

El dinero y tú

Una relación particular



Josep M^a Virgili i Cullell

Mi agradecimiento especial para Isa,
 puesto que sin su labor de apoyo y seguimiento
 este texto no habría salido a la luz
y a Félix por su trabajo de afinación en la corrección.

 A todos aquellos con quienes he compartido
algún momento en la vida, por breve o difícil que haya sido,
pues de todos he aprendido, y especialmente,
a Sessa. (www.vedantaadvaita.com)

Amer, Febrero de 2011

Todos los derechos están reservados por el autor. Se prohíbe, entre otros, cualquier comercialización, explotación, reproducción, transformación, distribución o divulgación sin la autorización previa y expresa del autor. No obstante, esta obra podrá divulgarse libremente siempre y cuando no exista ánimo de lucro.

Depósito Legal: GI - 182- 2011

SOBRE EL AUTOR

Josep M^a Virgili i Cullell, nacido en Amer, se integró desde joven en actividades y empresas de diferentes tipos en épocas difíciles. Se formó en estudios mercantiles y fiscales para luego trabajar como empleado, directivo intermedio, consultor de empresas y, finalmente, directivo y empresario.

Ha dedicado más de 25 años a asesorar múltiples proyectos para la creación de empresas de todo tipo y a organizaciones sin ánimo de lucro.

Siempre interesado y comprometido en la búsqueda, aplicación y divulgación de modelos de alta eficiencia que ofrezcan mayor calidad de vida a las personas y de gestión a las empresas, su incesante proceso de formación le ha llevado a profundizar en diversas disciplinas, tanto psicológicas y comportamentales, en especial la Programación Neuro-Lingüística (PNL), como otras más metafísicas y espirituales, entre las que destacan el Vedanta Advaita.

Este libro contiene algunas ideas interesantes de estas y otras ramas del conocimiento así como aspectos propios de la experiencia del autor, ofreciendo así una original visión sobre un tema tan controvertido como es el dinero.

ÍNDICE

Antes de empezar

pg. 7

PRIMERA PARTE

Primero conocerse

pg. 9

El dinero
Qué es importante para ti
Cómo percibimos el mundo
Dureza o flexibilidad
Cómo adquirir flexibilidad

Detectando las limitaciones

pg. .33

Las creencias como límite
Preguntas y cualidades de las preguntas
Preguntas aclaratorias
En qué eres bueno
Objetivos que nos ayuden
Ocúpate en vez de preocuparte.
Revisar los números.

Tomar el camino más corto

pg. 62

Hacer lo simple
Actividad o negocio
Pensar en Grande
Divúlgate
Café para todos
Lo urgente mata lo importante
El precio y el dinero
Las personas
Persistencia, atención y cambio
El dinero como consecuencia
Los problemas del dinero y los ricos
El dinero como búsqueda
El negocio sin mí
De quién es el dinero

Resumen de la primera parte

pg. 118

SEGUNDA PARTE

Qué hacer para ganar dinero

pg. 121

Trabajar para otros
Terapias
Felicitarse a las personas
Orientar a los jóvenes
Cuidado de las personas
Internet
Facebook
Lo ecológico
Un reto sin límites

Concluyendo

pg. 139

PRIMERA PARTE

ANTES DE EMPEZAR

Estás ante un texto que afronta un tema poco habitual y del que se habla poco, si bien afecta a todos de una manera u otra, y esta es su razón de ser.

Para aprender lo que aquí se expone me ha tocado vivir más de 50 años, de los cuales la mayor parte han estado relacionados con el mundo del dinero, tanto por su ausencia como por su presencia. Desde mi más tierna infancia, y sin salir de casa, pude comprobar los pormenores de una actividad económica, sus ventajas e inconvenientes y así, sucesivamente, en el curso de la vida he tenido la oportunidad de ver actividades, empresas y negocios desde los diferentes puntos de vista que ofrece ser empleado, directivo, empresario o consultor, con la riqueza que cada perspectiva ofrece.

Este libro es un reto para ti en diversos aspectos: primero por leerlo, puesto que estoy seguro de que alguna ampolla te puede levantar. El segundo reto que te planteo consiste en que, si lo has recibido sin pagar, deberás decidir si inviertes algo en ti o no, pues en algún momento te pediré que hagas un retorno equivalente o proporcional a lo que tú consideres que de él obtienes. Y el tercero es que, si crees que vale la pena y a ti te ha servido, lo divulgues entre todas las personas con quien tengas afinidad, que les hagas un regalo para que puedan aprovecharlo.

Este texto será divulgado especialmente a través de Internet para que muchas personas puedan recibirlo y aprovechar la información que contiene sin tener que satisfacer un precio antes de leerlo.

No conozco ningún caso en el que se te permita leer un texto y decidas después qué aportación vas a hacer en función de lo que creas que has recibido de él.

Muchas veces aportar una cantidad, pagar por algo, nos motiva a

comprometernos a aplicar aquello que hemos aprendido, a poner en práctica lo que descubrimos. Puedo asegurarte que no es lo mismo asistir a un seminario que te cueste 1000 euros y además tengas que desplazarte 1000 o 2000 kms., que asistir a uno que sea gratuito. Muchas veces la inversión económica comporta el compromiso que permite implantar cambios importantes en nuestra vida.

Quiero destacar la importancia de la información puesto que ella permite comprensiones, aprendizajes y puede anular la duda de una forma estable. Cuando aprendemos algo esta información queda actualizada o fijada para la vida y por tanto es a partir de una información que podemos sacar provecho de forma estable y duradera.

Deseo que te diviertas en la lectura, que te sea útil y, especialmente, rentable.



Primero Conocerse

EL DINERO

No deja de resultar curioso que, siendo el dinero un asunto que está en boca de todos, no se hable de él en la formación de las personas; ni en la escuela, ni en los institutos ni en la universidad se habla de cómo ganar dinero ni de la forma de relacionarnos con él.

Pareciera un tema prohibido, oculto, mal visto. No podemos negar que muchos asocian el dinero al fraude, a la corrupción, al poder, al dominio de las situaciones o de las personas, cuando nada de esto tiene por qué ser así.

El dinero en sí mismo no es ni bueno ni malo, son trozos de metal o papeles sin más. El problema no es el dinero sino lo que cada uno asocia con él y lo que proyectamos a través de él. Podemos encontrar abundantes refranes populares como “el dinero no hace la felicidad”, “don sin din, campana sin badajo” “salud, dinero y amor” y tantos otros. De igual forma, es un aspecto que condiciona la vida de la inmensa mayoría de las personas, bien por no tenerlo y andar detrás de él toda la vida, sufriendo su carencia por no poder adquirir aquello que desean, o por su contrario: tenerlo en exceso y sufrir las consecuencias del miedo a perderlo, a que les roben, a dejar de tenerlo y no poder así calmar la necesidad de protección o cualquier otra circunstancia análoga.

En general, podríamos decir que hay muy poca información sobre el dinero. Basta preguntarle a alguien cuánto quiere ganar cada año y se te queda mirando como las vacas al tren, con cara estupefacta, como si la pregunta

fuera completamente absurda.

Solemos planificar, o lo intentamos, muchos eventos de nuestra vida tales como los estudios, las vacaciones, la boda, el lugar de residencia , la jubilación, el tiempo libre, el trabajo que nos gustaría realizar, pero raramente he oído a nadie planificar su interés económico.

Y no sólo esto; además, hablar de ganar dinero es un tema tabú, es un poco como “ir de sobrado”, ser ostentoso. Quizás sea parecido a hablar de sexo; hay como una norma social encubierta que nos dice: de esto no se habla.

He conocido muchas personas que trabajan toda la vida; han puesto en marcha empresas o negocios pero, sin embargo, ganar dinero no forma parte de su interés cotidiano, a pesar de que sufren por su escasez, pues la falta del mismo les ocasiona constantes dificultades en el buen desarrollo de su proyecto. Un proyecto, empresa o negocio que no ingrese dinero no suele durar mucho en el tiempo; por lo tanto, no afrontar este aspecto suele ser una de las causas que finalmente hará que este proyecto desaparezca y que probablemente se lleve por delante todo o parte del patrimonio de los emprendedores.

En la mayoría de los casos el dinero es la condición principal que permite que las empresas, los negocios y el trabajo sigan existiendo y, por tanto, se faciliten los productos o servicios que se ofrecen desde estas entidades.

A menudo pensamos que el dinero que alguien pueda ganar va en detrimento de otras personas o instituciones, y esto favorece el mal concepto que tenemos de él. Pasa como con el agua: pensamos que por regar los campos, sean de golf o de maíz, se pierde el agua y por tanto esta escasea cuando, igual que cuando llueve, el agua tiene sus circuitos y para nada depende de nadie ni se deja controlar por nada. Ella hace su curso por el interior de la tierra hasta los ríos o el mar, o evaporándose por el camino,

regido todo ello por unas normas que no nos son afines. Así, es frecuente pensar que si alguien tiene mucho es en detrimento de otros que no tienen.

Tenemos la tendencia a ver el dinero como un bien escaso cuando, al igual que el aire o el espacio, hay inmensa abundancia de él. Sólo nuestras creencias, nuestra forma de pensar respecto a él, nos limitan el poder acceder al dinero. En la vida podemos verlo todo como limitado, como escaso, sin embargo podemos mirar y aprender de la naturaleza la cual, cuando se le permite operar con libertad, regala una magnífica y absoluta abundancia en todos los órdenes. Insistimos: nada más allá de nuestras creencias nos limita a la hora de podernos acercar al dinero.

De igual forma se suele pensar que si alguien gana mucho dinero perjudica a otros que no lo tienen, y esto no tiene razón de ser.

Actualmente está mejor visto tener poco dinero o, como mucho, tener una cantidad un poco superior a nuestro entorno pero sin excesos, y así lo afirman muchas personas que prefieren no tener tantos “quebraderos de cabeza”, como si tener dinero tuviera necesariamente que generar problemas a quien lo tiene.

Es bien conocido que las personas con dificultades económicas suelen tocar el corazón de bastante gente con una posición más desahogada; incluso se hacen donaciones para ayudar a los desfavorecidos, aunque realmente lo que se plantea en la mayoría de estos casos sea que el donante en verdad sólo se quiere ayudar a sí mismo a sentirse bien.

Aquí no plantearemos si el dinero hace o no la felicidad, puesto que de entrada presuponemos que la felicidad, bajo la perspectiva común desde la que se suele hablar de ella como aspiración, es algo momentáneo y, por tanto, impermanente, tanto para los que tienen mucho como para los que tienen poco o nada de dinero; permítasenos una pequeña digresión a este

respecto: la felicidad, para que fuera total por permanente, debería tener su causa y razón de ser en sí misma y ser inmune a condicionantes externos, circunstancia que, desde luego, no es la habitual, de ahí que se pueda afirmar que la felicidad lleva siempre en sí misma la infelicidad por llevar implícita, por ejemplo, el miedo a perderla.

Tampoco plantearemos las connotaciones éticas del dinero; lo que aquí interesa es darnos cuenta de aquellos aspectos que nos limitan en la posibilidad de obtenerlo por tener asociadas presunciones o creencias que nos impiden conseguir este objetivo.

En definitiva, el dinero es un medio, un instrumento que afecta a la vida de casi todas las personas; sin embargo, no hay mucha luz sobre este tema. Resulta cuanto menos sorprendente el hecho de que, al tiempo que el dinero forma parte de la mayoría de nuestros actos, no tenemos ninguna formación sobre cómo mejorar nuestras posibilidades de ganarlo ni de cómo relacionarnos con él ni de conocer qué nos despierta o qué sentimos en su presencia o ausencia.

Con este trabajo pretendemos poner un poco de claridad sobre los efectos del dinero en aspectos que nos permitan conocer de forma concreta qué hacer para conseguir obtener más dinero si este es nuestro deseo.

Finalmente, si el dinero no es lo más importante en la vida, tampoco lo menos. Lo más importante, en verdad, es estar atento de forma sostenida a aquello que la vida nos presenta en cada momento, y ahora toca poner la atención en el dinero.

¿QUÉ ES LO IMPORTANTE PARA TI?

Para plantear un tema tan particular como el dinero es muy conveniente que conozcas bien qué es importante para ti, cuál es el orden de prioridades en tu vida; de nada te serviría querer conseguir dinero si ello está en contravía con otros conceptos, valores o creencias que son antagónicos.

Así pues, es saludable saber qué es lo más importante en mi escala de valores, ya que a partir de ello sabré mis prioridades visibles u ocultas y, por tanto, cómo actuar en función de ellas.

Incluso si descubro que mis prioridades son otras, cosa que a veces sucede, me servirá para conocerme y evitar gasto psicológico en intentar obtener algo que no forma parte de mis intereses prioritarios.

Para ello, una buena forma de empezar es hacer una relación de preguntas para indagar qué es lo que más me interesa en la vida. Para realizar la lista no te pares a pensar, deja que fluya sin juzgarlo, no importa lo que salga y, sobre todo, no dejes de poner lo que aparezca, sea lo que sea. Podríamos proceder así:

MI ESCALA DE VALORES

- Pon, en orden de mayor a menor importancia, los 9 valores más importantes para ti, con una sola palabra.

Los valores podrían ser amistad, bienestar, familia, dinero, amor, lealtad, o cualquier otra palabra que creas conveniente

1º	2º	3º
4º	5º	6º
7º	8º	9º

Una vez hayas anotado los nueve primeros valores, y sin sacar conclusiones, podemos seguir jugando.

- Tómate esto como un juego y mira qué pasa si en un papel aparte cambias el orden de los valores, por ejemplo, si el que has puesto en el número 6 lo pasas al nº 1, y así vas jugando a cambiarlos, al principio despacito. ¿Puedes? ¿Es fácil? ¿No es aceptable para ti?

Este juego te mostrará la fuerza de tus creencias, de tus valores. Lo fuertemente asentados que están, lo inamovibles que son, entre otras cosas.

Es interesante revisar si lo que has escrito coincide con lo que es importante para ti puesto que, aunque esté planteado como un juego, la información que aparece es muy importante para tu propio conocimiento.

- Ahora me gustaría que hicieras otra relación con los contravalores, es decir, aquello que más rechazas o más temes.

1º	2º	3º
4º	5º	6º
7º	8º	9º

A continuación escribe en tres columnas verticales los valores y los contravalores de forma que en el nº 1 esté el valor más importante para ti y en la otra columna el que más rechazas.

Ofrécete un tiempo para comprobar la información que ha aparecido en esta última tabla; date cuenta de qué valores y contravalores son antagónicos, de los contravalores que luchan con los valores.

Estoy seguro de que esta información te será de interés para saber qué es lo que realmente quieres y aquello que deseas evitar a toda costa.

Y, en relación con el dinero, tanto en la primera tabla como en la segunda sería interesante que observaras en qué posición está el dinero como valor o como contravalor, o el aspecto que más rechazas.

Pareciera claro que, si para mí el dinero está en la posición 5 o 6 o 9 o ni siquiera aparece como aspecto importante para mí, va a ser muy difícil que enfoque ningún aspecto de mi vida en esta dirección. No es difícil imaginar qué pasará si, además, está en las primeras posiciones de aquellos aspectos que más rechazo.

Para el análisis es conveniente tener en cuenta no sólo las palabras escritas sino también el significado que hay detrás de la palabra misma dado que, por ejemplo, para algunas personas “honestidad” puede significar “no manejar dinero”, para no tener la oportunidad de hacer cosas que no se deben; por tanto, hay que valorar lo que se escribe, pero también ver qué connotaciones tiene la palabra concreta escrita.

Las personas interesadas en obtener dinero y que viven, a la vez, sin conflictos emocionales o mentales con el mismo, seguramente colocarán el aspecto económico en los primeros lugares de la lista de valores, o bien no tendrán aspectos contrarios al mismo. No es extraño encontrar personas con mucho dinero y, al mismo tiempo, con muchos conflictos con él, que pueden presentarse en forma de miedos, de tener que ocultarlo para evitar el rechazo social o, simplemente, por conceptos éticos adquiridos, entre otros.

Si quieres tener alguna posibilidad de que el dinero fluya en tu vida, colócalo en los primeros puestos de tu ranking de valores y observa si puedes mantenerlo ahí sin que tu vida sea incongruente. Si es

incongruente no intentes forzar nada, pues probablemente sólo te haría sufrir.

Si el dinero no encaja en tus valores y sí en los aspectos rechazados, tendrás que aprender a vivir con esto aceptando la fortaleza de tus creencias, e indagar cómo puedes sacar partido de esto, pues no hay ninguna fuerza que sólo tienda en una dirección. Todo tiene su contrapartida y su posibilidad de aprovechamiento.

La vida suele ser así: siempre ofrece una salida.

Finalmente, para algunas personas el dinero no tiene la menor importancia; en cambio la libertad, el ocio, la amistad, el tiempo libre, el amor o cualquier otra condición les ofrece una sensación de estar completos en la vida, y este modo de plenitud les compensa la ausencia de medios económicos.

Sea con dinero o sin dinero es importante siempre mantener la congruencia con uno mismo, no intentar forzar aquello que no nos es propio, y vivir según las comprensiones que cada quién tiene.

CÓMO PERCIBIMOS EL MUNDO

Una de las muchas formas de conocernos es ver cómo actuamos cuando no pensamos en ello, cuando lo hacemos de forma automática; cuáles son nuestras tendencias más habituales, ya que son estas las que guían nuestras acciones y movimientos en todos los ámbitos de la vida.

Para aprender a conocer cómo reaccionamos en nuestro quehacer diario, nos fijaremos en nuestra habilidad para fijarnos en el “todo” o en la “parte”, pues ello nos dará algunas pistas sobre cómo funcionamos y qué es importante para nosotros, así como a qué damos prioridad de forma automática en el cotidiano actuar.

Cuando hablamos de “todo” o “parte” nos referimos al hecho de darnos cuenta, cuando observamos un paisaje, una fotografía, una persona o cualquier cosa, de si nos fijamos en primer lugar en los detalles del evento, detectamos enseguida un detalle, un error, algo extraño o conocido o, por el contrario, lo primero que percibimos es el todo, el conjunto que observamos. Cuando alguien detallista ve a una persona, la chequea rápidamente en búsqueda de detalles que capten su atención y , cuando detecta un detalle, se queda en él o sigue a la búsqueda del siguiente detalle y así sucesivamente.

Por otra parte, si nuestra tendencia es a detectar el conjunto, cuando veamos un paisaje nos daremos cuenta en primer lugar de la armonía, el color, lo agradable que nos resulta y, en todo caso, será con posterioridad que detectaremos detalles.

Cuando una persona “generalista”, como la podríamos llamar, observa un evento, detecta el conjunto pasando por alto algunos de los detalles, puesto que su tendencia prioritaria es detectar el conjunto, a diferencia de los

“detallistas”, que enseguida detectan la parte, los detalles. Aunque no hay duda de que el conjunto es la suma de las partes, las personas con mayor tendencia a considerar muy importantes los detalles tienden a quedarse atrapados en esta pormenorización, de manera que alguien muy centrado en la detección de los detalles suele ser perfeccionista: todo tiene que estar en su punto; no puede permitir que las cosas estén simplemente “bien”, pues esto sería quedarse corto y, contra la opinión común de que esta es una cualidad positiva, conviene estar prevenidos al respecto.

Una vez, un empresario que estaba seleccionando un contable me explicaba que había entrevistado a una persona que le decía que siempre trabajaba para que la contabilidad fuera perfecta. En aquel momento yo no conocía a al aspirante, pero mi opinión fue que no lo contratara, pues una contabilidad nunca puede estar perfecta; continuamente se está moviendo, y cuando acabas de contabilizar algo ya se ha producido un nuevo movimiento que la hace imperfecta.

Es suficiente que una contabilidad dé la información necesaria en el momento preciso. Todo el exceso de esfuerzo que se haga en dirección a la perfección redundará en frustración, estrés y costes económicos innecesarios.

Tristemente, al cabo de un cierto tiempo la persona “perfeccionista” que contrató aquella empresa se bloqueó y abandonó su puesto de trabajo de mala manera por no poder mantener “su” contabilidad de forma perfecta. A pesar del gasto extra de energía que seguramente había llevado a cabo no consiguió su objetivo y acabó perjudicándose y perjudicando a la empresa y a sus compañeros.

Si mi deseo es poner en marcha un negocio, una empresa o cualquier actividad con la finalidad de obtener dinero, y para mí es muy importante que todo esté perfecto, debo saber que esto puede ser un gran obstáculo para

poder conseguir hacer las cosas de forma fácil, aunque también es cierto que, si sólo atiende el conjunto, a lo general, se le pueden escapar detalles importantes que, por ejemplo, produzcan insatisfacción al cliente por falta de detalle.

Por lo tanto, si quieres tener un negocio, una empresa o un proyecto con el que obtener dinero tienes que tener en cuenta la necesidad de ser a la vez lo suficiente detallista y generalista para, sin encallarte en cosas innecesarias, al mismo tiempo atender suficientemente los detalles que dotan al producto o servicio de la necesaria calidad.

Probablemente a estas alturas te preguntarás: “¿y cómo conseguir esto?” Pues como todo: se pueden realizar prácticas que nos ayuden a ampliar nuestras habilidades que mayormente pasan, primero, por aceptar la importancia de este aspecto, y después por desarrollar las diferentes actitudes.

Ejemplo de práctica: mirar la televisión durante un rato, sin voz, fijándose en lo general sin pensar en los detalles que detectemos, sólo estando atentos. A continuación, cambiamos y empezamos a mirar lo que allí se nos muestra pero atendiendo la parte: si aparece una persona mirando sus ojos, labios, color del pelo, pasando de un detalle a otro, sin opinar sobre ellos pero dándonos cuenta de los diferentes matices que van apareciendo.

Una práctica tan sencilla como esta, con el tiempo, nos permitirá equilibrar nuestra forma de percepción del todo y de la parte de forma automática, de manera que cuando estemos inmersos en nuestra actividad nos será más fácil considerar simultáneamente ambos aspectos, sin quedarnos excesivamente en uno perdiéndonos el otro.

Las personas cuya tendencia preferente, en este sentido, es la de ser muy detallista, suelen perderse en intentar conseguir la perfección, con lo cual

nunca es el momento de poder acabar algo, de poderlo entregar, siempre les falta algo y, trasvasando esta tendencia al campo de las iniciativas, es probable que la duda les corra y que sufran por no sentirse suficientemente preparados o buenos para poder llevar a cabo sus proyectos.

Por el contrario, las personas muy generalistas tienden a ser demasiado superficiales en determinados aspectos, por no considerar los detalles como importantes, y fácilmente pueden caer en el error, por ejemplo, de conseguir muchos clientes para a continuación perderlos por no cuidarlos o no atender lo que necesitan.

A estas alturas debería quedar claro que, como cualidad importante para quien quiere tener un negocio, una empresa o un proyecto con éxito, se debe tener la habilidad de hacer un zoom con cierta frecuencia para pasar de los detalles, sin engancharse en ellos más de lo necesario, a la visión general y a la interrelación de todos los elementos importantes de la situación.



DUREZA O FLEXIBILIDAD

Otra de las clasificaciones que vamos a tener en cuenta para seguir conociéndonos y saber más de nosotros mismos es nuestra capacidad de flexibilizarnos ante las situaciones que nos ofrece la vida o, por el contrario, la dureza o inflexibilidad que mostramos ante los sucesos que afrontamos.

En el curso de la vida vamos allegando información y vamos conformando unos criterios, unas creencias, que con el paso del tiempo cada vez son más arraigadas, más estables, más firmes, hasta el punto de que en muchos casos las consideramos verdaderas leyes universales. Sin embargo, basta que alguien nos haga alguna pregunta inteligente sobre estas creencias para que caigan como un castillo de naipes, mostrándonos la inconsistencia que tenían.

Por poner un ejemplo, una creencia podría ser "creo que soy buena persona"; para cuestionarla bastaría preguntar "¿cómo sabes que eres buena persona?", a lo que podrías responder "No le hago mal a nadie". Bien, analicemos un poco esto: puedes considerarte buena persona yendo por un prado pisando a todos los animales que están debajo de tus pies y matándolos en la mayor parte de los casos, o matando todos los insectos que entran en tu casa, o favoreciendo que se maten animales al pedir carne en un restaurante, o pagando tus impuestos que sirven, entre otras cosas, para fabricar armas que matan a personas, o puedes creerte buena persona mientras conduces un coche que emite co2 que contamina el planeta, y tantas y tantas otras implicaciones. Claro, después de este simple cuestionamiento quizás tu creencia de lo que es ser "buena persona" quede algo tocada y tengas que mirar el mundo desde otras perspectivas. Lo que parecía que era, quizás ya no sea.

La mayoría de las personas nos movemos según nuestras creencias,

hacemos y deshacemos en la vida según lo que creemos.

Cuando somos jóvenes algunas de nuestras creencias tienen cierta flexibilidad; con el paso de los años vamos reforzando aquello que pensamos a base de repetirlo, y con ello nuestras creencias cada vez tienen más consistencia. Así, podemos observar que las personas muy mayores tienen manías, fijaciones que no son más que la repetición continuada de los mismos pensamientos o creencias.

Las creencias no son más que pensamientos o generalizaciones de pensamientos para ahorrarnos pasar por toda la información que hay alrededor de un tema.

Así, si mi creencia es “creo que es bueno hacer deporte”, con esa sencilla frase simplifico toda la explicación y la experiencia que hay detrás de esta generalización y cada vez que hablo de ello me ahorro tener que volver a pasar por toda la información que hay contenida en la creencia y que le da soporte.

Podemos afirmar que existe una importante relación entre las creencias que tenemos respecto a un aspecto de la vida y cómo actuamos en relación al mismo, y para ello vamos a profundizar un poco en el tema de las creencias.

A las personas no les queda otra opción que vivir en función de aquello que creen y, generalmente, sin ninguna conciencia de que esto es así. Por ello lo que creas sobre el dinero, los negocios, las empresas, tus posibilidades de ganar más, condiciona de forma inexorable aquello que vives y vas a vivir.

Raramente alguien que crea que no merece dinero o que el dinero es perjudicial o que quien tiene dinero es porque lo quita a otros, va a tener mucho. Y no es por la creencia misma sino porque toda su vida va a responder de una forma u otra a esta manera de pensar, pues finalmente

actuamos según aquello que pensamos, y si nuestros pensamientos o creencias tienden a alejarnos del dinero, esto es lo que haremos, consciente o inconscientemente.

Por tanto, un buen trabajo de autoconocimiento es saber de la existencia de nuestras creencias, hacernos conscientes de que ellas son pensamientos y, por lo tanto, aceptar que tienen el valor y la inestabilidad de los pensamientos: hoy pienso esto y mañana lo contrario. Saber que vivimos de acuerdo con lo que pensamos y, especialmente, con nuestras creencias más reforzadas, es el primer paso que nos impulsa hacia su cuestionamiento a través de la atenta y sincera observación de aquello que pensamos.

A partir de ser conscientes de la existencia y fortaleza o debilidad de nuestras creencias podemos cuestionarlas, podemos ver cuáles de ellas están asociadas al tema del dinero, si nuestras creencias están a favor o en contra de él, de tenerlo, de disfrutarlo o de merecerlo.

- Si crees que puedes, puedes

Si crees que no puedes, no puedes -

Cuanto más reforzadas estén tus creencias, menos flexibilidad habrá en ti y más difícil te será adaptarte constantemente a aquello que se tenga que hacer para obtener el dinero o los recursos que te propongas. La flexibilidad es una condición importante para quienes están en negocios o empresas, puesto que sin ella la adaptación al medio se hace casi imposible.

Quizás podamos entenderlo mejor con un ejemplo: imagínate como jugador de un equipo de fútbol amateur. Siempre has jugado como defensa lateral derecho y allí te defiendes muy bien, eres disciplinado y cumplidor; lo sabes y estás convencido de ello. Ahora acabas de cambiar de equipo donde no conoces al entrenador ni a los jugadores que son tus nuevos compañeros.

Tu opción más natural es intentar continuar jugando en el lateral de la defensa, correr mucho, entrenarte a fondo para ver si el entrenador te pone en el once titular. Si lo consigues, no habrá problema pero, en caso contrario, empezarás a sentirte mal, a criticarlo, a dudar de si continuar jugando, a pensar que eres mejor que otros, a pensar que podría dejarte jugar como mínimo una parte del partido y mil cosas más.

Pero ¿qué pasaría si le haces saber al entrenador, de forma directa o indirecta, que también puedes jugar de interior o de defensa central (que son puestos con funciones parecidas) y además, tanto si juegas como si no, animas constantemente al equipo y utilizas las mismas palabras que el entrenador para motivarlo? Simplemente tu capacidad de adaptación tendrá varios efectos: al facilitar las cosas al entrenador él, conscientemente o no, se sentirá apoyado por tu aportación, y tus posibilidades de jugar crecerán enormemente.

En cambio si te mantienes en tus creencias de que “yo soy lateral”, y sólo tienes esta opción, tus posibilidades de obtener lo que deseas, que es jugar, decaen.

Las personas que mejor se adaptan al sistema en el que están suelen ser las más eficientes debido a que anteponen las conveniencias del sistema a las suyas. Generalmente, lo que nos impide dar prioridad a las conveniencias del sistema son nuestras creencias.

Si quieres ganar dinero tendrás que hacer lo que otros quieran, no lo que quieres tú; tendrás que aportar valor a su vida, satisfacer sus necesidades, hacerles más fácil la vida para que ellos te paguen por tu labor. Lo que tú quieres no le suele importar a casi nadie. A cada quién solo le importa lo suyo, lo que considera importante, puesto que nuestra mente egoica nos impele a dar preponderancia a lo nuestro.

El camino que lleva al dinero está encauzado bajo la condición de estar atento a todo aquello que pueda relacionar lo que hagas con lo que el mundo demande, no importa lo que sea. Si eres inversor, deberás estar permanentemente atento a la bolsa o a aquello en que inviertas; si tienes una empresa tendrás que estar atento a que todas las áreas de la misma funcionen debidamente, etc. Uno de los peores enemigos del dinero son las distracciones, pues cuando ellas operan nos alejan de lo que hay que hacer. Huelga decir que suelen aparecer a menudo.

Las creencias que te limitan para poder hacer aquello que los demás quieran o necesiten son aquellas que tendrás que revisar y, para ello, la condición de la flexibilidad es muy importante. Cuando dices “esto no lo puedo hacer”, esta frase está sustentada por una creencia que te impide hacer aquello que se te pide.

Los que más dinero ganan son los más flexibles, los que mejor se adaptan a las necesidades que van apareciendo y los más rápidos en detectar y adaptarse a nuevas exigencias.

Aquellos a los que les cuesta aceptar la situación que existe suelen estar siempre protestando e intentando cambiar el mundo; mientras, el mundo y el dinero siguen su curso sin hacerles mucho caso.

CÓMO ADQUIRIR FLEXIBILIDAD

LOS TRES CÍRCULOS

Pueden existir muchas prácticas que ayuden a mejorar nuestra flexibilidad. Una de ellas consiste en dibujar tres círculos en el suelo a cierta distancia uno del otro. En uno de ellos veremos nuestra posición actual, lo que pensamos, cómo queremos que sean las cosas, cómo nos va, etc.

En otro de los círculos pondremos el otro, los clientes, el dinero, o aquello que queramos analizar.

En el tercero colocaremos una posición de observador externo, de alguien que ve el conjunto de mi posición y la del otro de forma desapasionada. Su función es la observar. Sólo observa cómo se relacionan estas partes, qué intereses comunes tienen, cuáles son dispares, si son negociables o no y toda aquella información que aparezca.

Para darnos cuenta de nuestro estado de flexibilidad respecto a cualquier asunto es suficiente que pasemos por estos tres círculos, y si puede ser acompañados por alguien, mejor.

PRIMER CÍRCULO: YO

En primer lugar entra en tu círculo con los ojos cerrados, relájate y toma un par de inspiraciones profundas. Ahora pregúntate:

- ¿Qué pienso o creo respecto al dinero?
- ¿Qué hay de bueno en el dinero?
- ¿Qué veo o qué me digo de malo respecto a él?
- ¿Qué pienso de los que tienen dinero?
- ¿Cómo sería yo si lo tuviera?
- ¿Cuánto dinero me permito tener?
- ¿Qué me ocurriría si tuviera dinero?

Después de cada pregunta está bien dejar un tiempo para ver qué aparece en tu interior, más de forma intuitiva que mental, no importa lo que sea, recuérdalo, verbalízalo o apúntalo, te servirá, ya que seguramente saldrán opiniones y conceptos de ti mismo que no conocías. No intentes entender ni intelectualizar lo que sale, solo anótalo para que no se te olvide.

Cuando termines sal del círculo, relájate, muévete un poco, pasea y distráete antes de continuar con el juego para que el flujo de información respecto a aquella posición cese.

Una vez hayas pasado por tu posición, trasládote a la posición del dinero. Tómatelo como un juego. También puedes hacer este trabajo con alguien que te acompañe y te haga las preguntas y anote tus respuestas, ya que eso te permitiría estar más centrado en lo que haces.

SEGUNDO CÍRCULO: EL DINERO

Ponte en el lugar del dinero, cierra los ojos y toma un par de inspiraciones profundas, sé el dinero mismo, siéntete como si fueras una moneda o un billete, y mira qué información hay ahí. Pregúntate, por ejemplo:

¿Cómo soy?

¿Qué siento?

¿Por qué razón estoy más con unos que con otros?

¿Cuál es la razón de que tanta gente me odie o me rechace?

¿Qué molestias creo en la gente?

¿Qué problemas tienen los que disponen de mí libremente?

¿Qué debería hacer Juan, Pedro o María (tu nombre) para poder disfrutar de abundancia de dinero?

No te olvides de que en esta posición "eres" el dinero, recabas la información que él tiene, lo que él sabe, y por tanto es importante verbalizar la información que aparece después de cada pregunta, sin analizarla, solo

anotarla para ver qué sale.

Cuando hayas acabado con las preguntas o esté bien para ti, puedes abandonar el círculo, ver que información ha salido, moverte físicamente y poner la atención en otros asuntos para romper el estado anterior.

TERCER CÍRCULO: EL OBSERVADOR.

Al igual que en los casos anteriores, cierra los ojos, toma un par de inspiraciones y ponte en los zapatos de un observador ajeno que observa el sistema o, lo que es lo mismo, a ti y al dinero.

- ¿Qué relación hay entre ambos?
- ¿Qué tienen uno a favor del otro?
- ¿Cuáles son las diferencias? ¿son insalvables?
- ¿Qué debería hacer Juan Pedro o María (tú) para poder relacionarse de forma diferente con el dinero?
- ¿Cuáles son los objetivos de cada parte?
- ¿En qué coinciden?
- ¿Qué piensa el uno del otro?

Anota las respuestas que se te han ofrecido, sin juzgarlas, sin opinión, puesto que ellas te darán nuevas comprensiones sobre lo que piensas, crees y sientes en relación con el dinero. Finalmente sabrás más sobre ti que antes de realizar esta pequeña práctica.

Una vez hayas pasado por las tres posiciones puedes optar por revisar toda la información que ha salido, ordenarla y ver qué comprendes de ella, o bien volver a pasar por cada una de las posiciones y volver a hacer las preguntas para ver qué efecto tiene la información que ha salido en el "viaje" anterior. Haciendo varias vueltas podrás darte cuenta del efecto que tiene la información que va apareciendo, podrás constatar qué efecto tiene la comprensión sobre las creencias previamente establecidas y cómo estas pueden ser cuestionadas con este sencillo proceso.

Puedes hacer esta práctica sobre cualquier tema que te apetezca. Aquí se plantea sobre el dinero, pero puedes hacerlo sobre la relación con otra persona, con algún conflicto que tengas con alguien o algo, etc. Sólo debes recordar pasar por todas las posiciones para que vaya apareciendo la información de cada posición.

Cuanto más a menudo la realices más fluidez tendrás en ella y más fácil te resultará hacerla y obtener información; llegará un momento en que quizás ya no necesites trasladarte a la situación físicamente: bastará con que estés atento a la información del otro campo y seguramente dispondrás de información del caso.

UN POCO MAS ALLÁ.

Si tu tendencia habitual es pensar que todo está limitado, que no es posible para ti, que esto está bien para los demás y que tú no puedes, aquí tienes otro pequeño juego que puede ayudar a flexibilizar un poco tus creencias limitativas.

Si dispones de alguien que pueda acompañarte en este proceso quizás te facilite las cosas, en caso contrario, puedes hacerlo solo. En ambos casos te recomiendo que primero leas todo el trabajo que se propone las veces que consideres necesarias, y luego lo lleves a cabo.

Nuevamente te propongo que dibujes tres espacios en el suelo uno frente a otro, con un paso de distancia entre los tres; ahora vamos a entrar en ellos para anclar en cada uno una experiencia diferente que nos sirva de punto de apoyo para con posterioridad llevar a cabo el ejercicio en cuestión.

El primero representa tu situación actual, tu forma de pensar o sentir de forma limitada.

El segundo es una situación agradable, como tomar el sol en la playa, caminar, sentir la brisa o cualquier otra que elijas.

El tercero debe recordarte una experiencia en la que te sientas como quieras sentirte, con fuerza para afrontar lo que quieres, inspirado, sin duda; una situación que quisieras disponer en el primer espacio.

Ahora vamos a hacerlo y verás que es muy sencillo realizar este proceso:

Colócate de pie en el primer espacio y recuerda un poco el problema que quieres cambiar. Supongamos que es “sentirme mal si gano dinero”; quédate

unos breves momentos en este espacio y luego sal de él.

Ponte a continuación en el segundo espacio y ahí recuerda alguna vez que has estado tranquilo, confiado, a gusto, no importa en qué ambiente, pero recuérdalo con viveza, viendo lo que veías, sintiendo lo que sentías, deja que esto te inunde la percepción. Después de hacer este proceso, sal y distráete un poco, camina, tómate un minuto para salir de este estado.

A continuación sitúate en el tercer espacio y recuerda una experiencia donde disponías de los recursos que desearías tener para evitar el conflicto que te afecta y que has evocado en el primer espacio. Puede ser fortaleza, certeza, confianza, seguridad o aquello que necesites. Recuerda con intensidad una experiencia que hayas tenido en la que dispusieras de este recurso; adopta la postura que tenías en esa situación, cómo respirabas, qué te decías, qué veías, cómo te sentías.. deja que este estado tome fuerza, que se intensifique durante unos minutos y que todo tu cuerpo experimente esta sensación de forma muy vívida.

Cuando acabes, sal del círculo para que iniciemos el juego que quizás te permita establecer algún cambio.

Ahora entra en el primer espacio, con los ojos cerrados, y recuerda cuál es el problema que te afecta y hazlo durante breves segundos para, a continuación, dar un paso al frente y pasar al espacio tranquilo, confiado, que antes has dispuesto.

Quédate unos segundos en él recordando este estado tranquilo de bienestar, hasta que toda tu percepción pase del estado-problema anterior al estado neutro y agradable por un momento para, seguidamente, dar un paso al frente y trasladarte al espacio deseado, donde recordarás y sentirás

cómo es disponer de los recursos adecuados, fuerza, certeza, seguridad o lo que tu problema necesite, y quedarte un tiempo más largo, 30 segundos o un minuto.

Después de este tiempo sal y vuélvete a colocar en el primer espacio y repite el proceso anterior, pasando por los tres espacios como la primera vez.

Repite el ir pasando por los tres espacios, tal como se ha indicado, unas 10 o 15 veces, para reforzar este cambio en el sistema y permitir que tu mente tenga otra opción diferente a la que disponía hasta ahora.

Es posible que a medida que lo realices, te sea más difícil recordar el espacio-problema, Si es así no importa, no te esfuerces mucho en recordarlo, sólo pasa por allí y repite el juego una y otra vez, cada vez con mayor rapidez, para que tus sistemas se acomoden a esta nueva manera de funcionar.

Este sencillo juego puede serte de mucha utilidad para salir de algunos tipos de comportamientos y hábitos muy instalados que ahora ya no te son útiles pero que, sin embargo, emergen una y otra vez.



Detectando las limitaciones

LAS CREENCIAS COMO LÍMITE

Nadie lleva a cabo aquello que no cree que pueda hacer. A pesar de no ser conscientes de ello, las creencias marcan el límite hasta el cual nos está permitido ir respecto a un asunto cualquiera. A menudo podríamos comparar una creencia con una línea marcada en el suelo, que nos muestra el límite hasta donde nos es permitido movernos o aceptar aquello que se plantea.

El dinero, como ya se ha dicho, está muy relacionado con creencias muy profundas, aunque no sepamos la importancia que pueda tener esta relación en nuestra experiencia con el dinero. Si en nuestra experiencia, o en la de nuestra familia o allegados, hay la creencia de que aquellos que tienen dinero es porque lo han conseguido a costa de otros, o bien nuestros padres siempre han tenido malas experiencias con personas con dinero, es muy probable que esta forma de pensar sea como una losa para nosotros y que estas referencias sean un poco las gafas con que vemos el mundo que nos ocupa.

Por nuestras creencias, los humanos somos capaces de meternos en auténticos líos, confrontaciones e incluso guerras. Eso nos puede dar una clara referencia de la importancia que tienen en nuestra vida.

Deberíamos tener en cuenta que cuando decimos "creo", a veces podemos hacerlo bajo la premisa de un cierto tipo de certezas ("creo en ti", "creo en la homeopatía") pero frecuentemente significa que no tengo, precisamente, certeza sobre lo que viene a continuación; aquello que sé, que conozco, no se expresa en términos de creencia o duda sino de asertividad. Raramente utilizaré el término "creo" para expresar verdades que me son evidentes como "creo que me llamo Juan", o "creo que existo". En cambio, sí oiremos

decir “creo que lloverá”, “creo que le conozco”, “creo que sé cómo hacerlo”, entre otras muchas de las afirmaciones que cotidianamente realizamos y que implican un cierto grado, mayor o menor, de incertidumbre.

No deja de ser curioso que los humanos nos movamos fundamentalmente más por nuestras creencias que por nuestras certezas y que, además, las consideremos tan importantes que raramente estamos dispuestos a "negociarlas". Cuando alguien dice "creo que...", ya casi puedes dejar de intentar hacerle cambiar de opinión, puesto que está expresando una creencia que a menudo es totalmente inamovible y, a pesar de que puedas demostrar lo que dices, intentar desterrar una creencia seguramente sólo va a proporcionarte un enemigo.

En los últimos años las empresas han gastado grandes cantidades de dinero intentando que sus empleados cambien sus maneras de pensar, para motivarlos, para que actúen tal como las empresas creen que deben hacerlo, y los resultados raramente pasarán nunca de ser muy limitados, puesto que si en algo estamos interesadas las personas es en reforzar una y otra vez lo que pensamos, y bajo ningún concepto estamos dispuestas a cambiar creencias.

Para nosotros, las creencias son como pilares a los que nos asimos para poder darle significado a todo aquello que no sabemos. Así, nos ahorramos tener que explicar o explicarnos cada una de las experiencias que hay detrás de las creencias.

En relación con el dinero, y al igual que en tantos otros casos, la ausencia de experiencia es suplida utilizando creencias que no sabemos de dónde hemos sacado, pero que a menudo están profundamente arraigadas.

Si creo que el dinero es malo, que siempre trae problemas, que si tengo dinero voy a perder amigos, que cuanto más dinero tenga más avaricia

tendré, y tantas otras de las que normalmente no tenemos ninguna conciencia, todas estas creencias no harán más que trabajar como auténticos límites que raramente podremos traspasar.

Si quieres transitar por el mundo del dinero con cierto éxito, puedes hacer un buen repaso a las creencias que guían tu experiencia con el dinero, qué piensas sobre él, en relación con las personas que lo tienen y lo manejan, sobre las empresas, respecto a los inversores o los comerciantes.

Las creencias más arraigadas serán tus propios límites, y no te será fácil traspasarlos puesto que, como hemos dicho, están muy asentadas y bien instaladas en tu cerebro, de modo que actúan muchas veces de forma automática e involuntaria y, lo que en muchas ocasiones es peor, sin poder hacer nada para desactivarlas.

Quizás a estas alturas te preguntes cómo puedes arreglártelas para cambiar las creencias limitativas, y aunque ello no sea fácil, podemos proporcionarte alguna pauta para que puedas cuestionarlas y ponerlas en duda con el fin de adquirir cierta flexibilidad que te permita poder ir un poco más allá de ellas sin que te impidan avanzar en este tema o en cualquier otro.

Supongamos que una creencia sea "yo nunca podré tener dinero". Una forma de cuestionarla es con preguntas como: "¿Cómo sé que no podré tenerlo si aún no ha sucedido?" o "¿Qué cambiaría si pudiera tenerlo?" o "Si he podido conseguir otras cosas, ¿por qué no podría conseguir también dinero?" o "¿Qué puedo hacer concretamente para empezar a tenerlo, aunque sea en pequeñas cantidades?".

Como la mayoría de creencias no están soportadas en experiencias vividas sino en pensamientos o miedos que sólo ocurren en la mente, pueden ser cuestionadas con preguntas que nos trasladen a lo que está pasando y nos saquen de situaciones inexistentes, y esto tiene bastante que ver con la

flexibilidad mental de cada quien.

También podrías hacer una relación de las creencias que has cambiado en tu vida, sobre lo que creías respecto a los Reyes Magos, a los padres, a los hombres o las mujeres, a los amigos, a tus capacidades... y te darás cuenta de que las creencias cambian con el paso del tiempo y especialmente, a medida que vas teniendo experiencias en tu vida, percibirás que esta se ocupa de demostrarte que las cosas no son como tú piensas. Aunque muchas veces ni así cambiamos nuestras creencias, sino que más bien hacemos cualquier cosa para justificarlas.

Ser flexible no garantiza poder conseguir dinero, pero ayuda a adaptarte a las situaciones y a sus cambios, y también permite vivir con menos sufrimiento, con más capacidad de adaptación.

PREGUNTAS Y CUALIDADES DE LAS PREGUNTAS

Las preguntas, como todo el lenguaje que usamos, son una referencia clara de cómo nos relacionamos con el mundo y con nosotros mismos. Esto podría parecer una tontería, pero hay que tener en cuenta que hay muchas personas a quienes siendo niños se les ha dicho una y mil veces "no preguntes", "no seas curioso", "sé discreto", y tantas otras instrucciones que les pesan como una losa y, con el tiempo, se han convertido en un mandamiento inalterable.

Cuando los niños son niños pasan una época en que preguntan sobre cualquier cosa, aunque no todos; su sed de saber es inagotable y pueden estar horas preguntando, como si para ellos fuera un juego. A menudo los mayores nos cansamos y, por miedo a que nos pregunten lo más simple y obvio, ya sea en casa tanto como cuando estamos con otras personas, les "educamos" o mal educamos en la represión de la curiosidad. Luego la mayoría de la gente nunca se pregunta nada en la vida, y nos la pasamos reinventando la rueda ya inventada por no preguntar al que sabe, sea el vecino, el amigo o cualquier persona cercana.

¿Te has dado cuenta de que casi nadie deja de responder una pregunta si se hace de forma correcta y con sinceridad?

Otra enseñanza que muchos de nosotros hemos recibido de pequeños es "cuando yo te pregunto, respóndeme". Así pues, puedes preguntar cualquier cosa a quien quieras y seguramente te responderá mucho más ampliamente de lo que tú esperabas. Y si no responde y estás atento, esto que surja también será una respuesta. No responder o irse por las ramas también es responder.

Estas son algunas preguntas que te pueden ser útiles.

¿Qué quiero?

¿Qué es lo mejor para mí?

¿A qué quiero dedicarme en la vida?

¿Cuánto dinero quiero ganar al año?

¿Por qué no puedo ser millonario?

Para muchas personas estas preguntas son, o bien una demostración de egoísmo, o bien lanzarse a la imaginación, cosa que puede parecerles poco productiva.

Aclarando conceptos entenderemos el egoísmo como una función de la mente, en el sentido de “tendencia” a apropiarse continuamente de lo que hacemos, pensamos o sentimos y, en este estado de percepción desde el que actuamos habitualmente la inmensa mayoría de los humanos, la función egoica de la mente es común para todos, queramos ser buenos o no. Tengamos buenas, mejores o peores intenciones, la función egoica está casi siempre presente en nuestros actos.

El egoísmo, entonces, no es una cuestión ética; es más bien una cuestión operativa de la mente del ser humano de la que difícilmente se puede librar.

Hacer preguntas correctas o adecuadas es una buena forma de mantenerse enfocado en aquello que es importante para nosotros, sea lo que sea. Así, si me gusta escalar, las buenas preguntas girarían en torno a dónde puedo aprender, quién me puede enseñar, si es peligroso, si se puede escalar sólo o necesito a otras personas, si tengo que ir muy lejos de casa, si es un deporte caro o si puedo permitírmelo, si quiero escalar a nivel amateur o profesional, si puedo ganar dinero con la escalada por estar bien retribuido y así tantas otras que en poco tiempo me permitirán saber mucho sobre un tema de mi interés y con la ventaja de que esa indagación supone un coste cero.

De todas las preguntas, las peores son las no formuladas, puesto que nunca aportan nada.

Hay una razón que favorece en gran medida el oscurantismo alrededor del dinero, y es precisamente el no hacer preguntas relacionadas con él, sobre todo al que tiene mucho.

Es corriente que después de muchos años de práctica de cualquier actividad, esta se convierta casi en un arte. No importa si se aprende artes marciales, tiro con arco, vas en bicicleta, trabajas de herrero o eres profesor. Con el tiempo uno adquiere destrezas como consecuencia de realizar la actividad por sí misma, es decir, desde ese estado de atención presencial al que hacíamos referencia anteriormente, donde no opera la función egoica de la mente y es posible ejecutar la acción con maestría, entendida esta como la acción exenta de las dos condiciones que constituyen el eje de dicha función: la apetencia de fruto y el sentido de identificación egoica; es esa maestría, precisamente, la que permite un muy alto grado de eficacia en la ejecución de cualquier acción.

En este sentido, el “maestro” del dinero sería aquel que lo ha vivido, lo ha sufrido, lo ha disfrutado, acumulando experiencias muy amplias después de muchos años de relacionarse con él. Tan diverso bagaje de experiencias reportan comprensiones estables sobre lo que se tiene hacer y lo que no, sobre lo que funciona y lo que no.

Toda persona viene a ser, a su manera y de una forma u otra, una especie de wikipedia con patas a disposición de todo aquel que quiera preguntar sobre aquello que no sabe pero acerca de lo cual quiere aprender. Lo más curioso es que nunca o casi nunca utilizamos esos archivos vivientes. Sea por la causa que sea, nunca o casi nunca preguntamos a las personas que ya han realizado el camino que nosotros queremos emprender cómo les ha ido, cuáles son las dificultades, qué hay que evitar, cómo lo harían ellos en

nuestro lugar.

Está claro que si te viene a preguntar alguien sobre tu negocio, y sabes que quiere montar uno similar, es posible que no le des muchos detalles, pero si tú quieres montar un negocio de venta de maquinaria a la industria alimenticia y le vas a preguntar a quien vende carne, por ejemplo, obtendrás una gran cantidad de información que, de no preguntarla, es muy probable que tardes años en descubrir. Con esa limitación auestas, y en el transcurso de los años, terminarás cometiendo la mayor parte de los mismos errores que han cometido aquellos que antes que tú han transitado por tu mismo camino y que, de haberles preguntado, te habrías ahorrado.

A este error podríamos denominarle “reinventar la rueda todos los días”, y esto es lo que solemos hacer la mayoría de las personas en el intento de ser únicos.

Si quieres gastar poca energía para obtener resultados muy interesantes, dedícate a preguntar con delicadeza, tacto, elegancia y corrección a aquellas personas que ya han conseguido el objetivo que tú pretendes. Esto te ahorrara mucho trabajo y probablemente te sorprenderá que tantas personas estén dispuestas a explicarte tantas cosas que probablemente considerarías íntimas y que nunca esperarías que te contaran.

Nunca olvides que las personas, por nuestra condición egoica, estamos ávidas de hablar de nosotros, de nuestras experiencias, de aquello que sabemos y, por tanto, si aprendemos a preguntar, en la inmensa mayoría de los casos se nos contestará gustosamente.

Así pues, y por cerrar este capítulo, si quieres ganar dinero sin mucho esfuerzo pregunta a los que saben cómo hacerlo. No reinventes la rueda, adquiérela gratis. Hay miles de personas dispuestas a contarte, por cero euros, cómo lo han hecho.

ALGUNAS PREGUNTAS ACLARATORIAS

Planteamos a continuación algunas preguntas, que conviene contestar, que te pueden servir para aclarar tu posición personal respecto al dinero y qué estás dispuestos a hacer y qué no para disponer de él, entre otras cuestiones.

Cuantas menos palabras utilicemos para cada respuesta mejor, ya que menos palabras significa más concreción y, por tanto, más calidad en la información que aparezca en cada caso.

- ¿Qué significa el dinero para mí?
- ¿Cómo viví el tema del dinero en mi infancia?
- ¿Conozco personas con mucho dinero?
- ¿Qué cifra es “mucho dinero”?
- ¿Cómo catalogo a las personas con mucho dinero?

- ¿Cuánto gano al año?
- ¿Cuánto dinero deseo tener?
- ¿Cuánto dinero quiero ganar al año?
- ¿Cuánto dinero me permito ganar?
- ¿Cuánto dinero me permitiría ganar al año?
- ¿A partir de qué cifra considero inmoral tener más dinero?
- ¿Qué pienso de los millonarios?
- ¿Cómo me sentiría si obtuviera mucho dinero cada año?
- ¿Cambiaría de amistades?
- ¿Cambiaría de casa?
- ¿Gastaría mucho más que ahora?

- ¿Conoces personas ricas que sean buenas personas?
- ¿Si ganaras mucho dinero serías como ellos?
- ¿Crees que el dinero resuelve todos los problemas?

- ¿Tienes amigos que tienen mucho más dinero que tú?
- ¿Crees que la gente que tiene mucho dinero lo consigue legalmente?
- ¿Piensas que los ricos son honrados?
- ¿Se puede ser rico, honrado y legal?
- ¿Se puede tener poco dinero, ser poco honrado y poco legal?

- ¿Qué estarías dispuesto a hacer para ganar el doble de lo que ganas?
- ¿Y el triple, y 10 veces más y 100 veces más?
- ¿Crees que si tienes más dinero otros tendrán que tener menos?
- ¿Puedes aceptar que hay dinero ilimitado a tu disposición?
- ¿Piensas que el dinero te lo tienen que dar – la familia, el estado etc-?

- ¿Estoy dispuesto/a a aprender cómo ganar dinero?
- ¿Estoy dispuesto/a a preguntar a quien sabe?
- ¿Me siento capaz de acercarme a los que tienen dinero?
- ¿Me apetece investigar este tema para saber más de él y de mí?

- ¿Qué me impide tener el dinero que deseo?
- ¿Quién me impide tener lo que deseo?
- ¿De qué forma le doy poder a otros para que tengan poder sobre mí?
- ¿Qué podría hacer para superar estos impedimentos?

- ¿Tengo ideas sobre cómo ganar dinero?
- ¿Contrasto estas ideas con otras personas para saber qué piensan sobre ello?
- ¿Las ideas que tengo son para dar satisfacción a lo que necesito o sirven para satisfacer las necesidades de otros?
- ¿Cuando aparecen ideas son para mí o para otros?
- ¿Es lícito ganar dinero con ideas que no me cuestan nada?
- ¿Me cuesta llevar una idea a la práctica?
- Quando necesito de otros para que hagan parte del trabajo ¿confío en ellos?

Lo que piensas, crees y sientes en relación con el dinero será como el yeso que marca las líneas de un campo de fútbol y raramente te saldrás de ellas para poder ir más allá. Tal y como hemos expuesto anteriormente, nuestras creencias son muy importantes, pero a menudo son precisamente los límites que nos mantienen dentro de nuestro propio rectángulo, dentro de nuestra zona cómoda, y nos impiden obtener todo aquello que nos ofrece la vida a pesar de que esté al otro lado de una simple línea pintada en el suelo.

La vida se nos muestra continuamente abundante, diversa, plural, está llena de todo; sin embargo, raramente la vemos así. Nos es más fácil verla como un problema, como un conjunto de dificultades que pueden parecernos superables para otros pero imposibles para nosotros. Nuestras tendencias nos suelen llevar a ver nuestro mundo como un problema, no como un regalo inmenso.

Hace años estaba esperando un tren en una estación de una gran ciudad y en la sala de pasajeros, de grandes dimensiones, había una línea en el suelo formada por un color diferente del mármol que había en el piso. Mi hija tendría unos 3 o 4 años y estaba cerca de mí en un banco, compartiendo la larga espera, y se movía cerca de donde yo estaba.

De pronto, se fue caminando hasta esta línea que cruzaba la sala y allí se quedó parada mirando a la gente cruzar. Ella no cruzó. Regresó a donde yo estaba y volvió a caminar hasta la línea sin cruzarla. Así estuvo, yendo y viniendo, durante un buen rato.

Se me ocurrió levantarme y explicarle, acompañándola, que podría cruzar la línea igual que las otras personas, y que al hacerlo no pasaba nada.

Sólo con experimentar una vez el cruce de la línea se puso muy contenta y, al principio, sólo jugaba a pasarla de un lado a otro, pero a continuación tomó carrera y tuve que ir a buscarla a la otra punta de la sala: disfrutaba

con el hecho de haber traspasado límite que le impedía ir tan lejos como quisiera.

Las creencias son un poco así: un límite imaginario al que hacemos mucho caso sin saber por qué pero, si lo traspasamos, nos damos cuenta de que lo que nos parecía incuestionable era una tontería, un pensamiento que muchas veces no sabemos ni de dónde había salido ni por qué lo teníamos.



EN QUÉ ERES BUENO/A

En nuestra cultura hay una creencia bastante implantada y que consiste en presuponer que todos tenemos las mismas capacidades. Así se ha dicho y repetido hasta la saciedad y esto nos ha llevado a obligar a niños y jóvenes a estudiar con independencia de sus habilidades particulares. Obligamos a los adolescentes a permanecer como mínimo hasta los 16 años en escuelas que no reúnen las condiciones pedagógicas para estudiar materias que a ellos, en muchos casos, les resultan extrañas por incompatibles con su naturaleza o con sus cualidades, y que sólo tienen sentido desde un óptica exclusivamente productivista y socializante.

El hecho de que todos seamos seres humanos nos hace presuponer que todos somos iguales y la vida se ocupa, a su manera, de hacernos saber que esto no es exactamente así. Cada persona tiene unas condiciones particulares que la hace diferente en algunos aspectos de todos los demás, y aunque en tanto que personas las similitudes con otras son numerosas, hay particularidades que definen a cada quién como tal.

Cuando los jóvenes acaban la enseñanza obligatoria y quieren seguir sus estudios tienen que decidir, tengan o no suficiente información, qué tipo de estudios van a continuar realizando. En el caso de realizar bachillerato deberán escoger entre uno de ciencias, de letras, o mixto, según les sean más afines unas materias u otras.

Si observáramos con detalle a los niños podríamos darnos cuenta de cuáles serán las actividades que les serán más afines, simplemente por su tendencia a los juegos más movidos o bien a otros más estáticos.

De igual forma, en el mundo de los negocios, las empresas o el dinero también es muy importante saber qué es lo que es afín a cada persona. Por

tendencia natural es habitual que cada persona se dedique a aquello que le es más fácil, más propio y más cercano. Al principio, cuando alguien inicia una empresa o un negocio, suele hacerlo con lo que conoce él o alguien cercano y, por tanto, suele estar en consonancia con lo que le es propio. Sin embargo, cuando pasa el tiempo, tanto si las cosas van bien como si no es fácil que en la vida empresarial o de los negocios aparezcan distracciones que nos desvíen de aquello en lo que somos eficientes. Así, el tener un amigo que es bueno en hacer inversiones en bolsa nos puede inducir fácilmente a hacer operaciones en un medio que, por ser ajeno a nuestras cualidades, puede convertirse en un desastre y una fuente de pérdidas.

De igual forma, una persona eficiente en crear o producir servicios es posible que sea tentada a fabricar algún producto ante la posibilidad de obtener sustanciosos recursos o por cualquier otra razón, y esto fácilmente le llevará a caminos que no le son propios y que, antes o después, le sacarán de su zona de eficiencia.

Lo cierto es que con frecuencia se da el hecho de que muchas personas y empresas que son muy eficientes elaborando productos o servicios de un determinado tipo quieran invertir los rendimientos que obtienen en otro tipo de productos o servicios sobre los que no tienen buen nivel de eficiencia y donde seguramente enterrarán todo o buena parte de lo ganado en aquello que son eficientes. Esto no es algo que ocurra aisladamente a algunas personas sino que ocurre incluso a grandes corporaciones, que gastan ingentes cantidades de dinero en intentar producir determinados bienes que no les son propios, ocurriendo así a menudo que lo que se gana en un negocio se pierde en otro.

Si tu interés es conseguir ganar dinero y cuanto más mejor, averigua en qué eres eficiente y en qué no. Esta premisa es muy importante para no perder en una mala inversión o en un proyecto que no dominas lo que has ganado en un negocio que te es conocido y donde te manejas con destreza.

Seguramente la pregunta que te estarás haciendo es “¿Cómo puedo saber qué me es propio y qué no, si tengo facilidad para las inversiones en bolsa, o en inmuebles, o para crear servicios, o para fabricar tal o cual producto, o bien soy un buen asesor o un buen gerente? ¿Cómo saber qué es lo que mejor se me da?”

De nuevo las preguntas nos servirán para podernos conocer con más detalle e intentar cometer el menor número de errores posible y, por tanto, vamos a plantear algunas cuestiones, en forma de preguntas o afirmaciones, que puedan servir para identificar en qué eres eficiente y en qué no.

PRIMER GRUPO

- ¿Me gusta el riesgo o necesito comprar cosas con las que esté seguro de no perder?
- ¿Prefiero comprar y enseguida vender, más que mantener lo comprado en mi poder?
- ¿Prefiero hacer operaciones simples y rápidas de compra y venta, antes que sumergirme en procesos largos y complicados donde intervienen muchos factores?
- ¿Disfruto en la compra de bienes pero me cuesta venderlos, puesto que les tomo cariño o me dan seguridad?
- ¿Me gusta comprar bienes y mantenerlos mucho tiempo para que se revaloricen con los años?
- ¿Me es fácil detectar bienes u objetos que están en venta?

SEGUNDO GRUPO

- Siento un gusto especial cuando consigo vender algo a alguien.
- No me importa mucho qué venda, lo que más me gusta es el proceso de la venta.
- Todo tiene un precio de compra y de venta.
- Me es muy fácil establecer relación con personas que quieran cosas.

La conversación siempre deriva hacia el comercio de objetos.

TERCER GRUPO

- Lo que más me gusta es idear productos que sirvan a los otros.
- Disfruto produciendo objetos que tengan condiciones diferentes a los existentes.
- Me gusta evolucionar, cambiar o mejorar los objetos que veo.
- Me es fácil detectar las mejoras que podrían tener los objetos
- Tiendo a pensar en la cantidad de ventas que podría conseguir fabricando un producto.

-

CUARTO GRUPO

- A menudo me doy cuenta de un servicio que haría falta a las personas y no se da aún.
- Me gusta idear servicios para necesidades que aún no se han presentado.
- Entiendo la importancia de la información como generadora de riqueza.
- La creación de productos no me resulta atractiva, prefiero buscar servicios para las personas.
- Los servicios ayudan a las personas, mientras que los productos les hacen gastar dinero.
- Los servicios hacen crecer a las personas, pues enseñan o forman.

QUINTO GRUPO

- Me interesan los problemas de las personas o las empresas.
- Me gusta aconsejar a los demás sobre qué es lo más adecuado para ellos.
- Me gusta ayudar a los otros a conseguir sus objetivos.
- Me interesa más el crecimiento de los demás que el mío propio.
- Me es fácil darme cuenta de qué necesitan los demás para conseguir

lo que desean.

Aquí no se pretende hacer una relación exhaustiva y única de afirmaciones que identifiquen nuestras mayores tendencias, sino más bien aprender a hacerlas para que por ti mismo puedas identificar qué es lo que te es más fácil y más propio, sabiendo por tanto en qué eres eficiente y cuáles serán los aspectos que pueden generarte más conflicto.

Hemos separado las afirmaciones en 5 grupos: uno para inversores, otro para comerciantes, otro para fabricantes de objetos, otro para personas interesadas en los servicios y otro centrado en la ayuda a los demás. Hay personas que poseen una o más habilidades; sin embargo, es raro ver personas que entienden de todo, y mucho menos que sean eficientes en todos los aspectos. Lo más común es que cada persona tenga un tipo de tendencia que sobresalga a las demás, y muy a menudo podremos encontrar personas que son muy eficientes en una de las áreas y muy poco en las demás.

No es que haya cinco grupos únicamente; podríamos plantear afirmaciones para artistas, terapeutas o cualquier otro sector que nos propusiéramos; sin embargo, de lo que se trata es de establecer un modelo que nos ayude a identificar qué es lo que nos es propio; algo así como buscar por dónde viene el viento para poner la vela a favor y no en contra. Saber lo que nos es afín es la fuerza que nos impulsará con el mínimo esfuerzo.

He conocido personas que son excelentes vendedores y pésimos fabricantes, con lo cual lo que ganan en un sitio lo pierden en otro; son excelentes comerciantes, pero cuando intentan fabricar algo el mundo se les viene encima y se pierden en un universo que no les es propio. Algo parecido ocurre con personas que son eficientes en ofrecer servicios que quieren ponerse a fabricar objetos, y se encuentran con dificultades que no saben solucionar y se sumen en el caos.

Si quieres obtener dinero es muy importante que aquello en lo que estés sea afín a tus tendencias, puesto que esto permitirá que las cosas fluyan con mucha más suavidad que en caso contrario. De igual forma que al agua le es más fácil bajar una pendiente que circular en un terreno absolutamente llano, de la misma manera hacer, invertir o negociar en lo que a uno le es propio facilita la obtención de recursos.

Un gran lastre en el mundo de los negocios es querer hacer aquello que no sabemos, ponernos a trabajar en lo que no somos hábiles. Ahí muchas personas y empresas pierden, como se ha dicho, lo que ganan en otras áreas, y no es extraño ver que en un área de la empresa se gana mucho dinero y en la otra se pierde. Lo inteligente es hacer sólo aquello en lo que somos eficientes y dejar para otros lo que ellos saben hacer. Querer hacerlo todo suele ser una frecuente causa de fracaso en la consecución de los objetivos.

Es muy importante evitar el gasto innecesario que conlleva intentar subir por la escalera que está apoyada en la pared contraria a la que debemos ascender, y este es un error muy común en el mundo del dinero, como en otros, y que consume mucha energía, cansa, y a menudo hace desistir a las personas de sus objetivos.

Por tanto la propuesta aquí es: identifica cuáles son tus habilidades y tendencias, y mantente enfocado en ellas, reorientándote cada vez que te alejes. Y para ello puede ser suficiente que cada tres o cuatro meses te preguntes: “¿Estoy haciendo, invirtiendo o produciendo lo que me es propio o me estoy metiendo en terrenos pantanosos para mí que no conozco y no domino?”

Te puede ser útil realizar el ejercicio “Cómo adquirir flexibilidad” aplicado a este caso, pudiendo poner un espacio para ti, otro para las actividades que

estás haciendo y otro para el observador, e ir pasando por cada área para darte cuenta de la información que sale al ponerte en la piel de cada una de las partes que pretendes observar.

OBJETIVOS QUE NOS AYUDEN

¿Te has dado cuenta de que raramente te vas de vacaciones a un lugar en el que nunca has pensado antes, de que generalmente no vas a una ciudad si previamente no lo has planificado, si no hay algún interés o intención en ello? Pues de igual forma, si no hay interés por el dinero o, peor aún, si hay impedimentos mentales o emocionales, raramente vas a llegar al dinero y probablemente ni siquiera te acercarás a sus mundos.

No es que se requiera tener unos grandes objetivos muy metodizados, altamente estructurados y con los que nos peleemos todos los días. Basta que el dinero sea un objetivo, un asunto a tener en cuenta en nuestra vida, algo suficientemente importante como para que le dediquemos unos minutos a la semana para ver si estamos yendo en la dirección que nos hemos propuesto y plantearnos si hay que hacer alguna corrección para acercarnos a la dirección que pretendemos tomar.

Hay trabajos específicos que profundizan en el tema de los objetivos y que a veces son muy fatigosos; tampoco es necesario esclavizarse a tener unos objetivos, ser persistente diariamente en ellos y comprobar su cumplimiento cotidiano, pues todo ello quizás nos agobie en exceso. No hace falta intentar crear hábitos con tanta insistencia que luego puedan acabar molestándonos.

Pero ya que hablamos de los objetivos, vamos a plantear un pequeño modelo para que pueda servir de guía, el cual podamos revisar a menudo para comprobar si vamos en la dirección que nos interesa.

Objetivos asumibles

Una condición importante que debe tener un objetivo es que sea asumible, que podamos obtenerlo, puesto que nuestros sistemas son inteligentes y, si decimos que queremos tener 2 millones de euros a final de mes, es muy

poco probable que nos lo tomemos en serio, puesto que fácilmente veremos que está fuera de nuestro alcance y todo lo más que haremos será ir a comprar un número de lotería, o quizás ni tan siquiera esto. Por tanto, debemos marcarnos objetivos asumibles, y si no estamos habituados con el tema empezar con cantidades moderadas y, a medida que vayamos consiguiendo los objetivos, incrementarlas.

Identificados en el tiempo

¿Qué objetivo nos marcamos y para cuándo queremos obtenerlo? Esto nos facilitará el seguimiento del objetivo para saber si estamos acercándonos a él o alejándonos, puesto que hemos añadido una segunda opción que es la del tiempo. Es conveniente plantear objetivos con un periodo de antelación suficiente como para que tengamos tiempo de revisarlo y darnos cuenta de si hay que realizar correcciones. Si planteamos un objetivo a un mes vista, puede ser un periodo demasiado corto como para tener tiempo de realizar movimientos y correcciones que nos permitan conseguirlo. Serían periodos más adecuados los trimestrales, semestrales o anuales, pues nos permitirán observarlos semanal o quincenalmente y darnos cuenta de si lo que estamos haciendo nos acerca a los objetivos o no.

Flexibles

Todo objetivo debe ser flexible, para que no se convierta en algo que nos agobie, nos oprima y por tanto sea la propia inflexibilidad la que nos impida obtenerlo. No siempre las cosas salen como nosotros tenemos previsto ni deseamos, y por ello debemos ser lo suficientemente flexibles como para poder considerar y aceptar cambios que nos permitan, aún modificando aspectos, llegar a nuestro objetivo más importante. Debemos prever un margen de error para las metas que no consigamos a la primera, puesto que ello nos evitará estrés y sentido de frustración por no haberlas conseguido.

Concretos y medibles

Si planteas un objetivo debes saber cuándo lo has conseguido, por tanto

debe ser concreto y medible. Así, si planteas un objetivo económico de ganar 50.000 euros al año es más fácil, eficiente y medible que plantearte que quieres tener mucho dinero, sin más, en tu vida.

No es mala idea escribir los objetivos, sean del tipo que sean, y tenerlos a la vista en algún sitio que no nos molesten pero que podamos verlos, y así saber si nos estamos acercando a ellos, si han perdido vigencia, si ya los hemos obtenido o si ya no nos interesan. Aquello que tenemos más presente suele ser en lo que más atención colocamos, más energía, más dedicación y, por tanto, aquello que probablemente obtendremos con mayor facilidad.

Así pues, busca una manera fácil de tener tus objetivos económicos a la vista en los diferentes espacios por donde circules, estén descritos claramente o cifrados entre números, con dibujos, jeroglífico o como quieras, pero sabiendo siempre a qué se refieren a fin de que te recuerden qué es lo que quieres obtener.

OCÚPATE EN LUGAR DE PREOCUPARTE

Esta simple frase puede ahorrarte muchos quebraderos de cabeza, mucho sufrimiento y gran cantidad de energía gastada innecesariamente.

Hay muchas personas con tendencia a preocuparse por todo aquello que pueda, pudiera o pudiese pasar, intentando controlar todo su universo o el de sus allegados y, evidentemente, esto genera mucho estrés, mucho sufrimiento, sin que logremos en muchos casos obtener gran cosa como resultado.

En las empresas y negocios pasa lo mismo. Las personas, unas y otras, tendemos a preocuparnos en exceso como consecuencia de un intento desmesurado de procurar controlar lo que pasa y lo que va a pasar. Así, intentamos anticiparnos a aquellas situaciones que aún no han ocurrido, y sobre todo, sufrimos por si las cosas puedan no ir bien, por si un cliente no nos paga, o un proveedor deja de mandarnos pedidos, o por si un colaborador se lleva consigo la información que tiene, y tantas otras cosas.

Desde aquí se hace una propuesta en el sentido de que, cuando la preocupación aparezca en nuestras vidas, nos ocupemos, es decir, nos pongamos a la tarea de hacer algo, y ello por tres razones que pasamos a detallar: 1) Mientras estamos preocupados no solemos hacer nada más que pensar y, por tanto, no llevamos a cabo ninguna acción que nos lleve a ninguna parte. 2) La información que tiene que llegar para solucionar el problema en cuestión no suele venir mientras pensamos en el asunto, sino que suele aparecer en otro momento, cuando estamos haciendo otra cosa, conduciendo, paseando, pensando en otra cosa; de repente aparece una idea, una solución, una salida a aquello a lo que tantas vueltas le hemos dado. 3) Mientras alguien está preocupado suele compartir sus tensiones con las personas de su alrededor, “contaminándoles” con ellas y

consiguiendo muchas veces que dichas personas acaben sin trabajar, también preocupados por el mismo asunto o, viendo al responsable preocupado, preguntándose qué les pasará como consecuencia de ello.

Aunque seguramente muchas personas podrán pensar que si no se preocupan no podrán solucionar muchos de los asuntos que les incumben, debemos diferenciar entre “ocuparnos” de un tema anticipadamente, hacer previsiones, cálculos o cuantas previsiones consideremos, del hecho de “preocuparnos”, cuando esto actúa como detonante de angustias, miedos u otras sensaciones que bloquean e impiden el normal funcionamiento de las personas, y dado que para evitar esto no hay muchos métodos sin efectos secundarios, la mejor respuesta que podemos llevar a cabo es la de OCUPARNOS, ponernos a trabajar en el asunto en cuestión o en otros, y bien esperar a que la información que nos falta llegue por sí misma o ir a buscarla, trabajando si hace falta para obtenerla.

Esta forma de funcionar, que suele afectar a muchas personas, crea numerosos problemas de todo tipo: ineficiencias, dificultades en la relación, pérdida del sentido de objetividad, entre otras, pudiendo llegar a afectar a la salud, y ocasiona, como consecuencia, innumerables pérdidas difíciles de detectar, dado que raramente somos capaces de medir lo que hemos perdido al no estar atentos mientras nos preocupábamos; esa desatención ha podido generar, seguramente, nuevos errores, ignorancia sobre las necesidades de un cliente, o dudas que afectan al personal que trabaja en la empresa, entre muchos otros problemas.

La única salida para que la preocupación no nos corroa es, como se ha dicho, ocuparnos de forma continua y sostenida, hasta acostumbramos a ello de forma que nuestra reacción sea automática. Conocí a un empresario que en una época difícil, cuando el banco le llamaba diciéndole que un cliente le había devuelto una letra de un importe muy considerable y notaba que empezaba a preocuparse, se iba de la fábrica a su casa y dormía

durante horas; después se veía capaz de poder afrontar sin problema la dificultad y ponerse a actuar sobre el asunto libre de tensión.

El dinero circula continuamente en todas direcciones, pero raramente podrá detectarlo quien está preocupado, sin importar si lo está por un detalle insignificante o por un asunto grave. Por tanto, ante las preocupaciones en primer lugar ponte a trabajar y permanece atento.

REVISAR LOS NÚMEROS



Es muy habitual que muchos emprendedores y empresarios tengan cierta “tirria” a los números, hasta el punto de que algunos llevan sus empresas “de oído”, sin ninguna referencia objetiva sobre cómo van las cosas económicamente en sus empresas. Hay personas muy interesadas en ser las que más venden, las mejores del mercado o las más conocidas y, sin embargo, muchas veces esto se intenta obtener sin ningún tipo de medición, sin saber objetivamente si la dirección tomada lleva a alguna parte.

Deberíamos poner especial atención en la comprobación del resultado económico que obtenemos como mínimo de forma mensual. Cada día 15 o 20 del mes siguiente deberíamos tener sobre nuestra mesa el resultado de los diferentes parámetros que nos sirvan para evaluar la salud y eficiencia de nuestra empresa. Estos parámetros muchas veces no serán los mismos para todas las empresas, si bien algunos pueden ser comunes, como los integrantes de la cuenta de explotación (ventas, compras, porcentaje de margen bruto, gastos clasificados, resultado antes de impuestos, etc.)

Existen una serie de parámetros que pueden ser específicos para cada empresa, y que nos pueden indicar cómo van las cosas. Por poner un ejemplo bien sencillo, si una empresa realiza presupuestos previos a todas sus ventas o a un alto porcentaje de ellas, podemos medir las futuras ventas en función de la mayor o menor solicitud de presupuestos, ya que si no entran presupuestos hoy muy probablemente dejaremos de vender o

venderemos menos en un plazo determinado en cada caso (unos días, semanas o meses); de igual forma, si el importe de los mismos empieza a decaer ello nos dará una información valiosa sobre lo que puede pasar a continuación.

En otra empresa, el consumo diario o semanal de embalajes puede indicarnos las entregas realizadas de material antes de que nos lleguen los números procedentes del departamento contable, si bien hoy en día, con la tecnología existente, la información económica debería correr a toda velocidad para que nos llegaran casi de forma inmediata todos los datos que nos permiten saber qué está pasando y poder tomar decisiones sobre la marcha en función de lo que va ocurriendo.

Crear un cuadro de mando con las informaciones estratégicas será de gran utilidad para dirigir cualquier negocio o empresa.

Aún a pesar de que la tecnología lo permite y está a disposición de la inmensa mayoría de empresas, muchas de ellas no utilizan casi ningún tipo de información basada en los números, debido a que no hay hábito en ello, e incluso es frecuente ver a personas trabajar horas y horas al día para sacar adelante su empresa sin observar nunca si su empresa es rentable, qué productos o servicios son más rentables que otros, allanando así el camino a las dificultades que, al no ser detectadas, van campeando alegremente tomando posiciones, hasta que finalmente se hacen las dueñas de la situación y convierten una empresa en inviable definitivamente.

Es muy útil tener siempre a la vista la evolución de las informaciones estratégicas para la toma de decisiones como pueden ser, según cada caso, los pedidos o presupuestos recibidos, el volumen de ventas actual y comparado con periodos anteriores, el porcentaje de margen comercial para saber cómo evoluciona, los importes de los diferentes gastos, el resultado del periodo... entre muchos otros datos que se podrían establecer.

En las grandes empresas hay un departamento y personas especializadas en el seguimiento, casi de forma milimétrica, del aspecto económico, pues saben que eso es de vital importancia para mantener la nave en el rumbo previsto y, pesar de ello, a veces se cometen errores importantes. En las pymes o en el caso de los emprendedores, esta función muchas veces no está tan clara ni tan bien estructurada puesto que, como hemos dicho, es muy difícil ser eficiente en todas las parcelas.

Si quien dirige la empresa no tiene cierta destreza con los números, cosa que es perfectamente posible, es importante que delegue esta faceta en alguien que sea claro y transparente, para quien los números sean fáciles, y en quien pueda apoyarse el director y así compensar su déficit. De no hacerlo, es muy fácil que cuando se dé cuenta de que hay problemas ya esté demasiado lejos del punto de retorno. Los números simplemente facilitan información, fría, no manipulable, y no debemos olvidar que lo más importante de una empresa es la información que maneja, sea del tipo que sea.

¡Cuántas empresas van a pedir un crédito por falta de tesorería sin cuestionarse cuál es la causa de esa falta de dinero! Raramente se plantea cuál es la razón de la falta de efectivo, a dónde va el dinero, dónde se pierde, en qué se gana y en qué no. Sin embargo, podemos fijarnos en que cuando vamos a una entidad de crédito, lo primero que nos piden es el balance y la cuenta de explotación, para ver si nuestro negocio es viable y así poder facilitarnos dinero o negárnoslo.

Suele ser más habitual y menos comprometido para bastantes personas ponerse a solucionar el problema inmediato antes que ver cuál es la dirección global que toman las cosas y decidir al respecto.

Si quieres que el dinero se acerque a ti revisa, como mínimo, mensualmente

los números y aprende a interpretar qué pasa en tu empresa a través de ellos. Con el tiempo, los números te darán una información muy valiosa, especialmente la mostrada en porcentajes, que te ahorrará esfuerzos en vano y te facilitará el camino hacia el éxito.

Tomar el camino más corto

HACER LO SIMPLE

La vida y la naturaleza tienden a lo simple; lo seres humanos tienden a lo complejo. ¿Cuál puede ser la razón de esta circunstancia?

Si observamos la naturaleza en todos sus ámbitos, nos daremos cuenta de que no se esfuerza para ser y hacer lo que debe. Las cosas van fluyendo: los árboles no se pelean en los bosques; unos son grandes, otros pequeños, y cada uno ocupa su lugar, pero nunca se les ve pelear por un palmo más o menos de terreno en favor de unos o de otros.; observando un hormiguero podremos darnos cuenta del orden que impera en este auténtico ejército de animales que van y vienen a toda velocidad, sin accidentes, en el que cada integrante hace un trabajo y forma parte de la comunidad; de igual forma podríamos ver una colmena o un rebaño de ganado que viva en libertad en los bosques o montes de nuestras tierras.

En la vida hay un orden, y la mayoría de los integrantes de la vida lo siguen sin intentar cambiarlo ni cuestionarlo. Sin embargo, en el caso de los humanos es diferente, pues estamos todos intentando cambiar el mundo en el que vivimos, cambiar a los otros, para no tener que cambiar nosotros; es en ellos donde vemos siempre lo erróneo, nunca en nosotros.

Uno de los descubrimientos más gratificantes es el de comprobar hasta qué punto es posible hacer que las cosas sean más simples, más obvias para, desde ahí, trabajar de la manera más eficiente con el mínimo gasto posible.

Toda actividad tiene una forma eficiente de ser realizada, toda situación tiene una forma eficiente de ser resuelta, en definitiva, todo puede ser ejecutado con gasto psicológico mínimo y, curiosamente, todos tenemos

algunas habilidades que nos permiten realizar acciones sin tensión interior. Así, para un pescador, hacerse todos los días a la mar, mojarse, con frío, viento para realizar un trabajo que para otros sería considerado muy duro, es una situación normal en la que no sufre; todo su sistema está preparado para este tipo de ejercitación, y hasta puede que disfrute con su labor. Simplemente es su habilidad, su arte.

Por otra parte, y de la misma manera que encontramos muchos casos en los que la habilidad de la persona y el trabajo que realiza coinciden, también encontramos hoy en día muchas personas que, en la persecución de determinados objetivos, realizan actividades en las que sufren y no consiguen que estas fluyan en su vida.

No importa si es en el ámbito del trabajo manual, en el de los negocios o en el de las inversiones: si lo que realizamos coincide con aquello en lo que somos eficientes las cosas seguramente nos serán más fáciles.

Tanto si eres inversor, como comerciante, fabricante, creador de servicios o cualquier otra actividad, es muy importante que coincidan las habilidades con las actividades a realizar; esto facilitará mucho la obtención de buenos resultados.

Es muy habitual encontrar personas que quieren hacer cosas únicas, especiales, espectaculares, muy personalizadas, en las que su intervención tenga una consideración diferente. Sin embargo, muchas veces esto no sólo no es necesario, sino que además es lo que impide transformar una actividad en rentable. Muy a menudo la implicación personal y la dependencia que establecemos con aquello que hacemos impide que esto pueda ser realizado de forma sistemática y, por tanto, de una forma que tienda a ser rentable.

En el mundo del dinero, cuanto más dependan las cosas de la intervención

personal de alguien, menos probabilidad hay de obtener beneficios con ello, puesto que este alguien acabará siendo el cuello de botella, el impedimento para poder crecer o tener colaboradores que nos permitan organizarnos pensando en grande.

Querer hacer las cosas “yo”, “a mi manera”, convirtiéndome en imprescindible, suele impedir realizarlas de forma simple y poder así ver cuál es la manera más eficiente de llevar a cabo las actividades, los negocios o las inversiones. Los más eficientes son aquellos que organizan los sistemas para que puedan funcionar sin que nadie se convierta en cuello de botella, en impedimento, en tan importante que pueda parar el proceso en cuestión, y facilitan la forma más sencilla de operar que permita que fluyan todas las situaciones del negocio en cuestión

En el curso de la vida, a menudo se empieza haciendo lo difícil, nos abocamos a complicaciones continuamente; sólo con el tiempo, si se adopta la actitud correcta de aprendizaje, se suele ir llegando a formas de operar que conducen a lo más simple, entendido esto en su sentido de “esencial”. Si se busca la aplicación de este principio, se ahorra gran cantidad de esfuerzo, estrés y recursos.

No dejes de mirar de tanto en cuanto a la naturaleza; observa un bosque, cómo funcionan los animales, las plantas; contempla el orden que impera y te darás cuenta de que hay formas de funcionar muy eficientes, sin gasto, sin estrés, sin esfuerzo, con fluidez.

Este puede ser un modelo a tener en cuenta hagamos lo que hagamos, dejando que las cosas fluyan, interviniendo cuando toca y haciendo lo simple.

Puede serte de ayuda preguntarte cada cierto tiempo: ¿Cómo puedo simplificar lo que estoy haciendo? ¿Cómo puede realizarlo de forma mas

fácil y eficiente?. Y esto valdrá tanto para ti como para el resto de la organización.

Al dinero le gusta lo simple.



ACTIVIDAD O NEGOCIO

Quizás para muchos las palabras del enunciado puedan parecer sinónimas y es por ello que pretendemos diferenciarlas adecuadamente para aclarar ciertas confusiones.

En España existen aproximadamente 3,3 millones de empresas de las cuales 1,8 millones no tienen ninguna persona contratada. Ello significa que estos 1,8 millones de personas que han iniciado algún tipo de proyecto en realidad son empresarios por cuenta propia, autónomos o como queramos llamarlos; sin embargo, es probable que haya pocos de ellos que hayan puesto en marcha un negocio.

Para aclarar la diferencia entre actividad y negocio podríamos decir que un negocio es aquella actividad económica cuyo crecimiento no depende de una persona, nadie la limita, puede crecer ilimitadamente o muy considerablemente sin la necesidad de ser atendida por una o unas personas en concreto.

Por el contrario, una actividad es un trabajo que alguien realiza por cuenta propia, con o sin empleados, con alta dependencia de una o unas pocas personas que suelen ser los titulares o propietarios.

Existen muchos casos en los que la personalización y la identificación en la actividad es tan considerable que la misma persona que ha iniciado la actividad acaba siendo el límite de la misma. Podemos verlo en tiendas especializadas, en restaurantes donde el titular atiende a los clientes personalmente, aunque sea solo un momento, o define los platos del día; hay muchas actividades donde una o pocas personas tienen el control y son las que toman las decisiones, con lo que la empresa suele poder crecer hasta encontrar el límite de esta o estas personas. Cuando llegamos a ese límite operativo, la empresa suele estancarse e incluso tener problemas.

No está negado para estas empresas obtener unos buenos resultados, sin embargo generalmente están limitadas en su crecimiento, y raramente obtienen la condición de negocio exportable o con posibilidad de crecimiento sin límite.

Por tanto, si quieres ganar dinero deberías considerar la posibilidad de buscar “negocios” en vez de actividades, pues estas en su mayor parte sólo van a darte mucho trabajo y poco rendimiento, mientras que los negocios podrán ofrecerte poco trabajo y mucho rendimiento.

Veamos un ejemplo como el de Google, empresa dedicada a ofrecer búsquedas por Internet a los usuarios que contactan con su web, y encima gratis. Lo que hace de Google un negocio es que es universal, puesto que puede atender millones de peticiones al día y, por tanto, da servicio a millones de personas, tanto a los que buscan como a los que persiguen a los que buscan. Su negocio no está en los que usan el buscador directamente, sino en la publicidad que venden a los que quieren vender a quienes acceden a su web.

Microsoft, Apple, son grandes negocios porque ofrecen productos o servicios extraordinariamente genéricos utilizables por millones de empresas y particulares, habiendo encontrado el modo de satisfacer las necesidades de gran cantidad de personas a precios competitivos.

Si tu actividad consiste en tener una tienda en la esquina y la atiendes personalmente, al considerar que no puedes abandonar a tus clientes y que debes atenderlos personalmente, es muy difícil que el trabajo te permita crear un negocio que pueda crecer, especializarse, diferenciarse y ganar dinero en abundancia.

En los negocios es sano tener al director dirigiendo, pues si él está

trabajando es poco probable que alguien dirija el negocio y pueda hacer que esa actividad ofrezca una mayor rentabilidad.

Si el fundador de una fábrica textil está en las máquinas tejiendo, decidiendo los diseños, haciendo patrones, hablando con proveedores y visitando clientes, es muy improbable que tras largas jornadas de extenuante trabajo le quede tiempo ni ánimo para tomar decisiones, darse cuenta de hacia dónde evoluciona el mercado, qué está haciendo la competencia y tantas otras cosas que debería hacer como dirigente si delegara funciones que no tiene por qué hacer y en las que normalmente tampoco es muy eficiente.

Querer hacerlo todo, ocuparse de todo y de todos suele llevar a tener una actividad, es decir, mucho trabajo y con frecuencia poco dinero, puesto que nadie se ocupa de las decisiones importantes y estratégicas. Eso sí, tiene la “ventaja” de que uno se puede quejar continuamente, pues siempre está agobiado por la enorme cantidad de problemas a resolver.

No es extraño oír quejarse a la gente de lo poco que trabaja el jefe, el dueño o el director y, en cierto sentido, tienen razón. Lo que no sabe esa gente es que a estas personas no se les pide que hagan el “trabajo” que hacen los demás; tienen otras funciones que no dependen de producir un determinado número de servicios o productos. A ellos se les pide que estén atentos a otros asuntos diferentes pero imprescindibles en el mundo de los negocios.

Si estás interesado en ganar dinero deberías revisar si tienes una actividad o un negocio y, si es actividad, habría que sondear la manera de convertirla en negocio, para que no siga siendo actividad eternamente.

Supongamos que cuando lees estas líneas acabas de inaugurar una consulta de dentista; probablemente hasta ahora ni siquiera te has planteado que este tema sea significativo para ti. Algunas preguntas interesantes podrían ser:

¿Puede mi actividad tener crecimiento económico?

¿Dependo de mí mismo para crecer?

¿Qué limita el crecimiento de mi actividad? ¿la superficie, la inversión, los colaboradores, el capital necesario para crecer?

Por supuesto que no es ni necesario ni obligatorio crecer; sin embargo, si esta consulta depende sólo de ti, por ejemplo el día que te constipes alguien tendrá que llamar a tus pacientes para anular la hora; no pasará nada, pero el problema sería una hepatitis. Quizás la actividad tenga dificultades para poder atender a los clientes y, al no ser atendidos, es posible que se pierdan, además de dejar de tener ingresos de ningún tipo, con el consiguiente problema de viabilidad de la actividad puesto que no es fácil sustituir a alguien en poco tiempo.

De igual forma, si existe una alta dependencia de una sola o pocas personas, será su capacidad de trabajo la que limitará los ingresos máximos que puedan obtenerse, con el agravante de que estas personas que están trabajando una jornada completa con los pacientes raramente podrán dedicarse a tomar decisiones de futuro, estratégicas, de marketing, sobre la competencia y tantos otros temas que deberían estar tratando como directores de la actividad.

Convertir esta actividad en negocio permitiría crecer sin un límite que tenga que ver con la persona que lo conduce y así poder progresar si se considera oportuno, determinar qué tipo de crecimiento se pretende, en qué lugar, qué tipo de cliente interesa atender, qué productos o servicios ofrecer, etc.

Plantearse pasar de una actividad a un negocio no es siempre sencillo, pero seguramente será interesante investigar cómo hacerlo, pues tener un negocio permite, además de ganar dinero, la posibilidad de ver más allá de lo que permite un trabajo o actividad que ocupa todo o la mayor parte del tiempo disponible.

Mas allá de los especuladores, que intervienen en operaciones puntuales, las personas que más dinero ganan suelen ser las que tienen negocios; las que más trabajan suelen ser las que tienen actividades; es por ello que te invito a que, si tienes o vas a iniciar una actividad, investigues cómo puedes convertirla en negocio.

Basta que compares el bar de la esquina, que es una actividad para una persona o una familia, con una cadena como Mc Donalds, que en esencia ofrecen el mismo tipo de servicio, o una joyería en la que un joyero trabaja toda su vida con una tienda franquicia de venta de joyas, y podrás darte cuenta fácilmente de la diferencia que hay entre una actividad y un negocio.

Si quieres obtener dinero dirígete, busca y pon en marcha negocios y evita las actividades o guárdalas para el ocio o el placer.

Las actividades suelen ser fuente de trabajo, ideales para sentirse realizado, sentirse importante e incluso imprescindible pero no es fácil que, a la vez, sean rentables puesto que el límite personal las coarta, las limita en muchos de sus procesos.



PENSAR EN GRANDE

Desde niños se nos inculca que todo lo que podemos conseguir deberá ser alcanzado con sangre, sudor y lágrimas. Frente a esta perspectiva, y sin perseguir el sueño americano y presuponer fácilmente que todos podemos con todo, puesto que ello podría crear más frustración que ayuda en nuestro recorrido, sí planteamos una apertura a la posibilidad de pensar “en grande”, aunque sea como ejercitación interior..

Hace ya años, en una reunión de empresarios noveles, se planteó la pregunta “qué quieres conseguir en tu empresa”. Estábamos cinco personas y dos de ellas dijeron: “sobrevivir”, una, y “subsistir”, la otra. Al cabo de poco tiempo ambas habían cerrado su proyecto, pues se habían cansado de sobrevivir y subsistir.

En ningún caso se pretende favorecer la pura imaginación, la elucubración o mundos irreales que nos puedan distraer de lo importante, pero sí queremos hacer reflexionar sobre la importancia de pensar en grande y, para ello, vamos a ampliar este concepto.

En una visita al despacho del máximo dirigente de un grupo industrial importante observé que, entre las pocas cosas que tenía encima de su mesa de trabajo, había una esfera de la tierra y me di cuenta de cómo esta persona, cuando pensaba en su empresa, pensaba en todo el mundo. Seguramente aquella esfera de la tierra le servía de referencia para saber dónde poner la atención, en qué países operaban, en cuales no y, en definitiva, qué hacer.

Me impactó el ver que alguien tenía una visión mundial mientras yo la tenía local o comarcal y que para mí en aquel momento el resto del mundo ni tan siquiera existía como posibilidad de negocio.

Este simple hecho cambió mi enfoque y me permitió darme cuenta de que muchas empresas tienen una visión local o comarcal a lo sumo, y muy pocas una visión nacional y no digamos mundial.

Pensar en grande tiene que ver con buscar negocios de tipo universal, como Google, es decir, servicios o productos que puedan ser facilitados a miles o millones de personas con un mínimo esfuerzo.

Podrías plantearte: *¿Qué puedo hacer para que cada habitante de un país me pague 10 céntimos de euro cada día?* Si las discográficas hubieran sabido vender canciones sueltas a 10 o 20 céntimos de euro desde hace 10 años, habrían acumulado grandes beneficios; por el contrario, quisieron vender cd's a 15 o 20 euros y la gente ha dejado de comprarlos; han aprendido a bajárselos gratis por Internet. En este caso, las discográficas pensaron en pequeño.

Otros que pensaron en grande son los creadores de los videojuegos ya que han creado programas y productos de ocio universales que sirven para millones de personas y a pesar de que tengan una dura competencia entre ellos hay tantos compradores interesados que el negocio da para todos.

Otros ejemplos que han implicado pensar en grande son los electrodomésticos, los ordenadores, los vehículos, los teléfonos móviles y sus aplicaciones, la música y la venta de libros por Internet, las franquicias... y en cuanto a servicios: los programas informáticos, la televisión de pago, el cine, la conexión a Internet. Pero nada es exclusivo de las grandes compañías: cualquier negocio puede ser pensado en grande o en pequeño.

Así, el pequeño autónomo que se dedica a reparaciones domiciliarias puede hacerlo personalmente toda la vida y ganarse un salario o poco más, pensando en pequeño, o bien pensar su actividad en grande para pasar de su pequeño negocio a otra fórmula que le permita ver el mundo y aplicar su

sistema bajo una perspectiva mayor, bien con aumento de personal o a través de la fórmula de las franquicias o mediante acuerdos con otros empresarios en su situación o, incluso, creando un nuevo servicio no existente como podría ser el de cuidar preventivamente las casas y todos sus componentes, para que no se deterioren, detectando las anomalías antes de que se estropeen los diversos componentes de una construcción cualquiera.

Pensando en grande es como han nacido las franquicias, y de cosas tan simples como planchar, coser un botón, ajustar una prenda o ayudar a los niños a aprender, se han organizado negocios en forma de cadenas de tiendas que ofrecen oportunidades a sus creadores y a todos aquellos que intervienen en su expansión.

Pensar en grande puede llevarte a tener marcas como Zara, Google, Apple, Facebook y tantas otras que existen y que continuamente van apareciendo.

La mayoría de las personas que están en una actividad o un negocio raramente se permiten pensar en grande. Es como si lo tuvieran prohibido. La presión cultural que hemos recibido es una gran losa que pesa enormemente.

Si pretendes que el dinero fluya por tu negocio no dejes de hacerte preguntas que te acerquen a pensar en grande y, dado que cuesta lo mismo pensar en grande que en pequeño, te serán más útiles preguntas del tipo: *¿Cómo puedo ofrecer un servicio o un producto a multitud de personas?* Una empresa o negocio pensado en pequeño raramente llegará a ser muy rentable y, por tanto, estará sobreexposto a las vicisitudes del mercado y la competencia.

DIVÚLGATE



Uno de los impedimentos clásicos para que el dinero fluya en dirección a muchas personas está originado por la falta de divulgación de aquello que uno hace y, sobre todo, de lo que hace bien.

Condicionados por un tic cultural basado en la idea de que no está bien alabarse, hablar de uno mismo y de que hay que ser modestos, discretos, etc., aderezado todo ello a veces con una cierta falta de autoconfianza, estamos frecuentemente impedidos para hacer saber a la gente qué sabemos hacer.

Parecemos disfrutar con el hecho de que encontrar empresas o negocios que ofrecen un buen producto o servicio termine siendo como encontrar una aguja en un pajar..

También es cierto, en oposición a esto, que muchas personas inician una actividad o negocio sin ningún tipo de formación previa al respecto y con un

nivel de información sumamente parcial: un panadero se entera de que otro se jubila o que traspasa el negocio, consulta con su pareja, hace cuatro números, muchas veces basados sólo en los ingresos que le han dicho que obtiene la actividad en cuestión, y según el nivel de deseo y miedo toma una decisión u otra.

Ni qué decir tiene que esta persona ni se ha formado en marketing ni ha recibido ningún tipo de formación empresarial. Es solamente la intuición y el deseo de poder tener su empresa lo que le guía a tomar una decisión que luego tendrá quizá que sobrellevar durante toda su vida.

Y es por este sistema que muchas personas inician una actividad; algunas acabarán siendo negocios, pero la inmensa mayoría, al no pasar de ser actividades, lamentablemente tendrán que cerrar las puertas en los primeros años de su existencia.

Como ya se ha dicho en otros capítulos, a los humanos nos gusta reinventar la rueda todos los días, y hacerlo a nuestra manera, en lugar de la que gusta a los demás.

Cuántas veces hemos descubierto establecimientos que nos parecen maravillosos escondidos en un rincón, sin hacer nada para darse a conocer.

En una ocasión un emprendedor que quería instalar una tienda de comercio de dietética me preguntaba si era mejor pagar más alquiler por estar en la calle más comercial de una pequeña ciudad o tomar un alquiler de una calle más modesta. Mi contestación fue que probablemente lo que se ahorraría en alquiler lo tendría que gastar en publicitarse para que los clientes supieran que existía y dónde estaba ubicado.

Hay colectivos enteros que, a pesar de ser buenos o excelentes profesionales, les resulta muy difícil publicitarse, entre ellos muchos cuya

actividad está montada con su propio nombre. Es como si no hubiera suficiente autoconfianza para dar a conocer aquello que ofrecen, o no se consideraran lo suficientemente buenos como para publicitarse, auto-limitándose con reflexiones del tipo: “qué pensarán de mí si me anuncio”, “sabrán que me faltan clientes”, “ pensarán que no me funciona el negocio”, etc.

La falta de atención a aquello que es adecuado hacer para que el dinero fluya suele motivar que, entre diversos déficit, uno muy significativo sea el de no darse a conocer, a veces de ningún modo en absoluto, por lo que puede tardarse años en estabilizar un negocio que podría haberlo hecho en pocos meses.

Es muy frecuente observar que una empresa gasta ingentes cantidades de dinero en hacer un producto de una calidad superior que en realidad nadie aprecia y, en cambio, no invierte absolutamente nada en hacer saber la calidad del producto o servicio que ofrece.

La divulgación en un entorno tan saturado como el mundo en que vivimos es un aspecto que no debemos perder nunca de vista. No es el prioritario, pero tampoco el de menos importancia; simplemente debemos tenerlo presente para no dejar de atenderlo en su justa medida. La divulgación es una actividad que debe mantenerse, a menos que lleguemos a límites productivos que no podamos superar y, por tanto, no podamos atender a más clientes.

Si el exceso de divulgación nos ocasiona un exceso de demanda y nuestro producto o servicio es único, ello probablemente nos permitirá mejorar el precio de venta y, por tanto, rentabilizar mejor nuestro negocio.

Si quieres que el dinero fluya en dirección a tu negocio ocúpate de que TODOS tus posibles clientes sepan que existes y lo que haces. Para ello no

es necesario que gastes todos tus recursos en ello, pero sí es importante que estés en la mente de ellos, y no sólo una vez, para que cuando te necesiten se acuerden de ti.

Divulgarse no sólo es hacer publicidad; es utilizar todos los medios a tu alcance para que tus posibles clientes sepan de ti. En algunos casos esto cuesta mucho dinero y las empresas pagan enormes cantidades; en otros, puede hacerse sin grandes dispendios económicos.



CAFÉ PARA TODOS

En los últimos tiempos se ha ido asentando la idea de que todos somos “iguales”. Este planteamiento, que en su momento pudo ser válido para avanzar en la universalización de los derechos humanos, ha derivado en una presunción de igualitarismo realmente empobrecedora que establece, por ejemplo en la pedagogía, una *tabula rasa* que obvia a la baja las cualidades peculiares de cada individuo e instaura un sistema homogeneizado adecuado sólo para generar productores-consumidores.

Curiosamente, al mismo tiempo que se predica que todos somos iguales, se nos anima a luchar por sentirnos y mostrarnos diferentes unos de otros. Así, los esfuerzos que hago y el dinero que invierto para ser único lo gasto en buscar elementos que me diferencien del resto: en el vestir, en la casa, el coche y todos los objetos que poseo y que me identifican.

Es curioso observar que, al tiempo que podemos afirmar que, efectivamente y en cierto sentido, todos somos iguales en cuanto a los elementos físicos o psíquicos que nos constituyen, también podemos afirmar que todos tenemos connotaciones que nos hacen diferentes. Todos poseemos particularidades y apreciaciones que nos hacen únicos, es decir, esta doble característica permite que coexistan la similitud y la diferencia al mismo tiempo y en el mismo espacio.

De esta manera, podemos afirmar que estamos viviendo en un mundo donde, en algunos aspectos fundamentales, prima la diferenciación como elemento básico para las personas. Recordemos que el intento de implantar sociedades en las que todos tuvieran lo mismo para todos acabó con contrabando, malversación, enriquecimiento de unos y miseria de los otros.

Las personas tendemos a sentirnos alguien o algo importante cuando nos

comparamos y notamos que somos diferentes a otros, que poseemos bienes, objetos o circunstancias diferentes a los demás que nos hacen únicos, que nos distinguen.

Básicamente el ser humano está viviendo en un mundo donde para él prevalece la diferenciación puesto que su mente funciona así. Siempre nos es más fácil ver lo diferente que lo semejante. La mente es un instrumento que detecta diferencias y por ello, si te pones a observar algo concreto de forma continua en unos breves minutos te aburres, puesto que la mente necesita algo nuevo que detectar constantemente. Entre sus facultades no está la de mantenerse atenta al mismo evento más que una ínfima parte de tiempo.

Evidentemente, en un mundo en el que para las personas prevalece la diferenciación en su forma de percibir, no es extraño que haya miles o millones de objetos y servicios muy parecidos o prácticamente iguales y que todos tengan compradores y gente que los desee en función de un matiz, de una condición que para un hipotético consumidor sea importante porque le permite sentirse diferente. Cabe preguntarse: ¿para qué tantos cientos o miles de modelos de coches, motos, televisores y de tantos otros objetos?

Seguramente has oído más de una vez a alguien que cuenta las alabanzas de un producto que tiene una condición probablemente inútil porque nunca se va a utilizar, pero que la repiten una y otra vez como razón de compra por su condición de diferenciación. Esta condición de diferenciación que nos atrapa con tanta fuerza favorece que todo sea posible de crear o poner en marcha, hasta el punto de que hay personas que solo adquieren aquello que es novedoso, por su tendencia a ser los primeros en tener cualquier cosa nueva que puedan pagar.

Si vas a moverte en negocios o empresas, el sentido de diferenciación de las personas es un aspecto a considerar pues todos pretendemos ser únicos,

diferentes, exclusivos, aunque a la vez nos llenamos la boca diciendo que somos iguales.

Todo negocio, actividad o empresa que haga sentir o permita ser importante, único o exclusivo a sus clientes, seguramente gozará de la fidelidad de ellos a la hora de escogerle como su producto o servicio preferido.

No importa si lo que haces es copiado al vecino o si proviene de tu departamento de innovación; en cualquier caso, deberás tener en cuenta que tus productos o servicios tengan elementos diferenciadores que tus clientes puedan detectar y aprecien; en caso contrario, sus mentes no hallarán ninguna razón de diferenciación para recordarte o escogerte. Date cuenta de que hacerte sentir Michael Jordan permite que unas zapatillas de deporte cuesten 50 o 100 euros más que otras sin este nombre, o que un vehículo Mercedes cueste 20, 30 o 60.000 euros más que otros y haya personas que los paguen gustosamente.

A menudo la mayor parte de los beneficios que un producto o servicio reportará al cliente queda oculta, sin que nadie hable de ellos y, por tanto, sin que nadie los conozca. Sólo las empresas con buenos departamentos de marketing se ocupan de divulgar cualquier condición de los bienes que suministran.

A las personas les suele gustar lo diferente mucho más que lo similar. Si tienes que iniciar proyectos o negocios y durante la vida de los mismos, no te olvides de mantener un nivel de diferenciación respecto a otros que estén haciendo lo mismo o algo parecido que tú. Es muy probable que ello te mantenga en una buena línea de negocio y con unos ingresos estimables.

El problema de muchas empresas cuando crecen es que quieren hacer de todo para todos; pierden la diferenciación y, finalmente, dejan de estar en la mente de los clientes, puesto que estos ya no saben qué aportan estas

marcas que les haga sentirse exclusivos o únicos. Otras nunca logran generar bienes o servicios con matices diferentes y ni siquiera se lo plantean, por lo que difícilmente podrán intervenir en nada significativo respecto a esta condición.

Dado que las personas queremos ser diferentes y únicas, deseamos bienes y servicios que tengan condiciones o cualidades específicas, por lo tanto el aspecto diferenciador que ofrecemos a través de nuestros productos o servicios es un tema a considerar.

LO URGENTE MATA A LO IMPORTANTE

A la mayoría nos suele gustar mucho ser importantes; sin embargo, nos pasamos media vida haciendo lo urgente.

En el mundo de los negocios y de las empresas, sean del tipo que sean, solemos dedicar mucho tiempo a hacer las cosas urgentes y, finalmente, toda urgencia es una imprevisión y, la mayoría de las veces, una ineficiencia.

Excepto para las empresas que hacen de la urgencia su negocio, como un servicio de mensajería o una empresa de fast-food, para todas las demás las urgencias tendrían que estar canalizadas y su tratamiento previsto.

Está bien que cuando aparezca una urgencia se atienda de la mejor forma posible, sin embargo, tanto o más importante que solucionar la urgencia es metodizar el problema que ha creado la urgencia para que en el futuro no se repita.

Volvemos a insistir en que el dirigente de la empresa, proyecto o negocio, debe estar atento a lo importante; si está gestionando lo urgente, desatenderá lo importante. Podríamos asimilarlo a ir en bicicleta: estar en lo urgente es conducir una bicicleta mirando la rueda delantera; mientras la miramos veremos la piedra o dificultad inmediata que nos afecta, pero no podremos detectar la curva que se acerca o si el corredor que va delante nuestro ha caído. Para tener una buena conducción en bicicleta deberíamos mirar con la perspectiva suficiente para poder actuar si aparecen obstáculos, cambios en el camino, accidentes, piedras o cualquier evento que nos pueda afectar y nos obligue a cambiar la velocidad, el tipo de conducción, tomar otro camino o cualquier otra circunstancia que haga más fácil nuestro objetivo.

Para favorecer los flujos naturales en los negocios es preciso estar y

mantenerse SIEMPRE en lo importante, sin dejar de hacerlo nunca. Si momentáneamente hay que atender una urgencia, sólo deberíamos dejar lo importante el tiempo de solucionarlo o, mejor aún, podemos delegar su solución en las personas adecuadas y centrarnos en planificar este tipo de urgencia para que la próxima vez que suceda pueda ser atendida su causa antes de que esta se convierta, precisamente, en urgencia.

Sin embargo, hay “hemorragias” a la hora de administrar el tiempo desde la dirección: atender cuestiones particulares en tiempo de trabajo, atender relaciones que nada tienen que ver con lo que tenemos que hacer, curiosear en posibilidades que ya sabemos que no son para nosotros, ponernos a hacer el trabajo que tienen que hacer otros... por citar unos pocos de los muchos existentes. La atención de los directores suele dirigirse excesivamente a las urgencias y a los asuntos NO IMPORTANTES.

Es muy común atender asuntos que no hacen parte de la actividad, empresa o negocio que dirigimos pero que puede que nos hagan lucir personalmente y, por tanto, acaben siendo un foco de distracción que consume nuestro tiempo y nos haga perder de vista lo importante.

No es fácil saber qué es importante y qué no en una empresa o negocio, pero un director debería tener claro desde el principio cuáles son los asuntos estratégicamente importantes y cuáles son los “saboteadores”. Un buen hábito sería identificar estos y tenerlos por escrito, visibles, para revisarlos cada cierto tiempo y darnos cuenta de cuánto tiempo nos roban.

Aquí es donde una vez más podrán ayudarnos las preguntas. Plantear preguntas nos indicará si estamos en un asunto importante o en una distracción.

Esta no es una reflexión que se haga a menudo y una buena razón para ello es que si un director se ocupa de lo importante, en realidad tiene poquito

trabajo, pues si el negocio o empresa está bien dirigido y cada quién hace lo suyo es probable que se aburra; no hay mucho que inventar, pero es precisamente por eso por lo que muchas veces el director empieza a intervenir en lo que funciona o a marear a las personas que realizan una labor válida con cambios constantes que provocan que aquello que funcionaba con la precisión de un reloj suizo empiece a entrar en caos.

El director de un proyecto debería estar siempre trabajando en lo importante, y en caso de que no encuentre nada importante que atender es preferible que no haga nada, que simplemente compruebe que todo marcha tal como debe, a que interfiera constantemente en un sistema que sin su intervención ya funciona casi a la perfección.

En muchos casos lo urgente mata lo importante y hace que lo que podía ser un negocio pase a ser una actividad. Sin embargo, a menudo es mucho más agradable solucionar una urgencia que planificar una determinada forma de evitarla. Produce más satisfacción al “yo” solucionar un problema a alguien que introducir una forma de funcionar que nadie agradece, puesto que se convierte en parte del sistema.

Para muchas personas la actividad sirve más para satisfacer necesidades emocionales y egoicas que para conseguir recursos económicos suficientes y garantizar así la continuidad y viabilidad de la empresa o negocio, y no es raro ver cómo se pone todo en peligro por no querer asumir las tareas propias de una buena dirección, que pueden hacernos parecer menos importantes por no estar siempre solucionando asuntos en primera fila.

Si quieres que el dinero fluya en dirección a tu negocio dedícate a lo importante, a lo estratégico, a detectar y a atender a medio y largo plazo las necesidades y cambios que puedas detectar, a comprobar que todos los que forman parte de tu negocio están haciendo lo que se debe en cada momento y, especialmente, a promover que la información corra fluidamente y sin

obstáculos para que llegue a todos los puntos donde es necesaria.

Si te sobra tiempo, que te debería sobrar, dedícate a continuar atento a todo aquello que afecta a tu negocio, a no distraerte de lo que es tu tarea. No dejes que lo no importante te robe el tiempo y te desvíe de tu cometido.



EL PRECIO Y EL DINERO

Hay muchísimas personas que en su actividad o negocio pretenden la cuadratura del círculo. Siempre persiguen vender su producto o servicio al menor precio posible aunque ello les conduzca muchas veces a no obtener el rendimiento mínimo imprescindible que debe tener toda actividad y no digamos ya un negocio.

Muy a menudo la capacidad de poner un precio u otro a un producto o servicio depende mucho más de la valoración que tiene uno de sí mismo que del propio producto o servicio.

Podemos constatar en el mercado que hay productos y servicios a todos los precios y con multiplicidad de condiciones. Encontraremos relojes de unos pocos euros que funcionan perfectamente y otros de 25.000 euros o más, y así podríamos seguir comparando productos de precios extremadamente diferentes en coches, ordenadores, televisores, muebles, juguetes, ropa y un infinito número de artículos o servicios.

Sin embargo, hay muchos emprendedores que presuponen que aquello que es de poco importe se vende más que lo de precio más alto, y no tienen en cuenta que existe una relación importante entre precio y valor. Es difícil que le demos un gran valor a aquello que nos cuesta poco. Así, podríamos preguntarnos si iríamos a comer a un restaurante que ofrecieran un menú todos los días por uno o dos euros, por ejemplo o, por el contrario, consideraríamos que es excesivamente barato y, por tanto, no puede ser de buena calidad.

En general, las personas que empiezan actividades o negocios tienden a rebajar los precios bajo la creencia de que haciéndolo van a vender más, y en muchos casos esto es erróneo.

Basta observar lo que hacen las empresas grandes, las multinacionales: nunca están en productos o servicios de bajo precio, excepto aquellas que han sabido crear un producto aparentemente low cost, como es el caso de Ikea, o las compañías aéreas que han aprovechado una teórica estrategia de precio para generar grandes volúmenes de ventas que antes no existían.

Es evidente que los muebles de Ikea son mucho más económicos que los de otras marcas y que son útiles y fáciles de montar, pero son otro producto totalmente diferente a los de diseño que ofrecen otras marcas y el servicio que estas ofrecen también es diferente. Su éxito ha consistido en saber encontrar un espacio en el mercado del mueble basado en precios y montaje diferentes al existente, pero ello no necesariamente ha canibalizado el sector, que se ha ido reposicionando de otras formas.

Como decíamos, las grandes compañías están en sectores con productos y servicios de alto valor añadido que les permite pagar todo lo necesario para mantener la empresa y, además, generar beneficio.

Por supuesto que a la hora de fijar precios debemos tener en cuenta la competencia, los costes y el valor del producto pero, una vez realizado todo esto, debemos observar nuestra tendencia a bajar el precio, atentos a si en nosotros aparece el miedo a no vender, pues esta tendencia es muy común entre empresarios y emprendedores, sobre todo al principio de sus actividades, y ello fuerza a bajar los precios por debajo de lo razonable.

Aquí no se pretende establecer una nueva forma de fijar precios en base a nada, sino que se pretende poner la atención en no cometer el error frecuente de poner los precios por debajo de lo coherente en el mercado por una falta de confianza en uno mismo o por el deseo de darlo todo con tal de ser aceptado por los clientes.

Si queremos ganar dinero hay que defender el precio de aquello que

vendamos, destacar los beneficios que ofrecemos, explicar sus utilidades y, sobre todo, hacer saber al mayor número de personas o empresas que disponemos de tal servicio o producto, para poder encontrar aquellos interesados que encajen con nuestro modelo de negocio y a quienes satisfaga lo que producimos al precio que consideramos razonable venderlo.

El precio muchas veces es un reflejo de nuestra propia capacidad de autovaloración y es un aspecto a cuidar para no estar trabajando siempre sin conseguir lo que nos corresponde. A menudo, no ser capaz de cobrar lo que corresponde es un impedimento para que el dinero fluya hacia nuestro negocio.

LAS PERSONAS EN LOS NEGOCIOS

He oído muchas veces comentar a los empresarios la dificultad que representa para ellos el personal, la relación y gestión de los recursos humanos de la organización.

Nunca escuché que nadie se quejara de que a los coches hay que ponerles gasolina o de que hay que pagar la luz todos los meses; sin embargo, en relación al personal contratado aparecen múltiples quejas. Más o menos parecidas en cantidad a las que manifiestan los que están trabajando como empleados.

Durante muchos años he podido comprobar cómo la relación laboral entre empleados y empresa o empresarios es dificultosa fundamentalmente por la falta de claridad en las condiciones, por las expectativas que cada uno tiene respecto al otro, por la evolución de la relación personal, así como por las cambiantes necesidades de cada quién.

La contratación de empleados no suele ser un problema para las partes implicadas y tampoco suele haber problemas en las relaciones a corto, debido a que no hay suficiente tiempo para que se produzcan ciertas posiciones de fuerza por parte de unos u otros.

Sin embargo, con el paso de los años y a medida que las personas se van consolidando dentro de la organización, van adquiriendo cierto “poder” otorgado por los propios directivos, que muchas veces va deteriorando o enrareciendo la relación y la eficiencia de los integrantes de la empresa.

Deberíamos partir de la idea básica de que en muchas empresas y negocios las personas que trabajan son importantes, muy necesarias, o imprescindibles desde el punto de vista de que dicha organización no funciona sin el personal que haga el trabajo.

Sin embargo, tampoco deberíamos perder de vista que la contratación de personas para un trabajo determinado es una relación contractual de tipo laboral en el que se intercambia un tiempo de trabajo por un importe económico, sea cual sea.

Es decir, cuando contrato a alguien para realizar un trabajo administrativo, lo que se pacta es un tiempo de trabajo a cambio de un precio, y corresponde a la empresa la organización de cómo realizar el trabajo para que el empleado compense su salario mediante su trabajo y genere un valor añadido para la empresa.

Y es en el marco de esta relación, su buena definición y su actualización donde se puede conseguir que todas las partes tengan las cosas claras y no aparezcan dudas sobre qué tiene que hacer una parte y otra.

Las cosas empiezan a torcerse cuando una u otra parte esperan obtener de la relación laboral condiciones que no han pactado y que, en muchos casos, la otra parte ni siquiera sabe que se esperan.

Podríamos poner como ejemplos la suposición que muchos empleados pueden tener sobre que la empresa debe ocuparse de que se encuentren a gusto en su lugar de trabajo, aprendan, crezcan personalmente o muchas otras condiciones que, en rigor, no están en el contrato que realizaron en su momento.

Y no es que las empresas no estén interesadas en ello; es que con frecuencia no son conscientes de cuáles son las necesidades de cada quién, puesto que cada uno tendrá unas pretensiones particulares que no son generalizables.

De igual forma, hay empresas que esperan que los empleados sepan

aquello que no se les ha comunicado, o que sean expertos en aquello que no conocen bajo el supuesto de que “esto ya se supone”, y así se tiende a crear un conflicto que difícilmente el empleado puede resolver por más que lo intente, puesto que le es difícil poder saber qué es lo que la otra parte quiere si no se lo pide.

Las personas son muy importantes en los negocios y por ello debemos tener una relación clara y sencilla con quienes colaboremos para no gastar mucha energía intentando aclarar entuertos continuamente.

Como se explica en diferentes partes de este libro, tenemos una forma de ser particular basada en nuestros hábitos mentales o tendencias, y deberíamos tener claro que es muy difícil que estos hábitos y tendencias cambien en el curso de nuestra vida, más bien se refuerzan.

Esto es muy importante porque cuando una persona no encaja en un lugar de trabajo o no se entiende con su jefe o compañeros, debemos saber que es muy difícil cambiar su actitud, su forma de ver las cosas, de entender el mundo, y esas pautas básicas de comportamiento subsistirán pese a todo y se acentuarán con el tiempo.

El cambio de hábitos y tendencias es muy poco probable que se dé, y es por ello que lo más práctico tanto para la organización como para los empleados que la integran a todos sus niveles, es que no generen roce, fricción ni desgaste, de forma que puedan encontrar un lugar de trabajo que se adecue a sus necesidades, bien sea dentro de la empresa si se dan las condiciones o fuera si no hay otra opción. Esto es lo más inteligente y simple de llevar a cabo para tener un equipo eficiente, dispuesto y flexible.

Esta simple pauta elevaría la eficiencia de la organización, por ende, favorecería la posibilidad de que la misma genere más recursos económicos al operar con más coherencia y menos esfuerzo.

En los últimos tiempos se ha puesto de moda gastar importantes sumas de dinero en intentar cambiar la forma de ser y de pensar de los integrantes de la organización para adaptarlos a cambios que no pueden asumir por no formar parte de su condición natural.

Entre los buenos negocios que conozco no consta el de intentar cambiar a las personas, ya que la mayoría de los humanos intentamos reforzar nuestra manera de ser y de pensar en lugar de aceptar opciones diferentes a las nuestras. Esta es la razón por la que no es aconsejable buscar el cambio en las personas y sí dedicarse a buscar aquellas que, de forma natural, encajen en la organización.

De igual forma que las empresas tienen que tener un alto nivel de adaptabilidad al mercado y que si no tienen la capacidad de flexibilizarse les es difícil mantenerse de forma eficiente, las personas están sometidas a esta misma condición, y la ausencia de esta capacidad hace sufrir, genera mucho gasto psicológico a todas las partes. La manera más eficiente de prevenir esta situación es que cada persona encuentre el lugar de trabajo donde tenga menos desgaste y que, a la vez, la empresa busque a las personas que más se adecuen a cada puesto de trabajo de la forma más natural posible.

Es probable que, si ninguna de las partes toma decisiones a este respecto, al final la vida se ocupe de ello, puesto que el desgaste y la confrontación continuados suelen acabar en estrés, enfermedad, peleas entre las partes, abandono del lugar de trabajo o despido.

Cuando las personas no tienen conflicto en su trabajo son más eficientes, están más contentas y viven mejor. Exactamente lo contrario de cuando están peleando por cambiar el modo de actuar del jefe, por determinar lo que

tendría que hacer la empresa o los compañeros, o cuestionan cualquier circunstancia o cambio que se genere, sin importar si es el mercado o la empresa quien lo proponga.

Generalizando, lo más importante que deberíamos pedir a todos los que están en la organización es ATENCIÓN, entendida esta como la capacidad de sostenerse de forma presencial en lo que toca hacer, sin dar cabida a ninguna de las diversas interferencias que hemos mencionado. De igual forma que se ha medido el tiempo que la pelota está en juego durante un partido de fútbol y se ha podido comprobar que el tiempo de juego efectivo quizás no supere el 50% del tiempo de partido, así también los tiempos perdidos durante el trabajo son muy importantes. Si quieres obtener resultados ocúpate de que todas las personas estén haciendo lo que les corresponde y de que la mayor parte del tiempo que están en el lugar de trabajo realmente trabajen, sin necesidad de presión ni nada por el estilo. Es suficiente trabajar a un ritmo sostenido y continuado, siempre que la condición de la atención a lo que se hace no se pierda.

Nos dedicamos a pensar en cualquier cosa, a comentar, a discutir, a proyectar, a reunirnos para hablar o prever situaciones que nunca pasarán, entre muchas otras cosas, que reducen notablemente la efectividad de las personas y las empresas, cuando lo que deberíamos hacer, tal y como se ha comentado, es estar atentos de forma continuada a aquello que va sucediendo, para actuar como procede en cada momento. Ello no quiere decir que no debamos reflexionar en los momentos oportunos para ello, ni que debamos impedir que lo hagan todas las personas, sólo que debe hacerse de forma eficiente.

Conseguir y sistematizar que las personas estén atentas a lo que tienen que hacer y evitar las distracciones, desviaciones y pérdidas de tiempo en la realización de acciones que no son necesarias o no sirven para lo que es menester, es una buena inversión puesto que tener metodología en este

aspecto permite que toda distracción pueda ser corregida y re-direccionada en el sentido que corresponde.

No debemos olvidar que este es un aspecto a tener siempre presente, ya que la tendencia a alejarnos de nuestros objetivos siempre está latente y a menudo vuelve a reaparecer de forma cíclica, y es por ello que debemos disponer de los medios para volver a poner una y otra vez el tren sobre los raíles de la eficacia.



PERSISTENCIA, ATENCIÓN y CAMBIO

Vamos a analizar estos tres temas puesto que tienen una importancia considerable cuando hablamos de dinero.

En primer lugar, para obtener cualquier objetivo se requiere una buena dosis de las tres condiciones que se plantean, aunque a veces no parece fácil conjugarlas, y menos adecuadamente.

Sin entrar en el tipo de negocio en que cada uno esté ubicado, es importante mantener un nivel de persistencia en aquello que se quiere conseguir, aunque no por ello debe convertirse en una obsesión que incapacite para cambiar cuando corresponda.

Hoy en día está de moda el cambio. En un mundo en el que la tecnología e Internet promueven cambios constantes, a veces da la impresión de que todo cambia a la velocidad de la luz, y ello es cierto en algunos aspectos, pero en otros no.

Hay negocios basados exclusivamente en el cambio, para promover constantemente que el cliente compre novedades que aparecen cada cierto tiempo, como es el caso de la moda, de los teléfonos móviles, de los electrodomésticos, los videojuegos, los ordenadores o, en menor proporción, de los coches, por poner algunos ejemplos.

Este tipo de negocio está basado en el cambio, y se trabaja constantemente en promoverlo y en mantener alerta a los clientes al próximo cambio y, si hace falta, en hacerlos sentir de una determinada manera por no tener lo último, por estar fuera de la moda y, por tanto, víctimas de lo que se denomina “obsolescencia virtual”.

De ahí que puedas escuchar mensajes de todo tipo acerca de que el cambio es la panacea para conseguir todo, pero la realidad es que estas empresas que están favoreciendo el cambio constante no hacen más que desarrollar una estrategia planificada que les da considerables resultados a pesar de que siempre están vendiendo lo mismo, sean teléfonos, ordenadores, televisores o cualquier otro producto y, de igual forma que la prenda de moda de este verano fue fabricada el verano pasado, el ordenador actual fue concebido hace unos meses o incluso algún año, y lo que se hace es dosificar la información que se transmite para que el comprador crea que es novedosa.

Sin embargo, también es verdad que las cosas no suelen cambiar muy rápidamente y que muchas empresas y negocios siguen en lo mismo que hace bastantes años aunque, eso sí, adaptándose en cada momento a lo que el mercado, la competencia y el cliente van determinando.

Y aquí es donde conviene estar pendientes del equilibrio entre la persistencia, la atención y el cambio. El mundo del dinero requiere importantes dosis de atención a lo que está pasando, hacia dónde nos dirigimos, comprobando si obtenemos los resultados propuestos, qué están haciendo los competidores, cuáles son las tendencias que surgen y si los clientes las aceptan o las rechazan.

Por tanto la atención a todo aquello que está pasando es indispensable en el mundo del dinero, si queremos seguir en posiciones de ventaja.

Pero estar atento y alerta a lo que sucede, a lo que los demás hacen, a cómo se mueven los clientes, no garantiza nada. Además debemos compaginar la atención a todos estos aspectos con perseverar sin cambiar unas veces, puesto que no será necesario, y ser rápidos en cambiar cuando la situación lo requiera.

El cambio y su necesidad tienen que ver con la forma en que funciona la mente del ser humano. Nos gusta el cambio; nuestra mente lo anhela porque no está en su naturaleza mantenerse quieta en nada estable; no es una condición de la que disponga, y es por ello que reclama cambio constante.

Para darte cuenta de esto es suficiente que intentes mantenerte mirando atentamente un objeto, sólo atento, sin interferencias mentales en forma de juicios, comparaciones, evocaciones..; trata de hacerlo sólo durante unos segundos y podrás darte cuenta de que en breves instantes tu atención ya se ha desplazado a pensar sobre él, a otros objetos....

Así pues, al ser la necesidad de cambio un hábito en la vida de las personas, demandamos constantemente que las cosas cambien, aunque sólo lo hagan en sus apariencias, y así pedimos nuevos móviles, nuevos ordenadores, nuevas aplicaciones, nuevas características, aunque en verdad la mayor parte de todas estas novedades nunca se utilice ni sirva para nada.

Dado que el mercado en estos momentos solicita cambio, una función que tienen que realizar los directores de empresa, sea cual sea su departamento, es crear sensación de cambio en su producto o servicio puesto que, en caso contrario, parece que queda obsoleto. Junto a esto, sin embargo, no deberíamos olvidar que la historia está plagada de grandes fracasos por intentar cambiar “en profundidad” productos o servicios, aunque de esto raramente se hable.

Nos movemos, en definitiva, en la cultura del cambio aparente para continuar haciendo lo mismo, envuelto en una cáscara de novedad. El cambio está muy patrocinado por los creadores de tendencias y de necesidades, a quienes interesa mucho el anhelo constante de variación para que los clientes-consumidores creen que tienen que estar constantemente cambiando cualquier cosa.

Pero el ronroneo que existe en el mercado, relativo a la necesidad de cambiarlo todo constantemente puede ser una distracción importante para las empresas y negocios, a la vez que fuente de gasto innecesario en intentar modificar lo que ya funciona.

Seguramente todos estaremos de acuerdo en que si nuestro negocio es de tipo tecnológico o basado en Internet, es posible que los cambios tengan mayor importancia que en otros campos; sin embargo, conocí una empresa que ideó un servicio en el año 2000 cuya dificultad de comercialización consistía en que las empresas aún no estaban acostumbradas a utilizar el correo electrónico, y debía usar versiones de programas antiguos, puesto que los que lo usaban, y por tanto eran posibles clientes, no tenían versiones actualizadas y ello obligaba a la empresa a tener que esperar a que los posibles clientes fueran “entrando” paulatinamente en el cambio tecnológico que algunos auguraban hacía ya muchos años.

Otro caso parecido se dio cuando una empresa de mensajería se instaló en una ciudad y el principal problema era que sus clientes no consideraban que fuera necesaria tanta velocidad de entrega. Pasaron algunos años y la venta tuvo que orientarse hacia la utilización de otras ventajas diferentes a la urgencia que aquellos clientes aún no tenían ni valoraban.

Así pues, el mundo de los negocios y del dinero requiere un difícil equilibrio entre la persistencia en hacer aquello que nos es propio, sabemos hacer y demanda el mercado, conjugado con mantenernos constantemente atentos a lo que está pasando, a cómo funcionan otros que trabajan en nuestros sectores o similares, y a los cambios que demandan el mercado y los clientes.

Para entender la posibilidad de cambios importantes deberíamos tener en cuenta cómo es la mente de nuestros clientes, sean organizaciones o

particulares, pues acaban siendo personas quienes toman las decisiones que nos afectan.

Mientras las mentes de las personas sean como son, raramente van a cambiar mucho sus formas de funcionar, puesto que no es fácil que se modifiquen las tendencias que les son propias, sus pensamientos y creencias.

Podemos darnos cuenta de que, mientras hay mayor sensibilidad general por el medio ambiente y el cuidado de la tierra, al mismo tiempo cada vez se compran y consumen más raciones individualizadas, que generan mucho más residuo que los envases mayores o los materiales comprados a granel, hasta el punto de que hay artículos cuya venta a granel está prohibida. La gente se siente bien diciendo que cuida del medio ambiente, que recicla y que es más responsable que antes. Sin embargo, insistimos, mientras se plantea prohibir el uso de las bolsas de plástico en los supermercados, mantenemos la compra de gran cantidad de productos envasados individualmente que genera millones de toneladas de residuos que tardarán años en destruirse.

Con ello queremos poner de manifiesto esta doble cualidad a la que hay que prestar atención: nos gustan los mismos colores, el mismo tipo de comida, el mismo tipo de coche, un determinado tipo de vacaciones, incluso somos más afines a un tipo de personas que a otras; sin embargo, no deja de ser cierto que en algunos aspectos los humanos actuamos como manadas ansiosas de novedades y, de pronto, (o no tan de pronto), adoptamos algo nuevo de forma masiva, como ha sucedido con el caso de Facebook, Apple y algunos otros.

Si estás o quieres estar en el mundo de los negocios y del dinero es bueno tener presente esta trilogía de atención, persistencia y cambio para poder evitar quedarte fuera del mercado, evitar gastar en cambios innecesarios o

poderte anticipar a los que van tomando cuerpo y se van implantando.

No hay reglas mágicas que puedan decirte cuándo cambiar o cuándo persistir, pero mantener la atención constante en lo que estás haciendo te dará la información idónea en cada momento y te permitirá intuir no sólo lo que pasa, sino también aquello que puede suceder con más probabilidad.

Incluso podríamos decir que puedes ser más o menos rápido en cambiar, persistir más o menos, pero lo que te puede llevar a la ruina fácilmente es la falta de atención en aquello que está pasando.

No es infrecuente oír a directivos o empresarios hablar de cosas que sólo suceden en sus cabezas, sin casi ninguna relación con lo que está pasando en el mercado.

Aquí me atrevería a decir que es más importante y vital la atención que la formación, puesto que lo que la formación a menudo ofrece o sugiere puede convertirse en una distracción que nos lleve lejos de nuestros objetivos.

Como muchas veces le oí decir a un Maestro:

Atento ¿ oyes? siempre atento

EL DINERO COMO CONSECUENCIA

La mayoría de las personas con más dinero que he conocido nunca se propusieron ganar gran cantidad de dinero. Empezaron, simplemente, con una actividad que les gustaba con la intención de ganarse la vida, de aprender y de crecer.

Así es cómo muchos empezaron su camino, trabajando de jóvenes para otros, con suficiente intuición e inquietud como para buscar su propia forma de desarrollar sus ideas.

Es poco probable que un personaje como Bill Gates planificara su deseo o capacidad de ganar dinero cuando, en su más tierna juventud, empezó a trabajar en un garaje en lo que serían unos servicios que han revolucionado una época y cambiado paradigmas y, a la vez, le han hecho uno de los personajes más ricos de la humanidad durante muchos años.

El dinero suele ser más una consecuencia que un objetivo. A menudo, incluso, puede ser el resultado de necesidades o miedos, más que la consecuencia de una planificación, puesto que el miedo a no tener suficiente o la necesidad de sentirse seguro impulsa a captar más y más negocio o a trabajar más y más para tener seguridad o prestigio u otras necesidades que, según el nivel de presión que ejerzan, pueden llegar a ser patológicas.

También he conocido personas con la necesidad de tener por tener, o tener más que nadie, con lo que pueden acabar como esclavos del dinero.

De igual forma, hay personas que nunca se ocupan de la riqueza que se genera a su alrededor como consecuencia de sus actividades o negocios. Siempre están ocupándose de la actividad, de cómo hacer más cosas, de cómo mejorar lo que hacen, de innovar, de saber hacia dónde van las tendencias, y para ellos el dinero sólo es un medio para reinvertir, adquirir lo

que necesitan, hacer crecer su negocio; raramente se ocupan de cuánto tienen o dejan de tener.

El dinero es una consecuencia porque si estás pensando en él continuamente y como prioridad en tu vida, raramente vas a poder estar atento a los clientes, sus necesidades, a los productos y sus mejoras, a la obtención de los mejores precios, al cuidado de las relaciones que son necesarias para que toda la actividad se mantenga, aporte valor a otros y de ello se obtengan recursos.

Mientras estés pensando en el dinero puede aparecer cualquier oportunidad relativa a decisiones que hay que tomar tanto en tu esfera profesional como personal, decisiones que, o no se toman, o se toman de forma incorrecta precisamente por tener la atención centrada lejos de lo que está sucediendo.

Sin embargo, y junto a esto que se ha expuesto, conviene que las personas que se inician en el mundo de los negocios, tal como se ha explicado en la primera parte del libro, consideren el tema del dinero, su relación con él, que revisen sus necesidades y deseos y, especialmente, analicen y valoren los aspectos contrarios que muchos tenemos respecto al dinero, que a menudo nos llevan a trabajar mucho y bien pero sin obtener los recursos que fácilmente podríamos allegar.

No es extraño ,por ejemplo, el empresario con 10 o 15 personas empleadas en un negocio de comida preparada al que lo que le nutre emocionalmente es que los clientes le digan lo bueno que estaba lo que les suministra, aunque eso le suponga escasez de medios y dificultades para llegar a fin de mes. Su necesidad de reconocimiento le lleva a buscarlo constantemente, dejando totalmente de lado un aspecto tan importante como el económico, lo que puede poner en peligro la continuidad del negocio pues, para satisfacer su necesidad, es capaz de ofrecer precios muy inferiores a lo normal y hacer créditos para cubrir pérdidas, cuando tiene una empresa que podría ser

perfectamente rentable para él y para todos los que participan de ella.

El dinero suele ser el lubricante que permite que todo el engranaje de una empresa funcione. Si el dinero no fluye empiezan a chirriar los rodamientos, las personas no perciben lo que les corresponde, no se puede invertir en lo que se debe ni renovar y actualizar lo que se necesita, ni hay satisfacción ni recursos para los dirigentes y socios, y así la cosa no suele durar mucho tiempo.

Así pues, aunque el dinero sea una consecuencia de lo que se hace y también de cómo se hace, no está de más el tener conciencia del aspecto económico, de plantearse objetivos, ver qué queremos y qué no queremos, qué estamos dispuestos a hacer o a sacrificar a cambio de dinero y qué es innegociable, puesto que el plantear y cuestionar todos estos temas da claridad a un asunto que para muchos es muy oculto o reservado.

LOS PROBLEMAS DEL DINERO Y DE LOS RICOS

Es muy probable que hayas oído decir que "el dinero no da la felicidad", puesto que es una frase muy arraigada en nuestra cultura y, por tanto, muy popular. Hay quien ofrece una continuación: "el dinero no da la felicidad, pero ayuda; sin embargo, nunca lo sabrán quienes no tienen dinero".

Las personas, con dinero o sin él, tienen problemas muy parecidos. El dinero simplemente es un recurso, pero no suele ser la solución definitiva a nada. Ofrece dificultades por exceso o defecto de posesión, es decir, quien tiene poco tiene un tipo de problemas, y quien lo tiene en exceso tiene otro, pero ninguno de los dos supuestos garantiza ventaja alguna. Igualmente hay personas, con y sin dinero, sin estos tipos de problemas.

Las personas que no tienen dinero, a menudo presuponen problemas y dificultades a quienes lo tienen en abundancia, y lo mismo sucede al revés, que a quien dispone de mucho dinero le es difícil imaginar cómo se puede vivir sin su abundancia.

El dinero no hace a nadie más alto, ni más guapo, ni más simpático, ni nada por el estilo. Únicamente permite vivir con cierta comodidad ante las necesidades físicas o emocionales del ser humano, permitiéndole, si es el caso, tener montañas de objetos que, habitualmente, generan otro tipo de problemas diferentes a los producidos por la carencia de dinero.

El dinero no exime a las personas de dolencias físicas, ni anímicas, ni mentales, ni de ningún tipo. Es más, puede ocurrir que personas que de pronto empiezan a ganar dinero cambien alguno de sus hábitos más comunes a la hora de comer, beber, comprar, divertirse, junto a posibles situaciones de mal manejo de los recursos adquiridos en forma de despilfarro etc. que les lleven a situaciones que previamente desconocían pues no podían permitirse este tipo de excesos.

Si planteo este tema aquí es porque he constatado en numerosas ocasiones una falta de orientación y preparación respecto al tema del dinero en las personas que, de pronto, empiezan a ser favorecidas con la llegada de cantidades importantes o que su estatus económico cambia con cierta celeridad, sin tiempo para adaptarse a su nueva situación y sin ningún tipo de preparación ni reflexión. Junto con el dinero suelen aparecer en muchos casos miedos sobre lo correcto o lo incorrecto, sobre la seguridad personal y familiar, dudas sobre qué hacer con él, cómo evitar pagar impuestos, sobre si es prudente que la gente lo sepa o no, entre otras muchas. De igual forma, a veces aparecen situaciones casi patológicas, como el deseo compulsivo de comprarlo todo "ahora que puedo" o "quiero ser feliz cueste lo que cueste", o bien de pronto quieren adquirir bienes que están fuera de su alcance, bajo la presuposición de que aquello que ha empezado a generar dinero será permanente e inacabable. O, por el contrario, se ven personas que no pueden asumir su nueva condición y parecen auténticos "tíos gilitos" contando una y otra vez el dinero que poseen y escondiéndolo para no ser robados, atacados, secuestrados...; se pasan la vida quejándose, ocultando su nueva posición respecto al dinero, por no poder asumir su nueva situación.

Como ya se ha dicho, el dinero no es la solución ni el problema para nada ni para nadie; es nuestra reacción a los cambios que van aconteciendo en nuestra vida y nuestra flexibilidad y capacidad de adaptación ante ellos lo que nos permitirá vivir de una manera fluida o bien con enormes dificultades.

Es bueno saber que disponer de más recursos económicos no es garantía de casi nada más que la posibilidad de adquirir determinados bienes y servicios, pero que en ningún caso nos garantiza un tipo de vida con mejor calidad que la de aquellos que no tienen abundancia de este tipo de recursos. De igual manera, aquellos que no disponen de medios económicos tampoco están libres de muchas dificultades propias de su estado, y la

ausencia de dinero tampoco les garantiza nada ni les beneficia en nada.

El dinero podría ser comparado a tener un cuchillo que puede ser utilizado como una herramienta que nos ayuda en muchos quehaceres y nos ahorra mucho esfuerzo, pero también nos podemos cortar con él o incluso dañarnos profundamente en un simple mal gesto que nos puede llevar al hospital o a la muerte. Asimismo el cuchillo, que tanto nos ha ayudado, puede acarrear muchos problemas si lo utilizamos en una pelea o en un juego y acabamos hiriendo a otro y le hacemos un corte importante. El cuchillo no es la causa de nada, pero nuestras acciones con él nos conducirán a diferentes lugares en cada caso.

Las personas solemos tener facilidad en presuponer cómo es la vida de los demás, y así suponemos que a los ricos las cosas siempre les van bien o mal. Creamos nuestros propios mundos y nuestras propias suposiciones sin que tengan ningún punto de referencia con la realidad de aquello que construimos, y a partir de estas situaciones suponemos que las cosas son así.

Cada persona en su vida tendrá un conjunto de situaciones, de tendencias, que normalmente siempre emergerán y con las que tendrá que relacionarse y lidiar probablemente toda la vida, sea con dinero o sin dinero, y si en algún momento de su vida el tema económico da un vuelco muy importante, tanto en pasar de precariedad a mucha abundancia como al revés, probablemente generará situaciones de descontrol que pueden hacer sufrir notablemente a quien las experimente, porque sus connotaciones suelen ser sorprendentes y a menudo dolorosas, al menos por un cierto periodo de tiempo.

A quien le ocurra esto quizás le sirva recordar que no es el dinero el causante de la situación, sino más bien su capacidad de adaptación a los cambios que se producen, su capacidad de flexibilizarse; es esa capacidad la que le otorga fluidez o rigidez en relación a aquello que ahora está

sucediendo y que es diferente a otras formas que le manifestaba la vida con anterioridad.



EL DINERO COMO BÚSQUEDA

En nuestra cultura el dinero es un elemento muy controvertido puesto que, por una parte y para mucha gente, es un bien muy deseado pero muchas veces este deseo se manifiesta como rechazo. Quizás si observáramos y nos observásemos con atención podríamos darnos cuenta de que hay personas que viven con muy pocos ingresos, negándose incluso la posibilidad de obtener otro tipo de recursos y quejándose de la escasez de los mismos, que al mismo tiempo critican a quienes ganan más que ellos y no dejan de poner en duda los abusos que cometen, reales o supuestos, a quienes tienen acceso a tales medios.

El dinero suele ser un medio de proyección de uno mismo muy importante; si estamos atentos nos puede dar mucha información sobre cómo nos consideramos, sobre nuestra autoestima, nuestra autovaloración, sobre lo que pensamos que merecemos y, por tanto, puede facilitarnos mucha información sobre nuestra forma de pensar, sentir y entender la vida.

Toda experiencia humana suele ser más importante para quien no la tiene que para quien la tiene; así el dinero suele estar mucho más presente cuanto menos se posee que cuanto más se tiene aunque, si bien es verdad que podemos ver algunos casos de ostentación exagerada de personas que hacen gala, incluso excesiva, de sus posesiones, hay muchas otras para quien la abundancia de dinero no les genera especial bienestar ni una mejora sustancial en sus vidas.

Basta conocer de cerca gente económicamente importante como para darse cuenta de que viven una vida muy parecida a sus conciudadanos con menos recursos.

Sin embargo, para unos y para otros el dinero, de una forma u otra, acaba siendo un medio de proyección, un modo mediante el cual nos manifestamos

de muchas maneras, nos expresamos. Así, la ropa que vestimos, las joyas que exhibimos, el corte de pelo, los zapatos, el coche, la casa y su decoración, los restaurantes o tiendas que frecuentamos, las personas con quien nos relacionamos, permiten conocer o intuir nuestra situación económica y, más que ella, lo que pensamos y sentimos respecto a lo económico.

No es menos cierto que hay muchas personas para quien el dinero no tiene ninguna importancia; nunca se ocupan de él, no forma parte de sus prioridades y nada hacen para tenerlo. Aunque este caso no es muy abundante hay personas para quien este tema no es un tema significativo en su vida, por tanto probablemente encontrarían absurdo leer un libro como este.

El dinero tiene cierta magia, y para cada quién evoca aspectos diferentes; permite reflejar y expresar de una forma oculta y sutil aspectos muy profundos e íntimos que, de otra forma, quizás no veríamos en otros y, especialmente, en nosotros mismos. La forma en cómo tomamos el dinero, cómo lo contamos, cómo lo entregamos (con reticencia o, por el contrario, lanzándolo en el momento de pagar) denotan actitudes que hablan de las personas y que permiten conocer aspectos muy difíciles de detectar de otra forma. Son simples gestos que nos permiten conocernos y conocer el mundo.

Probablemente estaremos de acuerdo en que lo más importante en la vida no es el dinero, aunque su ausencia hace sufrir a muchos. Para algunos, aspectos como el amor, la felicidad, el sentirse bien, tendrán prioridad clara sobre aspectos económicos; sin embargo, muy a menudo el dinero se entremezcla en muchos otros aspectos de la vida y actúa como una telaraña que ata muchos cabos, muchos aspectos que parecen desvinculados y que están sutilmente relacionados por nuestra forma de relacionarnos con él.

Así pues, el dinero no deja de ser un lenguaje, un medio por el que nos expresamos a toda hora siempre que nos relacionamos, y que podemos aprovechar para vernos a través de nuestras propias reacciones hacia él y también de las que realizan los demás al respecto, ya que captan nuestro interés precisamente porque quizás sean nuestro más sutil reflejo.

Podríamos tomar como un juego el observar las formas de actuar de los demás en relación con el dinero para auto-conocernos, bajo la presunción de que aquello que nos gusta en los demás son nuestros deseos más íntimos y menos conseguidos y, por el contrario, aquello que nos disgusta son aquellos aspectos que, aunque los poseamos, más rechazamos y menos podemos reconocer como propios.

En nuestra experiencia de vida todo esta interrelacionado y, aunque a menudo sólo se nos permite ver y comprender la vida por partes, por pequeños trozos, no por ello la realidad subyacente deja de existir, y la vida continuamente mantiene la información a nuestra disposición para que, cuando sea el momento adecuado, podamos entender lo correcto en cada ocasión.

El dinero, por tanto, como cualquier otro evento al que pongamos atención, puede ser también un medio de conocimiento, un medio a través del cual podamos entender el mundo y entendernos a nosotros mismos, conocer y conocernos, que probablemente sea la razón de ser de nuestra existencia en este planeta.

EL NEGOCIO SIN MÍ

Para muchos de nosotros no se puede concebir un negocio o actividad sin nuestra presencia, sin ser el generador de ideas, el que controla que todo funcione, el que cuida de todos los detalles. Nuestra visión particular se torna imprescindible, por diferentes razones, cuando hablamos de nuestras empresas, actividades o negocios.

Lo ideal es que un negocio, y más si queremos que genere dinero, pueda funcionar sin mí, puesto que ello da cierta garantía de que está mínimamente consolidado, que no precisa de una interpretación particular de cada evento, que tenemos confianza suficiente en el sistema para que pueda andar sin nuestra presencia y nuestro absoluto control.

También es un buen indicador de que cada pieza encaja en su sitio, de que cada elemento que forma el conjunto sabe qué hacer, dónde estar y qué partitura debe interpretar en cada momento.

Tengamos presente que la gran mayoría de negocios que durante la vida de sus creadores crecen y se convierten en **importantes**, suelen tropezar con un problema significativo cuando llega la hora de la sucesión, la hora de ceder el mando o el poder, o bien cuando se plantea cambiar la forma de dirigir la compañía, cuando toca profesionalizarla. Esta situación a menudo genera problemas casi insalvables, o bien para los titulares o bien para la compañía.

Incluso puede llegar a ser un problema el hecho de que finalmente siempre haya alguien que tome la última decisión ya que, si siempre existe alguien para tomar esa decisión final, nadie quiere intervenir en el proceso si al final siempre es otro quien decide.

Aceptar por parte del fundador o de los fundadores que el negocio, empresa o compañía pueda evolucionar sin su presencia, alejarse de ella, puede favorecer aspectos de crecimiento que no se darían estando en el puente de mando controlándolo todo.

De igual forma que puede satisfacer ver cómo uno controla férreamente su organización o negocio y nada se escapa a su control, también es satisfactorio ver cómo el negocio funciona estando a la distancia y liderando o conduciendo únicamente en aquellos aspectos más filosóficos, más críticos o más estratégicos y dejando el día a día a otros que puedan llevarlo con eficiencia.

Imagino que muchos emprendedores a quienes les ha costado sangre, sudor y lágrimas hacer sostenible su empresa podrán pensar que esta idea es una locura, que dejar su negocio sin ser el primero en llegar y el último en irse es poner en peligro su empresa, puesto que siempre lo han hecho así, y seguramente así continuarán. Puedo asegurarles que también tiene sentido ir delegando, confiando en las personas que nos acompañan, y que ello permite que otros puedan crecer, aprender, experimentar, y al fundador le permite ser más libre, tener más tiempo, más perspectiva, poder ver más ampliamente su sector y el de otros, asistir a ferias, conocer otros emprendedores, establecer otros contactos y miles de cosas más que no podría hacer estando “atado” doce horas diarias a su actividad.

Tampoco se plantea aquí que nadie mañana por la mañana llame a su oficina y comunique que de ahora en adelante va a acudir de tanto en cuanto y que dirigirá su negocio desde la distancia. Evidentemente que no.

Lo que aquí se plantea es la posibilidad de tomar conciencia de que el negocio, empresa u organización, cuando está bien dirigida, no debe necesitar la presencia constante del dirigente. Cada persona o grupos deben poder ser autónomos, independientes, y no deberían necesitar de la

vigilancia de nadie para realizar su trabajo. Es más, si necesitan vigilancia es que no son los adecuados para formar parte de un equipo altamente eficiente que garantice la buena marcha de un negocio.

Desde este punto de vista es muy sano que un negocio pueda funcionar sin la presencia del jefe, dueño, director o el nombre que corresponda, puesto que es buena garantía de rentabilidad aquel negocio que no los necesita más que a nivel de dirección estratégica o de la visión.

Por otra parte, para el director, emprendedor o socio será todo un reto poder confiar en el sistema y en las personas que lo componen, ceder el día a día, las urgencias y las soluciones a terceras personas; darse cuenta de que no es imprescindible será un buen ejercicio de humildad para quien en muchos casos se considera el rey del mambo.

Al dinero no le gusta mucho la personalización, prefiere la eficiencia de un sistema por encima del sentido personal de alguien; suele acercarse más a aquellos lugares donde predomina la eficiencia por delante del “yo me ocupo de todo”.

Experimenta con alejarte paulatinamente del día a día, confiando en el sistema y ocupándote de lo verdaderamente importante, de ver para dónde va el mundo, qué y cómo cambia, cómo puedes hacer para que tu organización esté en el lugar adecuado hoy y también mañana, dejando que funcione sin ti. Es posible que te lleves agradables sorpresas.

Recuerda que, mientras piensas, raramente va a venir una idea realmente interesante. Date espacio para que ellas aparezcan. Normalmente, cuando intentas resolver una duda o un problema puedes pasarte horas o días en el intento; sin embargo, basta que te centres en otra cosa, que pongas la atención, sin intención, en otro asunto, y a menudo aparece la solución al tan manoseado problema. Cuanto más esfuerzo haces por obtener una

respuesta a algo, más la impides. Permítete contemplar la naturaleza, relajarte, caminar, cocinar, hacer deporte, practicar la meditación o cualquier cosa que permita a la mente descansar, sin forzarla a nada; sorprendentemente emergerán informaciones interesantes que de otra manera raramente aparecerán.



DE QUIÉN ES EL DINERO

Pareciera esta una pregunta absurda. Sin embargo, muchas personas consideran suyo el dinero que reporta su empresa o negocio sin tener en cuenta que hay muchos matices sobre la propiedad definitiva del dinero.

Existe una relación entre la posibilidad de ganar dinero y los riesgos que ello conlleva, y no sólo los basados en obtener un resultado satisfactorio por sí mismo, sino también aquellos riesgos que se derivan de la relación con la administración, con la competencia, con los clientes, con contrincantes impensables como pueden ser organizaciones de consumidores, defensores del medio ambiente o cualquier otra institución que, por cualquier razón, tenga intereses contrarios a la actividad o negocio en cuestión.

Si después de hacer los números de una empresa nos da un beneficio de 1000, deberíamos tener en cuenta que hay varios “colaboradores” a tener en consideración. Uno, quizás el más importante, sea el Estado, representado bajo diversos nombres, que se convierte en un socio que siempre está dispuesto a cobrar sobre el beneficio sea del tipo que sea, y una o más veces; para ello ha establecido un entramado de normas para intentar que no se le escape ni un céntimo si es posible.

La administración cobra a través de los impuestos sobre los beneficios, sea cual sea la forma jurídica que se utilice y, además, si actuamos como sociedad al transferir el dinero a los socios, estos pagarán de nuevo, con lo que del dinero obtenido como beneficio puede que un 40, 50% o más acabe yendo a las arcas públicas.

Pero, además de pagar los impuestos previstos, debemos tener en cuenta que las cuentas con la administración quedan abiertas durante 4 o 5 años, que es el tiempo que tienen para comprobar si lo que se hizo se hizo bien y,

por tanto, para poder girar liquidaciones complementarias, actas y sanciones, según pueda suceder en cada caso, y es por ello que los negocios deberían tener en cuenta los pasivos contingentes derivados de actas de inspección de seguridad social, hacienda, sanidad, medio ambiente o cualquier otro departamento que pueda surgir y a través del cual la administración intente obtener ingresos.

De igual forma hay cantidades, cuya importancia varía de una empresa a otra, que deben ser reinvertidas para mantener la empresa en estado de máxima competencia, como son las inversiones en todos los apartados que cada empresa necesite, y es conveniente ver si hay que reservar una parte importante del dinero obtenido para mantener una buena salud económica o es mejor efectuar las nuevas inversiones mediante préstamos. Si se decide reservar una parte de los beneficios, ello comportará que otra parte del pastel obtenido tampoco estará a disposición de los propietarios.

Así pues, de los hipotéticos 1000 obtenidos como beneficio deberemos tener en cuenta el pago de impuestos, que puede ser un 25% de sociedades más otro 20 o 25% de personas físicas, así como la previsión para inversiones y los pasivos contingentes que podamos estimar.

El resto que nos queda, si aún queda algo, sería aquello que los propietarios o socios puedan retirar y que, si no hay ninguna liquidación adicional, podrán considerar de su propiedad para uso y disfrute.

Es muy probable que esta forma de presentarlo no anime a muchas personas a asumir riesgos y poner en marcha un proyecto para que finalmente les llegue sólo una pequeña parte de lo ganado, pero así son las cosas y vale más conocerlas que obviarlas. No se pretende desanimar ni asustar a nadie; simplemente lo que se plantea es no olvidar de quién es el dinero que se obtiene en un negocio o empresa.

En definitiva, todo ello deberá ser tenido en cuenta para ver cuánto dinero nos queda y qué riesgos asumimos pero, sobre todo, para saber que no todo el dinero que aparezca en las cuentas es de nuestra propiedad; el dinero que se obtiene en una empresa no es propiedad del socio o empresario directamente, sino que hay todo un conjunto de reglas a considerar porque el hecho de no hacerlo puede implicar asumir riesgos demasiado importantes y poner en peligro la continuidad del propio negocio.

A menudo, lo más importante para muchas personas es saber que tienen dinero, más allá de qué cantidad o de lo que les cuesta ganarlo, puesto que el dinero puede dar sensación de seguridad, de clase social, o de cualquier circunstancia que nos satisfaga.

RESUMEN DE LA PRIMERA PARTE

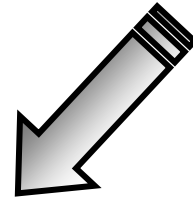
En esta primera parte se ha pretendido hacer hincapié en diversos aspectos relacionados con el dinero y centrados en los aspectos siguientes:

Qué significa el dinero para mí.- Es decir, cómo me posiciono y me relaciono con el dinero, cuáles son mis creencias, mis limitaciones, qué pienso sobre él y sobre aquellos que poseen dinero, etc.

Conocerme en relación con el dinero y los negocios.- Sabiendo cuál es mi posición respecto al dinero puedo plantearme cuáles son mis puntos fuertes y débiles respecto a trabajos, actividades o negocios, y darme cuenta de qué es lo adecuado para mí, dónde y en qué puedo ubicarme para conseguir dinero si este es mi interés.

Limitaciones.- Se ha puesto énfasis en algunas características bastante comunes que impiden que el dinero fluya como el agua. A menudo, nuestras creencias y pensamientos actúan como pantanos o diques que impiden que el dinero fluya con la naturalidad que le es propia, y se han puesto de relevancia algunos comportamientos que favorecen esta falta de fluidez respecto al dinero. **Si nos damos cuenta de nuestras limitaciones aprenderemos a saber cuáles nos son propias y habituales** y cómo con nuestras acciones o tendencias, de forma voluntaria o no, paralizamos los flujos de dinero igual que una presa paraliza el agua.

Allanando el camino.- Finalmente, se plantean un conjunto de acciones que pueden favorecer que el dinero pueda fluir. Una vez quitados los impedimentos, podemos poner una marcha superior para circular con mayor velocidad y fluidez y conseguir así nuestro objetivo: que el dinero fluya hacia nosotros sin trabas



En este momento, transcurrido un buen trecho del camino y pudiendo tener ya una idea clara de lo que has recibido te propongo que, si crees que lo que se te ha transmitido vale la pena para ti y quieres hacer un retorno coherente, lo realices en esta cuenta de la que es titular una Asociación sin ánimo de lucro dedicada a la ayuda de las personas.

Cta cte 2100 3724 19 2200050190

Si quieres ingresar desde fuera de España y no sabes como manda un mail a la dirección que consta al final del libro y te indicaremos como hacerlo.

En la segunda parte abordaremos algunas reflexiones acerca del tipo de empresas, actividades o negocios en los cuales podemos ganar dinero fácilmente y en cuáles nos puede resultar más difícil.

SEGUNDA PARTE

QUÉ HACER PARA GANAR DINERO

Hablar de cómo específicamente ganar dinero significa hablar de dónde actuar para poder obtener recursos de una forma generosa y estable.

La verdad es que en todo tipo de empresas y negocios se dan casos de éxito, de supervivencia y de fracaso y, por tanto, visto desde este prisma podría parecer una quimera acertar en qué invertir o a qué dedicarse para tener éxito.

Podríamos afirmar, como generalización, que las grandes corporaciones son negocios que solucionan problemas que afectan a muchísimas personas. Para darnos cuenta de ello podemos observar cómo las compañías más rentables son petroleras, empresas de informática, Internet, bancos y servicios financieros, aseguradoras, alimentación, vehículos, entre otras. Todas ellas tienen en común que resuelven, bien o mal, los problemas de miles o millones de personas y es por ello que les compran sí o sí.

Este dato puede ser muy interesante a la hora de poner en marcha nuestro negocio o empresa puesto que, si bien trabajando para un sector muy pequeño también podemos ganarnos bien la vida, como hace un pastelero o un fontanero, si enfocamos nuestro negocio en sectores muy amplios como pueden ser los jóvenes, las mujeres, los enfermos, la educación o cualquiera que tenga visos de universalidad, nuestras posibilidades de crecer son casi ilimitadas.

Si el producto o servicio que vamos a ofrecer soluciona realmente las necesidades de un gran número de personas, nuestras posibilidades de éxito serán mayores que si sólo beneficiamos a unas pocas. Y aún teniendo en cuenta que raramente al comenzar se piensa en grande, enfocarse en aquello que puede servir y solucionar problemas a mucha gente nos

colocará en una posición de ventaja respecto a lo local o pequeño.

Por lo tanto, lo que vamos a plantear son ejemplos, algunos novedosos y otros no tanto, que den cierta orientación a las personas interesadas en su propia búsqueda.

Tal como se ha dicho en otra parte de este texto, si nos hemos hecho y contestado las debidas preguntas, en este momento ya deberíamos saber cuáles son nuestras preferencias e, incluso, conocer aquello en lo que somos más eficientes.

También hemos dicho que hay muy pocas personas, si es que hay alguna, que sean eficientes en todo. La gran mayoría estamos más preparados para un tipo de actividad que para otro y es por ello que la mejor opción para poner en marcha una empresa o negocio es que esté alineada con nuestras mejores facultades, así como con aquellos aspectos de los que somos conocedores.

Si analizáramos la bolsa veríamos que la gran mayoría de la gente que se mueve comprando y vendiendo no suele obtener grandes ganancias, pues les mueve más el juego, el riesgo, la posibilidad de ganar, que las ganancias efectivamente realizadas y en realidad, si hacemos caso de expertos mundiales como Buffet, su gran fortuna no la ha realizado comprando y vendiendo acciones sino teniendo “nariz” para invertir en aquellas empresas que tenían grandes posibilidades de crecer.

Visto así podríamos decir que podrías invertir o poner en marcha cualquier tipo de actividad o negocio pues, sin importar cuál, se pueden obtener réditos importantes. Aún así, vamos a poner algunos ejemplos que puedan ayudar a clarificar un poco más el asunto del dinero.

Evidentemente, por mi tendencia a los servicios y a la información, la mayoría de propuestas que pueda aportar estarán básicamente relacionadas con estos campos y no con otros, como podrían ser las inversiones financieras o la fabricación de productos, dado que no son una especialidad muy significativa para mí.



TRABAJAR PARA OTROS

¿Es posible ganar mucho dinero trabajando para otros? Evidentemente, si se lo preguntáramos a cualquier CEO de gran compañía, entidad bancaria, compañía petrolera, aseguradora, grandes industrias o empresas multinacionales de servicios nos contestaría afirmativamente, pues sus máximos directivos perciben millones de dólares o de euros anuales por su trabajo con un blindaje importante adicional a su contratos para el caso de ser despedidos.

Igualmente hay multitud de cargos a nivel de dirección general, de marketing, etc. cuyos salarios son considerablemente altos según la empresa donde estén ubicados.

Sin embargo, en general, trabajar para otros no siempre está muy bien retribuido y ello es debido esencialmente a la abundancia de oferta de empleados que existe en el mercado y al bajo riesgo que las personas que trabajan para otros pueden asumir.

Por tanto, quien esté interesado en seguir una carrera dentro de una organización puede aspirar a ganar mucho dinero, sin embargo, siempre bajo una dinámica diferente de la generada por la creación de empresas o negocios y que debería ser estudiada y ampliada en otro texto diferente de este, que está más orientado a la obtención del dinero por medio de la creación de negocios, empresas u organizaciones.

TERAPIAS

En los últimos 10 o 15 años se ha abierto un gran campo en el mundo de las terapias, y hemos pasado de tener una medicina clásica, al menos en Occidente, indiscutible e indiscutida, a que se haya generado un sinfín de opciones terapéuticas cuya validez ni apoyamos ni cuestionamos pero que, de hecho, han abierto un gran mercado y han fragmentado el sistema cerrado que existía.

Sin embargo, muchísimos de los terapeutas que existen en el mercado subsisten en una actividad que muchas veces no les permite ni legalizarse, puesto que no obtienen ingresos suficientes para ello.

Existe la posibilidad de montar un negocio basado en organizar un centro que alquile salas a los terapeutas, como la que ya realizan los más establecidos, y añadir otros valores como publicidad, conferencias, fidelización de clientes, facturación, formación de los terapeutas, etc.

Piensa, por ejemplo, en un espacio donde puedas tener homeópatas, astrólogos, masajistas de tantos tipos como puedas imaginar, acupuntores, dietistas, osteópatas de diferentes tipos, reiki, o disciplinas para grupos como Rpg, seital, yoga, relajación, meditación y todos aquellos que puedas imaginar, y que bajo determinados estándares de calidad se les pueda ofrecer a ellos un local en buenas condiciones para poder trabajar y la fuerza del conjunto en relación con la divulgación, la facturación, toda la logística propia del centro, de forma que facilites un servicio a dos tipos de clientes: por una parte a los terapeutas y por otra a todas aquellas personas que, necesitadas de atención, encuentren en un solo centro una gran diversidad de opciones que les facilite encontrar en cada momento la que más les convenga.

Este modelo, que parece simple y lo es, tiene la ventaja de que puede crecer ilimitadamente, bien bajo la propia dirección de una empresa o bien en modelo franquicia y de que es válido para uno o varios países donde se den las circunstancias adecuadas. Y, sin embargo, lo curioso es que no es necesario ser terapeuta ni especialista en nada para poder llevarlo a cabo, puesto que el servicio que se presta no requiere de esta condición.

Otro negocio relacionado con las terapias podría ser la construcción de una o más webs que ayudaran a diagnosticar el tipo de problema que presentara un paciente según la información que facilitara en la propia web, incluso interrelacionando diferentes terapias o lenguajes para que el paciente supiera cómo abordar la situación que le afecta.

Nada impide que este servicio sea de pago, en todo o en parte, y puede estar relacionado con el anterior y dirigido y asistido por diferentes terapeutas o, simplemente, ofrecer una asistencia primaria que oriente al paciente y tenga amplia información relativa a su dolencia sin tener que ir de un lado a otro buscando referencias e intentando saber cuál es la información acertada que le servirá.

La ventaja de universalizar un servicio de este tipo es que pueden ofrecerse unos precios muy competitivos y servir de gran ayuda para personas que no conocen ciertas opciones y que así podrían tener más opciones a la hora de saber qué hacer ante una situación de dificultad.

FELICITAR A LAS PERSONAS

Podríamos crear un servicio consistente en felicitar a las personas. Una tarea bien agradable, y para ello quizás solo necesitemos un teléfono, una buena voz y una buena disposición para felicitar a las persona en el día de su cumpleaños u onomástica, según lo que se celebre en cada zona.

Esta idea, que puede parecer muy simple, puede ser de gran ayuda para muchas empresas cuya función y día a día no les permite dedicarse a la fidelización de clientes mediante técnicas tan simples como la que se plantea.

Sin embargo, hay multitud de organizaciones, como las empresas aseguradoras, bancos con sección de banca privada para la gestión de cuentas sustanciosas, que tienen clientes de los que dependen cifras muy importantes con los que raramente tienen ningún contacto, concesionarios de coches de gama alta, joyerías exclusivas y otras estarían dispuestas a invertir unas pequeñas cantidades en mantener un contacto con sus clientes al tiempo que pueden saber cómo les ha ido la última compra, si les funciona correctamente aquello que compraron, si van a necesitar algo de la empresa en los próximos meses, por poner algunos ejemplos.

No son servicios que vayan a adoptar todas las empresas, pero bajo esta premisa es posible montar un negocio basado en algo tan simple como felicitar a las personas.

Es evidente que podemos sofisticar el sistema proponiendo enviar regalos y sorpresas para las personas seleccionadas a quienes sorprender por su aniversario, y en el mercado existen este tipo de empresas; sin embargo, lo que pretendemos plantear aquí es que, partiendo de algo tan simple como una llamada telefónica, podemos generar un importante valor para la

empresa que conseguirá crear una sensación agradable en su cliente y detectar problemas si los ha habido y, de paso, un alto nivel de fidelización con sus clientes, que difícilmente olvidarán un detalle de este tipo si está bien realizado.



ORIENTAR A LOS JÓVENES

En la época que estamos viviendo se va acrecentando un problema importante en las escuelas a donde enviamos a nuestros niños y jóvenes a estudiar.

Ya se han publicado diversos estudios donde se manifiesta que la tasa de fracaso escolar es del orden del 33% en países como España.

En nuestra cultura no se tiene en cuenta qué es lo apropiado, a qué debería dedicarse un niño o adolescente, cuáles son sus condiciones innatas, para qué temas tiene facilidad y en cuáles va a tener dificultad.

De igual forma que después de la enseñanza obligatoria los estudiantes tienen que definirse por qué clase de bachillerato van a afrontar, se podría detectar cuáles son las tendencias más destacadas de un niño, qué es lo que le gusta más, qué le es más fácil, con el fin, en primer lugar, de que lo sepa él mismo y sus padres, y también para promover aquella dirección que le es más natural, para saber a qué tiene que dedicar más o menos esfuerzo.

Aún a pesar de que la escolarización obliga a todos los jóvenes a estudiar lo mismo, no es igual para un chico de 12 o 13 años saber qué es “lo suyo” que sentirse arrastrado en mitad de la manada sin saber por qué ni para qué está haciendo lo que le dicen ni para qué estudia.

Aplicar los medios de auscultación de las estructuras psico-físicas que ya existen a diferentes niveles, como la astrología, o empezar a ofrecerles experiencias que les permitan saber sobre sí mismos, además de realizar un seguimiento de preguntas al interesado/a, permitiría facilitar la vida al alumno y saber que, con independencia de los resultados de la escuela, se

le puede ayudar a encontrar su propio camino.

Sólo en España hay más de 5 millones de estudiantes desde primaria hasta bachillerato, con lo cual clientes no te deberían faltar, y esto sin contar a los que están en formación universitaria, muchos de los cuales también abandonan sus carreras ante la imposibilidad de poder aprobar.

También tiene la ventaja, por su amplio número de posibles clientes, que no tiene límite de crecimiento, además de poder realizarse desde un sólo establecimiento, vía internet, por lo que podrías llegar a todos los países de un tipo de habla común; hay que tener en cuenta, además, que estamos hablando de un sector de población de alrededor de un 15% al que prácticamente nadie atiende.

Otra área donde habría posibilidades consistiría en enseñar a los niños y jóvenes a recordar. Los estudiantes tienen que recordar gran cantidad de información para poder aprobar los exámenes a los que se ven sometidos durante los cursos.

Es por ello que una actividad que, al igual que la anterior, se podría poner en marcha sería la de ofrecer a los estudiantes formas de aprender a recordar, basándose en su particular forma de ser y utilizando las generalizaciones ya conocidas como resúmenes, mapas mentales, apertura de canales de percepción, modelar a los más eficientes, aprender a conocer el entorno escolar, los profesores, saber qué quieren, aprender a ubicarse en la clase, adoptar su postura eficiente, respiración, o el desarrollo de aplicaciones que les faciliten su trabajo.

Al igual que en el caso anterior, clientes no nos deberían faltar, puesto que hay un buen número de alumnos con dificultades a quienes no les es fácil estudiar ni saben cómo hacerlo.

Igualmente, y siguiendo con el colectivo de los estudiantes, en este caso los de más edad que ya están cursando los últimos cursos de la enseñanza obligatoria, el bachillerato e inclusive los que están en la universidad, podríamos enseñarles dos aspectos esenciales con los que deberán enfrentarse en cuanto salgan de sus respectivos centros de estudios: aprender a buscar trabajo y a relacionarse con el dinero.

Es frecuente que en las escuelas se avise, reitere y se insista hasta la saciedad sobre las dificultades que van a encontrar los jóvenes al salir de los centros de estudio. Se insiste tanto en esto que los jóvenes con quienes hablo tienen profundamente asumido que no encontrarán trabajo, o que será altamente difícil encontrarlo, y todo ello ratificado por las estadísticas que dicen que el 43% de los jóvenes de menos de 25 años no tiene trabajo.

Lo cierto es que cuando los jóvenes salen de la universidad no paran de buscar masters u otros estudios complementarios que adornen mejor su ya extenso currículo académico, y no debemos olvidar que quienes así les aconsejan son los profesores que están dentro de las universidades, cuyo negocio, de una u otra manera, es vender cursos de formación.

Hablando con jóvenes a punto de terminar sus estudios universitarios se observa que lo que más transmiten es la poca confianza que tienen en sí mismos para poder encontrar trabajo y un gran déficit en darse cuenta de cuáles pueden ser las aplicaciones de sus estudios en la vida práctica.

Existe un buen mercado en la que podríamos denominar orientación pre-profesional para acercar a los estudiantes a aquellos sectores o actividades donde pueden aplicar sus conocimientos. Facilitarles este tipo de información les hará mucho más fácil la vida y les permitirá obtener recursos mucho antes y de forma más eficiente.

CUIDADO DE LAS PERSONAS Y SU ENTORNO

En los países más ricos cada vez es más frecuente que haya personas al cuidado de personas. Para poder ir a trabajar en el horario que nos interesa o nos exigen, necesitamos de alguien que acompañe a los niños a la escuela; incluso, en algunos casos, que esté con ellos ya desde la hora de levantarse. Lo mismo sucede con la salida del colegio; para poder hacer las tareas que nos exige nuestro trabajo se precisa de alguien que recoja a los niños y los “distribuya” por las diferentes actividades que suelen hacer después de la escuela.

Por otra parte está el cuidado de las personas mayores, los enfermos que permaneciendo en casa necesitan de personas que les faciliten determinados servicios, los pacientes que tienen que asistir al médico o a los hospitales entre muchos servicios personales.

Hoy en día estos servicios ya se están dando, en muchos casos de forma individual, sin demasiadas empresas que actúen en este sector, habiendo muchísimas personas que actúan sin ningún tipo de orden o metodología ni aprovechando las sinergias que se producen, y este es otro gran mercado, puesto que mucha gente está dispuesta a pagar por cuidados y ayudas que les faciliten la vida. Todo es cuestión de encontrar el modelo de negocio que beneficie a unos y a otros.

De igual modo que el cuidado de las personas es un sector al alza en los países ricos, cada día más personas tienen mascotas en sus casas, y están cada vez mejor atendidas, comen productos de más calidad o de mayor precio, se gasta en su cuidado y complementos cada vez más dinero. No sería de extrañar que aparezcan masajes, reiki, sanación o cualquier terapia para perros, gatos o cualquier otra clase de mascota, además de los ya clásicos servicios de veterinaria y peluquería que ya existen.

Dado que para las personas las mascotas son muy importantes por las necesidades de orden afectivo que satisfacen, están dispuestas a tratarlas como si fueran un hijo o mejor, si cabe, sin escatimar gastos en aquello que crean que mejora la vida de los animales que les proporcionan bienestar y, por tanto, es un sector donde cada vez veremos más empresas que atienden a estas criaturas y suministran todo tipo de material que hagan su vida más fácil, o así lo crea su propietario.

Otro sector que puede ser objeto de negocio es el cuidado de las viviendas; una especie de servicio de prevención para evitar los daños que los años, el uso y la climatología suelen ocasionar a las casas o pisos donde vive la gente.

Suele ocurrir que, después de comprar una vivienda, durante un cierto tiempo no es necesario hacer ningún tipo de reparación, pero más tarde empiezan a aparecer problemas como: desagües que no funcionan, sistema eléctrico que empieza a fallar, baldosas que comienzan a deteriorarse, y así la vivienda empieza a perder valor, y si se va demorando su mantenimiento muchas veces acaba en un problema cuyo importe suele ser bastante considerable.

Dado que la vivienda es un aspecto muy importante, podrían existir empresas que se dedicaran a la prevención y cuidado de su deterioro, de forma que revisaran periódicamente la vivienda para detectar con antelación cuáles son sus posibles problemas y soluciones antes de que sea demasiado tarde y tenga unos costes excesivamente elevados.

Así, al igual que llevamos el coche al taller para que lo revisen antes de afrontar un viaje, alguien nos podría revisar periódicamente nuestra casa para detectar aquellos posibles problemas que vayan a aparecer en los

próximos meses y ahorrarnos disgustos de última hora y, por supuesto, ofrecernos las soluciones mas viables y económicas.

Más evidente se hace en el caso de viviendas tipo chalet, con zonas ajardinadas, cornisas, vallas, piscinas, en las que un día empieza a moverse una piedra, otro día se rompe un pequeño trozo de valla, otro se detecta que hay una luz que no funciona, etc. Al final, muchas personas dejan de disfrutar estas viviendas porque ir allí es ir a limpiar, arreglar cosas que no funcionan o tener disgustos.

La vivienda suele ser muy importante, por tanto, quien se dedique de forma profesional al cuidado de la misma puede generar buenas opciones de montar un negocio que, a su vez, es universal, y con un aliado inmenso como son los años y la climatología, que lo deterioran todo.

Convertir un servicio de este tipo en un negocio es un reto que quizás te interese conocer.



INTERNET

Internet, en general, ofrece un conjunto casi infinito de oportunidades de negocio; a través de él es posible una multitud de opciones de todo tipo y para todas las personas, además de ofrecer la posibilidad de trabajar desde cualquier parte del mundo.

La posibilidad de ofrecer servicios o venta de productos por medio de la red es inacabable, y es un mercado donde cada vez se incorporan más ofertas y más compradores, y va generando más y más confianza conforme va pasando el tiempo.

No hay duda de que van a continuar apareciendo un sinfín de nuevas oportunidades para cualquiera, pues su condición de universalidad permite que no tenga límites, si bien esta ventaja puede ser también un inconveniente para aquellas empresas que no hagan una buena segmentación de su target.

Internet permite poder llevar a cabo casi cualquier cosa que puedas pensar. En todo caso, si quieres dedicarte a este mundo y no tienes formación respecto a cómo es y cómo funciona, es importante formarte o, por lo menos, compartir tus ideas con personas que conozcan el medio; aunque Internet permite casi todo, es inteligente tener un profundo conocimiento de las posibilidades que tenemos a nuestra disposición aplicadas a la propuesta que queramos poner en marcha. No todo funciona; funciona aquello que interesa a los demás, y pagarán por ello si el valor que les ofrecemos es mayor que el que pueden obtener por otros medios.

En Internet es muy importante tener claras las ideas para no desviarte de lo que pretendes hacer, puesto que es un medio donde su gran versatilidad te puede llevar lejos y, también, dispersarte y perderte en mundos que van

apareciendo en cada nuevo clic que hagas.

FACEBOOK

Las redes sociales ofrecen un gran campo donde interactuar con una gran cantidad de personas; hay en ellas muchas empresas formando parte de las mismas y previsiblemente habrá muchas más en los próximos tiempos, a la vez que un gran número de consumidores, que son los que utilizan esta red social para interrelacionarse.

Gestionar y promocionar estas páginas de empresas u organizaciones que pueden ir desde la promoción turística de municipios, estaciones de esquí, complejos turísticos, partidos políticos, asociaciones de comerciantes y, cómo no, organizaciones como bancos o compañías de seguros, por citar sólo algunas de las posibilidades, puede permitir crear líneas de negocio para aquellos a quienes les guste este mundo

Buscar, seleccionar y crear relación con los posibles clientes de un mercado o empresa puede ser un trabajo a realizar que permita acercarlos a una determinada empresa que podrá ofrecerles, más allá de ofertas, una relación que puede ser muy interesante, rentable y que, bien llevada, puede irse ampliando por sí sola, con lo cual podrá llegar a un número de personas inimaginable con costes muy reducidos para quien difícilmente podría plantearse algo así a través de la publicidad tradicional.

Por poner un ejemplo: no es lo mismo ver un anuncio en la televisión o una valla publicitaria de una comarca a que a través del facebook me vayan dando información de excursiones, lugares donde comer u hospedarme, o las actividades que se realizan, como visitas guiadas, circuitos de bicicleta, lugares donde hay setas, o el tiempo previsto para el fin de semana.

Todo ello convierte esta red en un gran medio donde todo es posible, y nuevamente es necesario tener las ideas claras para llevar a cabo acciones concretas que sean efectivas y no desviarse por la gran variedad de opciones que ofrece.

Este es otro negocio sin límite en cuanto a la posibilidad de crecimiento en un sector que prácticamente está por estrenar y del cual aún quedan muchas cosas por aprender, planificar y explotar.

El manejo de la información en campos como el de facebook tiene visos de ser casi infinito, puesto que sus posibilidades son tantas que nuevamente es preciso centrarse en algo concreto para convertirse en especialista de algo antes que intentar ser todo para todos, que normalmente acaba en ser poquita cosa para casi nadie.



LO ECOLÓGICO

Desde hace unos años va emergiendo una tendencia que muestra cada vez mayor interés, al menos teóricamente, en promover que los demás actúen de forma ecológica.

No deja de ser curioso que, mientras manifestamos una sensibilidad y preocupación por la ecología y la plasmamos en el intento de consumir menos bolsas de plástico, por ejemplo, por otra parte se consumen cada vez más raciones individualizadas que van envasadas en plástico y generan muchísimo más residuo; en este aspecto, paradójicamente no existe una sensibilidad que nos conduzca a comprar más a granel para evitar los efectos del plástico.

Visto desde el aspecto que nos ocupa, podrán ser negocio todos aquellos aspectos que favorezcan la ecología, como pueden ser envases menos agresivos con el entorno, motores con menos consumos, formas de recuperación del plástico a nivel doméstico como podría ser la construcción de un electrodoméstico que moliera el plástico para reciclarlo, mejorar la degradabilidad de los productos de limpieza o químicos, la recogida y reciclaje de productos vegetales para diversos aprovechamientos, la construcción de pequeños huertos familiares que abastezcan de productos vegetales cuidados por uno mismo, ropa ecológica y, en general, todo aquello que favorece el medio ambiente.

La ventaja de seguir tendencias que empiezan a imponerse en la sociedad es que, si finalmente se estabilizan, pueden garantizar un proyecto cuyo crecimiento sea muy duradero, pero requiere estar muy atento, puesto que hay momentos en que aparece una tendencia pero no se establece durante mucho tiempo, y en los momentos actuales esto suele pasar con cierta

frecuencia. Hay tanta información pululando por nuestro mundo que hoy se dice algo y la gente empieza a identificarse con ello; sin embargo, después de un tiempo, las personas se cansan de eso mismo y, sin razón aparente abandonan lo que parecía una propuesta interesante para pasar a identificarse con otras más recientes que han aparecido.



FORMACIÓN

En los tiempos que corren hay una fuerte tendencia a creer que estudiar es la clave para tener aquello que queremos en la vida.

Esto probablemente tuvo su origen en la segunda mitad del pasado siglo XX, cuando se universalizó la posibilidad de estudiar, siendo altamente valoradas aquellas personas que tenían carreras, títulos, masters, post- grados, etc.

Esto ha motivado que en sociedades ricas, como es el caso de Europa o USA, se haya establecido la presuposición de que es necesario que todas las personas estudien como mínimo una carrera y después realicen estudios de especialización como masters, post-grados, entre otros.

Por supuesto las universidades, los profesores, es decir, el propio sistema educativo, son los más acérrimos defensores de la importancia de realizar formación y mas formación; no debemos olvidar que las propias universidades obtienen importantes recursos mediante la realización de cursos de especialización que los estudiantes realizan con posterioridad a la carrera, previo pago de altas sumas de dinero en muchos casos.

Se ha llegado al punto de obligar a los adolescentes a permanecer en las escuelas hasta los 16 años, aunque esto sea un problema debido a que lo que allí se realiza no tiene ningún sentido para la mayoría de estos alumnos; el propio sistema educativo proporciona innumerables caminos para que se continúe estudiando sea lo que sea para que obtengan títulos, bajo la creencia de que esos títulos serán un elemento imprescindible para obtener una buena ocupación.

Todas estas formas de pensar generan, de una forma u otra, un extenso mercado de clientes que, dado que eso es lo que se les ha inducido desde

su infancia, tienen bien instalada la creencia de que tienen que formarse toda su vida.

Personalmente no veo que ello aporte mucho a la mejora de las personas, puesto que en toda formación de este tipo no suele haber mucho más que conceptos ya obsoletos, que alguna vez se utilizaron, pero que ya no suelen ser de mucha utilidad.

Basta reflexionar sobre cuánta de la información estudiada durante tantos años se utiliza en la actividad diaria para darse cuenta de la distancia que hay entre formación y vida cotidiana.

Ello no es óbice para que no sea visto como una parcela de mercado muy importante, pues si tanto los trabajadores como los desempleados son posibles clientes para “comprar” formación, todo ello hace que se configure un mercado muy extenso dispuesto a adquirir este tipo de servicios.

Actualmente incluso los gobiernos se han involucrado en financiar, pagar o subvencionar de una u otra forma la formación que se ofrece a los empleados o desempleados, destinando a ello ingentes cantidades de dinero, sin entrar en si tiene o no utilidad.

Así pues, un mercado de enormes dimensiones que puede ser objeto de negocio es el dedicado a la formación, tanto presencial como on-line, puesto que en los últimos años hay una demanda creciente de este tipo de servicio; probablemente seguirá creciendo en los años sucesivos y podrá ser aprovechado por aquellos que sepan satisfacer las necesidades que tienen o creen tener las personas para quienes la formación es la base del bienestar.

Un buen emprendedor o empresario podrá encontrar parcelas donde aún no se ofrece formación, como puede ser el cómo estudiar de manera eficiente, formación sobre cómo obtener buenos ingresos y muchas otras que irán

apareciendo.

Todo ello permite, por tanto, poder crear empresas o negocios basados en la formación de las personas, ya estén en edad de estudios o sean adultos, según sea el caso.



UN RETO SIN LÍMITES

En algunas partes de este texto hemos hablado de las tendencias y hábitos de la mente, y de la dificultad para cambiarlos.

De entre todas las tendencias, aquella que afecta a todos los seres humanos, sin prácticamente ninguna exclusión, es el sentido del “yo”, entendido como aquella proyección mental que me procura la aparente sensación de ser diferente de los demás y del entorno, por una parte, y en consonancia con esto, esgrime un sentido de propiedad en todas mis acciones, sean físicas, mentales o emocionales, de manera que a cualquier cosa que experimente acabo poniéndole la condición de “mí”, de “yo”, “me ha pasado a mí”, “yo lo he sentido”, etc.

En otros apartados hemos dejado patente que lo que producen y ofrecen las mayores compañías del mundo, al tiempo que son los negocios más sustanciosos, es la satisfacción de las necesidades más universales como el desplazarse, el comunicarse, la alimentación, el sentirse protegido, la custodia del dinero, entre otras, todas ellas basadas en el intento de satisfacer en cada uno de nosotros este sentido de individualidad.

La coincidencia de que todas las personas tengamos en común este fuerte sentido de propiedad de lo que tenemos, hacemos, sentimos o pensamos, así como esta inevitable fuerza de apropiarnos de cualquier evento que nos interese, que acaba convirtiéndose en un sentido de yo que impera continuamente en nuestra vida, inclusive cuando pretendemos ser buenos, mejores, solidarios o compasivos, nos clasifica como potenciales clientes de quien logre encontrar satisfacción a las necesidades que se establecen como consecuencia de este tipo de tendencias.

Quien encuentre el modo de satisfacer estas fuertes tendencias egoicas que son universales, en tanto que afecta a prácticamente el 100% de los seres humanos, puede generar negocios inmensos. Hacerle sentirse bien al “yo”, darle sensación de mejora o crecimiento personal, apuntan a ser grandes negocios universales y sin límites, al igual que lo son la satisfacción de la curiosidad o búsqueda en Google, o la de relacionarse o fisgonear qué hacen los demás en Facebook, o la de comunicarse a través de la telefonía móvil, entre muchas otras.



En la senda misma del crecimiento personal hay ya en este momento gran cantidad de movimientos económicos para aprovechar que millones de personas de los países desarrollados no cesan de buscar, a través de viajes a países orientales y el seguimiento de disciplinas y métodos, el crecimiento personal, el ser mejores, o el obtener experiencias estables y vivencias diferentes a las que les son cotidianas, por las que están dispuestas a pagar sumas considerables.

CONCLUYENDO

Podríamos continuar proponiendo múltiples supuestos que podrían convertirse en negocios pero, partiendo de la premisa de que cada quien tiene que poner en marcha aquel o aquellos negocios que le sean afines, de poco serviría continuar planteando propuestas que no pasarían de ser ideas.

Posibilidad de emprender negocios la hay en cualquier punto al que atendamos, no importa si nos fijamos en un grupo como los hombres, las mujeres, o los diabéticos, o los niños, o los gays... En cualquiera de ellos podemos encontrar productos o servicios que puedan necesitar y que los conviertan en nuestros clientes.

Lo que aquí se ha propuesto es un conjunto de información que permita, por una parte, conocerse mejor, saber en qué es uno eficaz, qué le es mas propio y, por tanto, a qué tipo de actividad o negocio tiende con mayor facilidad y, por otra, conocer algunas de las mayores trampas con las que probablemente tendremos que lidiar si nos ponemos en marcha como empresarios, emprendedores o negociantes.

Dado que las tendencias y hábitos del ser humano suelen estar muy arraigados y raramente varían en el tiempo, me permito aconsejarte que, si vas a realizar algún tipo de actividad, o incluso si trabajas para otros, tengas este libro como manual y lo releas cada tanto. No te propongo un trabajo continuado, pues soy muy consciente de que no se suele hacer, pero sí que lo tengas a mano y entre tus objetivos pongas el de revisar el libro dentro de 6 meses o un año. Con ello te podrás dar cuenta de si ha habido cambio a pesar de tener nueva información o continúas haciendo lo mismo que hacías.

Si continuas haciendo lo mismo no te apures, es normal, a esto me refiero cuando hablo de las tendencias y los hábitos. Quizás revisarlo, releerlo, te permita volver a conectar con todo esto aunque sea temporalmente y algo vaya quedando.

La información que aquí se facilita es el producto de años de experiencia, observación e investigación en las empresas, viendo cómo funcionan, qué hacen las personas, cuáles son sus objetivos, cuáles sus tendencias, cómo una y otra vez tropezamos con la misma piedra. Ha sido escrito para facilitar el camino a quien este interesado en recorrerlo.

Me gustaría saber cuán rentable ha sido para ti leer este libro y soy consciente de que nunca lo sabré, pero este librito debería tener un retorno de la inversión altísimo, como mínimo del orden de 5000 veces la inversión que hayas realizado en él.

Por propia experiencia sé que la información es el más valioso de los tesoros existentes en nuestro tiempo, pues nos permite tener comprensiones que permanecen en el tiempo. Esto lo descubrí después de uno de los muchos cursos que durante una época realicé y que me sirvió para ver el mundo de forma global en lugar de local y, por tanto, poder centrarme en lo grande en vez de en lo pequeño. Fue suficiente un clic, una comprensión, al ver a alguien que era capaz de hacer un curso de un fin de semana en un pabellón de deportes con 4000 personas, para entender que los límites solo están en nuestra mente y que más allá de ella no existen. Sólo nuestras propias creencias nos limitan y nos atan al sitio donde nos encontramos, y siempre podremos encontrar una fórmula para expandir, crecer, pensar en grande, si ello es lo adecuado.

Las personas estamos muy condicionadas por nuestras tendencias o hábitos y, por tanto, si al cabo de cierto tiempo de haberlo leído o estudiado y poner

en práctica determinados aspectos, vuelves a tus antiguos patrones y hábitos, insisto, no te apures, ya que esto puede pasar. Hay momentos en que un pequeño clic es suficiente para que una determinada comprensión se produzca y algunos cambios tengan lugar; otras veces, en cambio, hará falta repetir hasta la saciedad nuevas formas de pensar y actuar para lograr desechar hábitos muy arraigados en nosotros.

En cada momento aparece la información que podemos entender y que es adecuada para cada uno de nosotros. A menudo he podido experimentar que, al releer un libro al cabo de seis meses o un año, se perciben y se aprenden nuevas informaciones que en el primer momento se escapan y pasan desapercibidas, puesto que nuestra mente no es ilimitada en su capacidad comprensiva. Así son las cosas. Si en este momento hay aspectos que no tienen sentido o no son aplicables, revísalo quizás en otro momento de la vida, para ver si sigue sin ser interesante para ti.

Existen muchos libros cuya pretensión es cambiar el mundo. Este está escrito por alguien que se sustenta en la presuposición de que el mundo está bien tal como está y que, en todo caso, debemos vivirlo tal como es y aprovechar lo que él nos ofrece, que no es poco, para aprender y comprender. La motivación de escribirlo ha sido el gusto por compartir aquello que he descubierto con la experiencia, la observación, el análisis y la gestión al cabo de algunos años de transitar por los mundos de las empresas, los emprendedores y los negocios.

Si quieres compartir tu experiencia, tanto de la lectura de este libro como de su aplicación, puedes hacerlo a través del mail **virgili14@gmail.com** ; quizás con el tiempo descubramos juntos nuevas necesidades, nuevas aportaciones, nuevos puntos a los que poner atención y continuar compartiendo.

El mejor homenaje que puedes hacer a quien ha escrito esto es divulgarlo,

permitir que otras personas puedan disponer de esta información por si les sirve y les facilita algo su vida, y como en el peor de los casos la información que no sirve se desecha rápidamente, raramente podrá perjudicar a nadie.

Por último, me queda agradecerte que hayas dedicado tu maravilloso tiempo a leer algo que para mí ha sido un placer escribir y que ha salido como agua de una fuente.

