</i> ....	27
<i>¿Qué es la magia? Consideraciones previas</i> <i>a explorar su naturaleza.</i> .....	33
Percepción .....	37
Tu percepción no es la realidad .....	39
Explotando los sesgos cognitivos. ....	45
El <i>fake</i> histórico compartido .....	51
Relaja antes de tensionar .....	55
Hay dos tipos de secretos (uno lo conoces y el otro lo desconoces) .....	61
Cómo expandir el recuerdo .....	65
Menos es más .....	69
El efecto WOW. ....	73
El <i>alter ego</i> del mago y el vendedor .....	81
Ambigüedad: una técnica infravalorada .....	83
Del reto al <i>win-win</i> .....	89
Aspiración .....	93
La mentira .....	95

Nuestras grandes aspiraciones . . . . .	99
Sin miedo a volar . . . . .	103
Lógica, emoción, interacción . . . . .	107
¿Cómo llegar al espectador? . . . . .	113
El mensaje: perspectivas mágicas . . . . .	117
Construir el adversario . . . . .	123
¿Cómo hacer la mentira más efectiva? . . . . .	127
Anclajes . . . . .	131
Imaginación . . . . .	135
Vuelve a tu estado blanco . . . . .	137
¿Cómo crea un mago? . . . . .	141
Stanislavski . . . . .	145
¿Cómo aprenden los magos? . . . . .	151
¿Por qué debes copiar? . . . . .	161
Creatividad tecnológica . . . . .	165
El motor interior . . . . .	173
El pensamiento positivo . . . . .	179
Los detalles hacen la perfección y la perfección no es detalle . . . . .	183
Anticipación . . . . .	185
El cambio, la adaptación y la anticipación . . . . .	187
¿Cómo darle la vuelta? . . . . .	191
Anticipar la mente del espectador . . . . .	195
Cobertura y <i>misdirection</i> . . . . .	201
Falsa espontaneidad y reserva de nivel de información . . . . .	205
Segundas salidas . . . . .	209
Siete leyes de la magia . . . . .	213
El truco de vender aire: la simulación . . . . .	217
Anticipación a la pérdida . . . . .	221
Demasiado perfecto . . . . .	225

Empoderamiento .....	229
Control y poder, el atisbo .....	231
La pérdida del poder, ¿cómo gestionar el fracaso? .....	235
El <i>timing</i> .....	239
El <i>pre-show</i> .....	243
Paréntesis de olvido .....	245
¿Cómo proteger el truco? .....	247
<i>Rapport</i> .....	251
Cómo ensaya un mago .....	255
Un «no» para un «sí» .....	259
<i>Black Hat</i> , el uso del compinche .....	263
Comunicación a ciegas .....	267
 Una nueva aspiración .....	 271
 <i>Epílogo</i> .....	 275
<i>Referencias bibliográficas</i> .....	279

## Tres pilares mágicos

---

Cuando tenía ocho años mis tíos me llevaron a un pequeño teatro en el barrio del Born, Barcelona. El local de techo bajo, rústico, desprendía un olor como a madera antigua. Unas llamas te invitaban a buscar tu sitio entre las once hileras de sillas. Cortinas cerradas, *jazz* de fondo, aire espeso; cada rincón destilaba misterio. Mi barriga estaba inquieta, los nervios circulaban por mi cuerpo. El pequeño teatro se empezó a llenar de pequeñas familias y mi primo, sentado a mi lado, comentaba con su padre que había un reputado periodista radiofónico en primera línea. La gente hacía predicciones sobre lo que se escondería detrás de las cortinas.

Al cabo de quince minutos parecía mágico que tantas personas hubiesen cabido en el interior del teatro. La música enmudeció y dejó paso a la que sería mi primera guía en el mundo de la magia. Rosa, con un aire simpático pero misterioso, presentaba a los actores de esa tarde: La capsula mágica. Desapareció detrás del telón y entonces la magia comenzó. Los efectos desfilaban uno tras otro como una coreografía milimétrica de gestos y palabras: desapariciones de zapatos, aros que se enlazaban solos, la propia Rosa atravesada por más de veinte espadas... Imposible de creer. Sí, ése fue el día en el que «no» me enamoré de la magia.

Pues, aunque sentí curiosidad, aún no había llegado el momento. La magia, las ventas y la vida son cuestión de *timing*, y el mío no era el adecuado. El verdadero amor surgió cuando tenía doce años, y de forma bastante más dramática.

Yo estudiaba en una buena escuela de Barcelona, tenía amigos y mi familia me quería. Sin embargo, de un día para otro comencé a sentir que ya nada tenía sentido. Perdí las ganas de ir a la escuela y, sin saber por qué, me sentía vacío y solo. Creé en mi mente la imagen de un enorme dolor de estómago y llegué a sentirlo tanto que convencí a todo el mundo de que verdaderamente existía ese dolor.

Dejé de ir a la escuela. Mis padres me cuidaban tanto como podían, pero eso no era suficiente para equilibrar mi interior. Incluso llegaron a pensar que podía tener alguna enfermedad rara y me llevaron a todos los médicos posibles de Barcelona. Pero no fue ninguna receta médica lo que me salvó. Un día vino a cuidarme Anni, una de las vecinas de nuestro edificio, y para pasar el rato me propuso hacer una actividad diferente. Rebuscando entre los juguetes de mi armario encontré una caja con trucos de magia que me habrían regalado en alguna fiesta de cumpleaños y a la que no había hecho el más mínimo caso. Anni me lanzó un reto: a ver si podía sorprenderla con algún truco.

Destapé la caja. Empecé a remover entre los trucos. Leí las páginas del libreto con sus instrucciones. Y sucedió mi primer enamoramiento. El hechizo hizo efecto. Era algo inocente, inexplicable, pero a prueba de fuego.

Ese encuentro cambió y salvó mi vida. Te puedes imaginar, a las tres horas ya me creía mago. ¡Mago! No podía esperar al momento en que mi madre cruzara la puerta de casa para poder sorprenderla con cada uno de los efectos que había aprendido.

La magia entró, el dolor desapareció y todo se aceleró. Talleres, compras de trucos, visionados interminables de



actuaciones y recitales de tres horas seguidas para mis padres, que eran sobornados con macarrones azules. La mente corría más rápido que mi cuerpo y, la verdad, me sentía a gusto con ello.

Éste no es un libro autobiográfico, pero sin conocer los siguientes tres acontecimientos sería difícil entender por qué lo he escrito.

El primero: a los trece años entré en la Sociedad Española de Ilusionismo. Me tuvo que acompañar mi madre, pues el acceso estaba vetado a menores de dieciocho años. Había leído que hacían algunas excepciones, así que llamé, pregunté y me dijeron que me pasara por la tarde.

¿Cómo convencer a magos que cuatuplicaban mi edad de que merecía ocupar un lugar junto a ellos? Acceder a la Sociedad era vital para mí, pues allí se guardaban los secretos que mejorarían mi espectáculo y que me convertirían en un verdadero mago; no podía esperar más tiempo. La Sociedad se ubicaba en el centro de Barcelona, las siglas en el interfono eran la evidencia de que aquel sitio mágico realmente existía. El primer viaje en ascensor desde la recepción hasta la tercera planta todavía está grabado a fuego en mi memoria.

La puerta estaba entreabierta y mi madre y yo pasamos al interior de la sala. No fue una entrada triunfal, los magos se defendían con la mirada de un potencial usurpador de sus secretos. El presidente estaba reunido y otro mago, que debía de tener setenta y muchos, se acercó a preguntarme qué hacía allí. Me sentó en una pequeña mesa negra del bar y no dudó en decirme que me olvidara de dedicarme al mundo de la magia, que eso era imposible.

Me callé la respuesta, pero mi cuerpo no se dejó intimidar. Pensé: imposible lo dirás tú. Convencí al entonces presidente, el señor Roma, para que me hiciera un examen extraordinario de acceso, y así fue cómo al cabo de un mes me convertí en el socio más joven de toda la Sociedad.

Fue también a los trece años cuando debuté por primera vez en un escenario profesional, gracias a la asociación de teatro Ocellassos de Sant Oleguer, en la que actuaba. A los catorce, conocí a David (el tercer acontecimiento). A los quince, conseguí superar las cien actuaciones al año en BBC (bodas, bautizos y comuniones). A los dieciséis, llegó mi primera gran actuación en televisión y un comentario de Risto Mejide que me haría cambiar el chip (el segundo acontecimiento). A los diecisiete, rechazaron mi entrada en el Institut del Teatre por 0,25 puntos, pero me convertí en miembro de la junta directiva de la Sociedad Española de Ilusionismo. A los dieciocho, empecé a estudiar Publicidad y Relaciones Públicas. A los diecinueve, mientras dirigía un campus de verano de magia en el Canal Olímpic con David —del que hablaré más tarde—, uno de los niños nos preguntó por qué no podía hacer magia con su móvil. A los veinte, creamos aplicaciones móviles para la comunidad mágica, democratizamos los trucos de magia con Abracadapp —una aplicación a la que llamamos «el nuevo Magia Borrás» junto a Dani Gil— y cofundé BeWorld, un proyecto para democratizar la realidad virtual. A los veintinueve, conocí a mi ídolo, David Copperfield, y pude presentarle Magic Tweet, un truco tecnológico para adivinar los pensamientos de cualquier espectador por Twitter. A los veintidós, David y yo fuimos —gracias a Héctor y a María José— los productores más jóvenes de toda Europa en estrenar un *show* de gran formato en una gran ciudad europea (Teatre Borràs). A los veintitrés, la empresa Educa Borrás nos pidió que renovásemos su clásica caja, sacamos nuestro primer juguete, Tecnomagia Borrás, e impulsamos Goin, una startup *fintech* para ayudar a los jóvenes a ahorrar e invertir su dinero. A los veinticuatro, David y yo separamos nuestros caminos; crucé el charco y en menos de siete días pasé de que me echaran, casi a la fuerza, de la oficina de un gran productor de Broadway a firmar un acuerdo con el mayor productor de Las Vegas.

La segunda revelación vino a los dieciséis años: estaba empezando a actuar y me llamaron para participar en un concurso de talentos de televisión, *Tú sí que vales*. Acudí a la grabación del programa en junio, pero, claro, con dieciséis años no era consciente de dónde me estaba metiendo. De hecho, ni siquiera me acompañaron mis padres al plató de televisión, sino que fui con un compañero de clase. Me planté en la recepción del estudio y al momento me dijeron que no podía grabar sin estar acompañado por un adulto, así que tuve que convencer a mis padres para que dejaran de trabajar ese día y fueran corriendo al plató.

Estaba ya listo para salir a grabar cuando ocurrió un imprevisto: el concursante que me precedía era un acróbata, y tuvo un accidente que hizo que se precipitara desde más de cuatro metros de altura. Por suerte, el concursante sobrevivió, pero cancelaron la grabación y nos dijeron que nos volverían a avisar para grabar otro día. Pasaron los meses, la llamada no llegaba y yo empezaba a ponerme ansioso. Un día, mientras estaba en clase, comenzó a sonar mi móvil. Fue la primera y única vez en la vida que me pasaba algo así, y mi profesor no dudó ni un segundo en requisarme el teléfono. En cuanto acabó la clase, me dirigí hacia él y le dije que no se podía quedar con el móvil, que lo necesitaba. Pues, sin haberlo mirado, ya tenía un presentimiento. La suerte estuvo de mi lado y fui capaz de convencer al profesor para recuperar mi teléfono. Cuando devolví la llamada perdida, resultó ser una colaboradora de la productora, diciéndome que querían contar conmigo para la grabación de la gala especial de Año Nuevo.

Tenía diez días para preparar un nuevo número, ya que se trataba de una gala especial de Navidad. La ejecución, pese al poco tiempo del que dispuse, fue muy buena, pero recuerdo que mientras estaba en el plató no paraba de pensar en cuánto me criticarían los otros magos del sector por ir

al programa. Ellos se quejaban de que un concurso de talentos desprestigiaba su arte, pero, mirándolo con perspectiva, pocos de los que lo criticaban entonces habrían superado el *casting*.

Lo más importante fue el comentario que me hizo el publicista Risto Mejide, miembro del jurado: «Una cosa más. Has tenido unos minutos excelentes en televisión y nadie va a recordar tu nombre. Diferenciarse lo es todo. Que la gente se acuerde, se llama Xavi». Aún no he visto mejor campaña de *branding* personal en televisión. Mi web se saturó de visitas durante horas y el número que tenía como contacto era el de mi teléfono personal, por lo que tuve que cambiarlo al día siguiente.

Cuánta razón tenía Risto: había estado delante de cuatro millones de personas y no había aprovechado lo suficiente la oportunidad. Pero había aprendido la lección, y sabía que no me volvería a pasar. Risto Mejide me descubrió en quince segundos la segunda clave que me ha llevado a escribir este libro: el apasionante mundo del marketing .

Marketing y magia son los dos pilares que sustentan este libro, pero, sin el tercero, sus caminos y mi vida habrían sido mucho más limitados. Con catorce años, me presenté a un concurso de talentos en el barrio de Gracia de Barcelona. Estaba conversando con otro de los aspirantes y le comenté que ese fin de semana tenía tres actuaciones; un comentario que a David, un chico que acababa de comprar sus primeros trucos de magia y que me oyó de refilón, le pareció muy repelente.

El salto del odio al amor nunca es inmediato y, en este caso, vino por necesidad profesional: David mejoró a la velocidad de la luz su repertorio y en pocos meses se convirtió en un competidor real para mí. Con catorce años, ambos fuimos de los primeros magos de España en pujar por anuncios en Google AdWords, el sistema de anuncios de búsqueda de

Google. Al funcionar como una puja, el valor de la subasta iba creciendo cada vez más. Al final nos llamamos para hablar y llegamos a una conclusión: el único que estaba ganando con esa situación era Google, la mejor opción para nosotros era unirnos y así ser más fuertes respecto al resto.

Aquí descubrimos el verdadero potencial del trabajo en equipo. No pensábamos por dos, sino exponencialmente. Ganábamos más, ideábamos mejores trucos y forjamos una amistad a prueba de balas. A los dieciséis años, nos contactó nuestra primera empresa y nos quedamos realmente extrañados. ¿Cómo una empresa podía estar interesada en la magia? La empresa en cuestión era una reconocida marca de agua embotellada que quería mostrar cómo incluso añadiendo sabores a su agua, ésta mantendría su ligereza. Para demostrarlo visualmente, hicimos que la presentadora del acto empezara a volar al beber de la nueva botella. El efecto WOW se extendió y a Font Vella le siguieron otras como HP, Mercedes-Benz, Huawei, Intel, Accenture, ISDIN, Wolters Kluwer, MásMóvil, Tag Heuer y un largo listado más. ¿Cuál era el verdadero interés de estas marcas al apostar por la magia? ¿Qué misterio se esconde detrás del efecto WOW? ¿Y por qué no llevarlo a cada rincón de una empresa?

Aquí estoy, listo para abrirte otra perspectiva sobre el mundo de las ventas y hacerte pensar que lo imposible está mucho más cerca de lo que crees.

¿Me acompañas?