RAIMON SAMSÓ

Dinero *feliz*

Una economía ética y consciente es posible



Prólogo de **Joan Antoni Melé,**
Subdirector General de Triodos Bank España

EDICIONES OBELISCO

Raimon Samsó

Dinero feliz

Una economía ética y consciente es posible



EDICIONES OBELISCO

Si este libro le ha interesado y desea que le mantengamos informado de nuestras publicaciones, escríbanos indicándonos qué temas son de su interés (Astrología, Autoayuda, Ciencias Ocultas, Artes Marciales, Naturismo, Espiritualidad, Tradición…) y gustosamente le complaceremos.

Puede consultar nuestro catálogo en www.edicionesobelisco.com

Colección Éxito
DINERO FELIZ
Raimon Samsó

1.ª edición en versión digital: noviembre de 2013

Corrección: *M.ª Ángeles Olivera*
Diseño de cubierta: *Enrique Iborra*

© 2013, Raimon Samsó
(Reservados todos los derechos)
© 2013, Ediciones Obelisco S. L.
(Reservados los derechos para la presente edición)

Edita: Ediciones Obelisco S. L.
Pere IV, 78 (Edif. Pedro IV) 3.ª planta 5.ª puerta
08005 Barcelona-España
Tel. 93 309 85 25 - Fax 93 309 85 23
E-mail: info@edicionesobelisco.com

Paracas, 59 C1275AFA Buenos Aires - Argentina
Tel. (541 -14) 305 06 33 - Fax (541 -14) 304 78 20

Depósito Legal: B-26.519-2013

ISBN: 978-84-15968-31-3

Reservados todos los derechos. Ninguna parte de esta publicación, incluido el diseño de la cubierta, puede ser reproducida, almacenada, trasmitida o utilizada en manera alguna por ningún medio, ya sea electrónico, químico, mecánico, óptico, de grabación o electrográfico, sin el previo consentimiento por escrito del editor. Diríjase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos, (www.cedro.org) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra.

A mi hijo Pol.
Su generación será más sabia que la nuestra.

Contenido

Portadilla
Créditos
Dedicatoria
Prólogo
Introducción
1. Capítalismo social
2. Economía de la felicidad
3. Banca ética
4. Ingreso responsable
5. Gasto responsable
6. Maximizar el servicio
7. El valor de los valores
8. Liderazgo desde el corazón
9. Cooperación iluminada
10. Economía espiritual
Nota del autor
Acerca del autor
Otros titulos de la colección
    El código del dinero

Prólogo

Cuando Raimon Samsó me ofreció la oportunidad de escribir el prólogo para su nuevo libro, me pareció todo un honor, y de inmediato le dije que sí. Mi destino personal me ha llevado a trabajar toda la vida en el mundo del dinero, y en los últimos siete años he tenido la oportunidad de vivir personalmente muchas de las cosas que explica Raimon en su libro, y puedo afirmar que son del todo ciertas.

Este nuevo libro que ahora nos ofrece Raimon es necesario, porque aunque algunos puedan pensar que ya estamos en los albores de una nueva era, que el cambio de paradigma ya ha comenzado y es imparable, y que la nueva economía ya está a la vuelta de la esquina, la realidad es que aún falta mucho. No diré, parafraseando a Martí i Pol, que todo está por hacer, porque algo sí hemos hecho, y estoy convencido de que todo es posible todavía, pero tenemos que hacerlo entre todos, y esto va a costar mucho.

El cambio de paradigma en muchas personas sólo ha tenido lugar en sus mentes y en sus corazones, y reconozco que esto ya es algo, pero aún no ha llegado a la voluntad. Se habla mucho, pero existe una gran distancia entre lo que se dice y lo que se es. Y no me refiero a que se mienta, porque estoy seguro de que no es ésa la intención, pero falta mucha coherencia, incluso en las personas que ya están convencidas y motivadas.

Esta cuestión de la falta de coherencia y de la voluntad débil en nuestra época es un tema muy profundo que me gustaría comentar un poco más, aunque aparentemente pueda parecer que me aparto del tema del libro.

Uno de los motivos de la voluntad débil tiene que ver con el modelo educativo, que a edades prematuras prima el conocimiento intelectual antes que el desarrollo de la voluntad. En los primeros siete años de vida, lo más importante para los niños es aprender a dominar su cuerpo y a desarrollar su voluntad, sobre todo a través del juego y de la imitación de las actividades cotidianas de los adultos. También es fundamental en esa época el aprendizaje de la bondad, de la única manera que se puede aprender, a través del ejemplo vital de los adultos que lo rodean. Yo la entiendo como la disposición a poner las propias capacidades al servicio de los demás.

En el segundo septenio de la vida, entre los siete y los catorce años, lo más importante es que los niños descubran la belleza en el mundo, y ello puede conseguirse sobre todo a partir de las actividades artísticas. El arte nunca debería ser una materia secundaria o una actividad extraescolar, sino que debería tener la misma importancia que las matemáticas o el lenguaje, porque el arte es el camino más adecuado para la educación emocional. Si diéramos al arte toda la importancia que se merece, probablemente no tendríamos los conflictos de relaciones que tenemos hoy en día en las parejas, en el trabajo, en las escuelas, etcétera.

Sólo al llegar al tercer septenio, más o menos a partir de los catorce años, es cuando cobra importancia la educación intelectual, ya que en ese período lo más importante es la búsqueda de la verdad. Educar es preparar al niño o al joven para que llegue a ser un ser humano completo, y eso, para mí, significa que pueda ser libre y capaz de amar. La libertad y el amor son las dos capacidades supremas de los seres humanos, pero sólo son capacidades, aún no son algo que ya tengamos conseguido, y la vida nos da la posibilidad de convertirlas en habilidades.

Ésta es, para mí, la principal causa de los conflictos que tenemos en el mundo, entre ellos los problemas de una economía caduca, como explica Raimon en el libro. Si no cambiamos de manera radical la educación hacia modelos que contemplen los tres aspectos que acabo de citar, estoy convencido de que tampoco lograremos cambiar el modelo económico, porque lo hará sólo de palabra y en las mentes de algunas personas, pero faltará el coraje para comprometerse en la acción.

El tema de la voluntad también tiene que ver con la evolución espiritual de la humanidad. Durante milenios, la humanidad ha buscado el conocimiento como una necesidad casi vital. El conocimiento de la vida, de la muerte, del más allá, el de uno mismo y del sentido de la propia vida, etcétera. Esta búsqueda del conocimiento trascendente se limitaba a unos pocos elegidos que, después de pasar difíciles pruebas de acceso, eran admitidos en los Templos de Misterios en los que al cabo de muchos años de preparación conseguían acceder al conocimiento directo de los mundos espirituales y alcanzaban así el nivel de iniciados. De ahí surgían luego las diferentes religiones, que eran versiones más sencillas de ese conocimiento y que estaban adaptadas a la mentalidad y a las características de la época. Con los años, los procesos iniciáticos y las religiones dieron paso a la filosofía, y más tarde a la ciencia, pero podríamos decir que hasta finales del siglo XIX lo esencial en la evolución de la humanidad ha sido la búsqueda del conocimiento.

Pero con el siglo XXI esto ha cambiado, la humanidad ha entrado en una nueva etapa evolutiva y, en general, aún no se ha dado cuenta de ello. A partir de ahora, el verdadero conocimiento, y, sobre todo, el autoconocimiento, ya no puede proceder del estudio o de la actividad intelectual en general, sino que sólo puede llegar a través de la acción. Ya tenemos muchísimos conocimientos, pero no sabemos qué hacer con ellos. Seguimos admirando a la gente inteligente, y hay personas que incluso presumen de inteligencia. Pero ese tipo de inteligencia no está solventando los problemas del mundo, sino que más bien es la que los crea. A quien deberíamos admirar es a la gente con bondad, es decir, a las personas de voluntad, de buena voluntad, a los individuos dispuestos a pasar a la acción y a comprometerse con el mundo. Muchas veces argumentamos que aún no estamos preparados para hacer algo, que hay que conocerlo mejor, etcétera. Y hoy esto ya no funciona así, sino todo lo contrario: veo que es necesario hacer algo, comienzo a hacerlo, y es en la acción y en el compromiso donde aprendo sobre mí mismo y sobre el mundo. En la propia Biblia, en el Génesis, se muestra que el propio Dios lo hizo así: «Y

Dios creó la luz, y vio que la luz era buena…». Es decir, primero actuó y luego aprendió. Éste es un tema que puede parecer sorprendente y que choca con nuestra manera actual de ver las cosas, pero estoy convencido de que es nuestro reto para el futuro.

Por eso me parece muy adecuado el libro *Dinero feliz*, porque es una invitación continua a la acción y al compromiso, al cambio personal. Cada capítulo acaba con una llamada a la acción, y esto me parece lo más importante. Deseo de todo corazón que tenga mucho éxito, porque el éxito del libro será también el de nuestra sociedad en este proceso de trasformación.

JOAN ANTONI MELÉ,
subdirector general de Triodos Bank España,
y autor del libro *Dinero y conciencia*

Introducción

Una vieja leyenda de la antigua India cuenta que en cada corazón humano habitan dos diosas. Por un lado, Lakshmi, la diosa de la abundancia, generosa y tentadora. Si la adoras, ella te proveerá de riquezas y tesoros. Sin embargo, es una diosa caprichosa y puede sorprenderte dándote la espalda en cualquier momento. La otra diosa es Saraswati, la diosa de la sabiduría y el conocimiento. Cuenta la leyenda que si adoras a Saraswati y dedicas tu vida a adquirir conocimientos, la diosa Lakshmi se pondrá celosa y te prestará más y más atención. Y así, cuanto más conocimiento adquieras, y más anheles saber, más fervientemente la diosa de la abundancia te bendecirá con sus riquezas.

No se me ocurre otra forma mejor de explicar que, en la actual era del conocimiento, el talento es el nuevo petróleo del siglo XXI. El conocimiento será el motor de la nueva economía.

Recuerdo otra historia, que no sé dónde leí, a la que debo el título de este libro. Una niña india pedía limosna en la calle. Se le acercó un turista y la niña le pidió «dinero feliz». «Dime, ¿qué es para ti dinero feliz?», preguntó el hombre. «Aquel que le haga a usted feliz darme a mí me hará feliz recibirlo», le respondió la niña.

Esta metáfora en la que todos ganan reúne los conceptos de dinero y felicidad, que nunca debieron entrar en conflicto. La intención de este libro es reconciliar el bienestar interior y el bienestar material, porque estoy convencido de que no son incompatibles, sino que se apoyan mutuamente.

Ahora mismo, en Occidente, somos pobres. Y una de las causas es que la mayoría de las personas tienen trabajos que no aman en empresas que no aman… sólo por ganar dinero. No percibo vocación, no detecto pasión, no siento su felicidad… El dinero está «triste» y quien lo gana también. En cambio, el «dinero feliz» es aquel que proviene de una ocupación que satisface tanto a quien la realiza que incluso la haría sin recibir nada a cambio; y lo extraordinario es que esta actitud es premiada por la prosperidad.

Es triste que las personas se hayan olvidado de ser felices y sólo se dediquen a tratar de ganar dinero. En la facultad de económicas me enseñaron que el objetivo de la empresa es maximizar su beneficio. Este libro quiere redimir la vergüenza que siento por haberlo aceptado en mi ideario durante parte de mi vida. No estoy juzgando lo que me enseñaron, y no era verdad, sino lo que yo acepté aprender creyendo que lo era.

Volviendo a la vieja leyenda india, pocas metáforas explican mejor la ley económica: el conocimiento aplicado es fuente de prosperidad y bienestar económico. Y la maximización de la felicidad (y no del beneficio) es el objetivo de la economía espiritual.

Aun así, los adoradores del dinero eligieron las ganancias como un fin en sí mismo, como objetivo último. En la actual era del conocimiento, en la que ingresamos ahora, el

conocimiento intelectual y el esencial serán fuente de abundancia y prosperidad. En la era del conocimiento, los adoradores del dinero sólo harán malos negocios.

Después de años de crisis financiera, urge una economía basada en los valores humanos emergentes, centrada en servir a las personas. Este libro expone las ventajas prácticas del nuevo paradigma (creencias, mentalidad, actitudes, valores, comportamientos) en la economía. A fin de cuentas, las creencias son posesiones imaginarias, identificaciones mentales ilusorias. Algo que siempre se puede cambiar.

En la era de la conciencia, la economía espiritual conducirá a la economía a la órbita del talento (el cual no es más que amor en acción). Los agentes económicos ya no podrán parapetarse tras el miedo y subsistir sin aportar valor al mundo. Sólo aquellos que aporten un valor real podrán salir adelante y prosperar. El resto, por no estar comprometidos con la economía de la ayuda a otros, lo pasarán francamente mal. La trasparencia se impondrá, todo dejará de ser borroso y opaco.

Pasamos del «tanto tienes, tanto vales» al «tanto eres, tanto vales». Del tener al ser. La riqueza es ya un intangible, un estado de conciencia, y está relacionada con el conocimiento esencial (y no banal). Desde luego, aún existen problemas económicos, pero no surgieron de la nada, sino de un nivel de conciencia demasiado básico que conduce a situaciones precarias.

Los nuevos tiempos tampoco serán un escenario propicio para los antisistema o los detractores del viejo capitalismo que no se impliquen en acciones constructivas concretas. Que nadie se engañe: el ataque y la defensa conviven en el mismo paradigma del temor. No hay ninguna diferencia entre uno y otro porque ambos creen en la agresión y el conflicto. La queja es un comportamiento obsoleto por estar muy alejado de los valores emergentes de este siglo.

En la nueva economía sólo caben gestos de amor.

Las crisis son un regalo porque nos impulsan a elevar la economía a un nuevo nivel de conciencia. Como dice Sulak Sivarasa, dos veces candidato al premio Nobel de la paz, en su obra *La sabiduría de la sostenibilidad*: «Para superar los falsos valores promovidos en nombre del desarrollo económico necesitamos regresar a nuestras raíces espirituales». Estoy de acuerdo, nuestros problemas materiales exigen soluciones espirituales.

Este libro también es consecuencia de numerosas conversaciones con líderes de opinión y expertos en conciencia dentro del proyecto del que tuve el privilegio de formar parte, el Plan Nacional de Valores para una Nueva Cultura Cívica, desarrollado por la Generalitat de Catalunya (Departament de Benestar Social i Família). El propósito del Plan es elevar los valores cívicos y la autoestima, además del bienestar personal y colectivo. Agradezco a todos esos expertos, y ahora amigos, su inspiración, opiniones y visión.

Espero que este libro cambie la manera en que las personas piensan acerca de la economía y los negocios. Como decía Albert Einstein, «La mente que se abre a una nueva

idea jamás volverá a su tamaño original», y así espero que suceda contigo. Cuando termines esta lectura, mirarás la economía de otra manera.

Y termino esta introducción expresando que una nueva economía es posible. Es hora de conducir los negocios a un nivel humano y dignificar la actividad económica desde la conciencia y los valores. Puedo imaginar que seré acusado de idealista o de «buenista» al hablar de economía espiritual (lo prefiero a convertirme en materialista), como le ocurría al escritor y economista José Luis Sampedro y a otros autores o grupos, como el grupo Attac, etcétera, que hablan del final de un ciclo del capitalismo. Personas conscientes que han dejado de pensar en el dinero como único objetivo vital. No importa lo que piensen de mí, yo sé bien lo que yo pienso, y cuando una masa crítica suficiente de personas crea en el cambio, se producirá una trasformación en el mundo.

RAIMON SAMSÓ,
autor, director del Instituto de Expertos
y entrenador de emprendedores con corazón.

1

Capitalismo social

Vuelve a leer el título de este capítulo, por favor, porque vas a oír hablar de ello en los próximos años (no es un oxímoron, es un concepto coherente). No me refiero al socialismo, en el que la acción social parte del estado; sino que hago referencia a una economía capitalista en la que la acción social parte de la iniciativa privada, del emprendedor social, de los innovadores. Sé que estoy mezclando aceite y agua, pero el hecho de que no los hayamos visto mezclados antes no significa que no puedan hacerlo. Sigue leyendo y averiguarás que el capitalismo social ya está aquí, y la buena noticia es que funciona.

¿Y por qué una empresa iba a preocuparse por las personas y por el planeta, por qué hacer negocios éticos? Después de probar otras alternativas (que nos han conducido al callejón sin salida en el que se encuentran las economías de Occidente), los emprendedores ahora saben que otra forma de hacer negocios es posible; y no sólo eso, es además inevitable.

Lo que sigue tiene que ver con llevar una vida con sentido, así como con ganarse la vida con pasión. ¿Hay algo mejor que vivir de lo que te gusta, desde la realización personal, y contribuir ayudando a las personas? Cualquier individuo después de su vida laboral activa debería ser capaz de volver la vista atrás y sentir que lo que hizo ha valido la pena. Que no trabajó nada más que para ganarse el sustento, sino para ayudar y mejorar el mundo.

Vivir (y trabajar) sólo para ganar dinero es un fracaso.

En mi anteriores libros *El código del dinero*, y su continuación, *Adelanta tu jubilación* (ambos publicados en Ediciones Obelisco), presenté el lema: «Libre, sabio y rico», en este mismo orden. Tengo claro que tener una misión social no implica ser pobre o estar reñido con ganar dinero. Las personas espirituales y prósperas no pedimos perdón por serlo. ¡Hasta ahí podríamos llegar! Sé que la mentalidad dual se resiste al paradigma conciencia-dinero, y ése es precisamente su problema. Según mi experiencia, toda posición mental del tipo «blanco o negro» es síntoma de una percepción disgregada.

No estoy hablando de convertirse en una ONG. Por cierto, una organización sin ánimo de lucro tal vez debería ser capaz de generar dinero por sí misma para pagar al menos sus gastos, o a la larga podría cerrar. Hay que tener claro que si una organización no es capaz de generar un mínimo de ingresos, como mínimo lo mismo que gasta, está expuesta a cerrar porque confiarse a las donaciones o subvenciones es un riesgo excesivo.

El paradigma que presento aquí es el de PPP: *People, Planet and Profits*. Es decir, ética y beneficios. No es una locura, sino precisamente lo contrario: el final de la locura que ha sumido al mundo en la presente crisis económica. Voy a poner un ejemplo de responsabilidad social y beneficios: la «banca ética» está diseñada para generar beneficios, pero su modelo de negocio es servir a la sociedad (qué hace, para quién lo hace y cómo lo hace son un ejemplo de capitalismo social). Hacen bien el bien y por eso les va bien (mantra del emprendedor social).

Negocios sostenibles para una economía sostenible

Si una organización pretende crear un impacto masivo en el mundo, será necesario un modelo de negocio autosostenible que no le convierta en dependiente de las donaciones, sino de los recursos que genere en su actividad. Eso le dará independencia y sostenibilidad, es decir, viabilidad. Futuro.

Un dato estadístico: las empresas con ánimo de lucro crecen tres veces más rápido de promedio que las sin ánimo de lucro. Está claro que generar beneficios para reinvertirlos es importante.

Ésta es la idea sexy de este capítulo: en la economía del capitalismo social, los negocios con éxito son aquellos con una misión social incorporada en su modelo de negocio. ¡Ohhh! Y no me refiero a una donación del 0,7% de los beneficios o algo así. Eso es calderilla. O a palabrería hueca para quedar bien de cara a la galería; sino a negocios cuya identidad será social, tendrá sentido, incorporará valores y contribuirá al bien común con su misión. Por el camino ganarán dinero, pero eso no será su única función, ni tampoco la más importante. Y por esa misma razón ganarán muchísimo dinero.

Cuando no tratas exclusivamente de ganar dinero, acabas ganando más dinero. Se trata de construir un negocio alrededor del corazón, ¿es eso tan difícil? El capitalismo social tiene un cometido: resolver problemas, servir, crear valor y utilidad, y nada se recompensa mejor en el mundo.

He aquí unas sabias palabras de Josh Lannon, autor de *Capitalismo social*: «Si tu motivación para trabajar es el dinero, eres un esclavo. Si trabajas para realizar una misión, eres libre. El dinero es sólo un subproducto de hacer algo que amas y a lo que te sientes conectado». Sí, un subproducto, una consecuencia inevitable de hacer el bien, y además hacer las cosas bien hechas.

Ahora que ya sabes qué es el capitalismo social, esto es lo que necesitarás si te apuntas:

- Encontrar un problema que resolver (y su solución).
- Crear un modelo de negocio que incorpore la misión social como parte de la actividad lucrativa de la empresa.

- Disponer de una cuenta de resultados que sume valor sirviendo a personas, dé beneficio y respete el planeta.
- Hacer el bien y hacerlo bien.

¿Te apuntas? Hay sitio para todos. Entiendo que proponer una economía de esta naturaleza es anticientífico. El capitalismo social carece de método, no está sujeto a modelos o leyes matemáticas, pero funciona y tiene efectos visibles. Su ventaja es que los recursos para producir beneficios son intangibles: la confianza, el amor, la claridad de intención, el propósito elevado, la coherencia… y, por lo tanto, no esquilman recursos del planeta. Escucho al viejo profesor José Luis Sampedro y me gusta cuando decía que el sistema capitalista tal como lo conocemos «se acaba», porque el mundo occidental atraviesa una «auténtica metamorfosis», una crisis de valores, protagonizada por jóvenes y no tan jóvenes, pero sí personas muy conscientes de que «ya viven en otra época», ajena a quienes sólo son capaces de aferrarse a ganar dinero como única motivación.

El emprendedor social

Gregory Dees, profesor en la Duke University, acuñó el término de «emprendedor social» para referirse a aquellas personas que eligen negocios con sentido, mientras cumplen una función social, generando beneficios. Las tres cosas a la vez. En el último día de la vida no importa cuánto has ganado, sino cuánto has servido. Tiene que haber valido la pena vivir, tener un sentido. Cuando no conocía a este autor, yo llamaba «emprendedores con corazón» a los que eran como él, y enfoqué mi entrenamiento hacia estas personas, rechazando cualquier cliente centrado nada más que en ganar dinero. (Nunca me han interesado las personas codiciosas, sino las apasionadas en servir). Gregory, te mando un abrazo, creo que estamos enfocados en lo mismo. Gracias por compartirlo.

El dinero está para servir a las personas, no para que éstas le sirvan a él. Asimismo, tener dinero está bien, lo malo es que el dinero te «tenga» a ti.

Alguien dijo que los emprendedores sociales no van a contentarse con dar peces, ni siquiera con enseñar a pescar, sino que van a ir mucho más lejos… van a revolucionar la pesca. ¡Qué emocionante…!

Hasta hace poco, el emprendedor social se limitaba a proyectos sin ánimo de lucro; ahora el paradigma se ha extendido a los negocios con ánimo de lucro. Creo que este tipo de personas está por todas partes, porque resolver problemas no debería estar relegado a organizaciones sin ánimo de lucro o gubernamentales. Creo que todos los agentes económicos deberían ocuparse de resolver problemas en el mundo, ya que, por desgracia, hay muchos.

Por su parte, los gobiernos no están diseñados para subvencionar la economía

(aunque lo hayan intentado). Su función es arbitrar la justicia, la igualdad, la libertad, la seguridad y los servicios sociales. Por su parte, el sector privado posee la iniciativa y atrae el talento necesario para crear riqueza y empleo a través de su contribución y servicio.

Gregory Dees dijo: «Creo que el nuevo foco del emprendedor social es una expresión de pragmatismo y no de idealismo. Son, en parte, idealistas decepcionados que se desencantaron por la falta de habilidad de los programas del gobierno para resolver los problemas sociales». Si añadimos las malas prácticas de algunas empresas privadas del viejo paradigma que se comportan como «armas de destrucción masiva», se entenderá que esta inmensa decepción es lo que ha encendido la mecha del emprendimiento social en los últimos años.

En Estados Unidos lo llaman la filosofía de las tres P (*People, Planet and Profit*), es decir, personas, planeta y beneficios. Los tres objetivos a la vez.

En el capitalismo social, los emprendedores sociales aspiran a una cuenta de resultados con esas tres P: una misión social, una actividad que no perjudique al planeta y generar un beneficio para asegurar la actividad. Es algo que siempre he sentido como posible, y cuando leí el libro *Capitalismo social*, de Josh y Lisa Lannon, se me saltaron las lágrimas. Compartíamos una misma visión. Os mando un abrazo por iluminar lo que tantos sentimos tan real.

Capitalismo social = hacer el bien para que te vaya bien.

Vuelve a leer esta idea que acabo de expresar porque es el corazón de este libro (tuitea esta cita, por favor).

No quisiera que pensaras que el emprendimiento social se limita a atender a grupos marginales. Como ejemplo, hay que decir que la empresa social más grande del mundo es Google, porque ayuda a las personas de muchas maneras y, además, sabe cómo ganar dinero (que después revierte en nuevas formas de ser útil a la sociedad). Como ves, hay un modo de ganar dinero haciendo el bien y creando puestos de trabajo con sentido. Por cierto, Google tiene un programa de apoyo de «desarrollo personal» para sus empleados. ¿Verdad que esto se pone interesante? Pues sigue leyendo.

Tal vez todo esto te suene a utopía. Nada de eso, es una realidad que va a más. Déjame mencionar algunos ejemplos:

- La Unión Europea lanzó la Social Business Initiative para apoyar a los emprendedores sociales.
- La economía social emplea ya a 11 millones de personas en la Unión Europea.
- Más de 200 fondos de inversión están inscritos como Impact Investment, que invierten en modelos de emprendimiento social.
- Las mejores universidades de Estados Unidos tienen centros o programas de innovación social o gestión de empresa social para sus estudiantes.
- Cada vez más estudiantes de negocios ya no quieren fichar por gigantes financieros, bancos a la vieja usanza o empresas que no tienen una misión social definida. No quieren que su talento engrose los

beneficios de firmas codiciosas.

- Net Impact es una comunidad en Internet de miles de estudiantes, ejecutivos, emprendedores y otros actores del cambio que buscan su oportunidad para trabajar centrados en la triple P (personas, planeta y beneficios).

La Iniciativa de Negocios Sociales de la Unión Europea, mencionada antes, tiene como finalidad apoyar a las empresas sociales que tratan de servir a los intereses de la comunidad (objetivos sociales, medioambientales) en lugar de maximizar el beneficio. A menudo tienen un carácter innovador a través de los productos o servicios que ofrecen, ya sea en los métodos de organización o de producción. Pero, todo esto… ¿funciona? Puedes apostar por ello.

Otra cosa que hacen bien es que a menudo emplean a los miembros más frágiles de la sociedad (las personas socialmente excluidas). De este modo, contribuyen a la cohesión social, al empleo y a la reducción de las desigualdades. Por su parte, ellos consiguen una plantilla motivada y fiel. Todos ganan.

La Unión Europea desea contribuir a la creación de un entorno favorable para el desarrollo de empresas sociales en Europa y de la economía social en general.

En el foro económico mundial de Davos se realizan sesiones de debate sobre emprendedores sociales, *impact investment,* el «filantrocapitalismo».

No se trata de hacer caridad, sino de algo más digno, es decir, hacer negocios con corazón.

Bishop, autor de *Filantrocapitalismo: Cómo los ricos pueden salvar el mundo* (editorial Tendencias), se pregunta: ¿puede el capitalismo salvar el mundo? Y escribe: «Esta obra es un apasionante análisis de la explosión del capitalismo filantrópico y sus implicaciones. Hasta ahora, la caridad se basaba en donaciones privadas y ayuda gubernamental. El "filantrocapitalismo", en cambio, busca aplicar estrategias empresariales a la creación de recursos para los más necesitados. Si empresarios de éxito como Bill Gates o Warren Buffett se han valido de las nuevas tecnologías y la globalización para amasar inmensas fortunas, ¿por que no aplicar las mismas técnicas al cambio social?».

Acostumbrados a pensar a lo grande, los «filantroempresarios» pretenden aportar soluciones creativas a los grandes problemas: el sistema público educativo, el cambio climático, la guerra o el desarrollo económico de los países pobres. Iniciativas como Google.org, Clinton Global Iniciative, o Bill & Melinda Gates Foundation, entre otras, son las mayores fundaciones, una tendencia que se multiplica.

Pasamos de la aristocracia a la meritocracia.

Creo que ya es hora de dignificar la estereotipada imagen negativa de los «ricos» ociosos y sustituirla por el concepto de *working riches*, una nueva clase de profesionales, muy trabajadores y altamente educados, hechos a sí mismos a base de mucho esfuerzo. Los ricos de hoy son muy distintos a los de ayer. Y en ello tienen mucho que ver los

valores de servicio y esfuerzo, y de desarrollo personal.

He aquí algunas cifras para los más escépticos de la economía social en la Unión Europea:

- Suma el 10% de la economía europea (PIB).
- Representa más de 11 millones de trabajadores, el 6% del empleo total.

Y del emprendimiento social en la Unión Europea:

- Supone el 7,5% de la población activa en Finlandia, el 5,7 en el Reino Unido, el 5,4 en Eslovenia, el 4,1 en Bélgica, el 3,3 en Italia, el 3,1 en Francia, etcétera.
- Asciende a una de cada 4 empresas nuevas en la Unión Europea, y hasta 1 de cada 3 en Finlandia, Francia y Bélgica.

La característica del emprendimiento social es que, en su mayor parte, los emprendedores presentan un nivel especialmente elevado de responsabilidad social y ambiental. Les importan las personas y el planeta.

Como se ve, unos empresarios buscan nada más que ganar dinero, y otros tienen una Misión con mayúscula. Lo que no saben los primeros es que es muy difícil hacer dinero cuando sólo pretendes ganarlo. Lo que saben los segundos es que cuando haces el bien, el dinero llega.

Aproximadamente una de cada cuatro empresas fundadas en Europa aspira a ser una empresa social. Esta cifra aumenta a una de cada tres en Bélgica, Finlandia y Francia. Estas empresas suelen ser más productivas y competitivas de lo que se podría imaginar. ¿La razón? El alto nivel de compromiso por parte de sus empleados y las mejores condiciones de trabajo que proporcionan. Y no hay que dudar que el mercado premia esas actitudes en los negocios con su demanda.

Un informe del Bussines Week reveló que el 75% de los consumidores entrevistados están dispuestos a cambiar a marcas asociadas con buenas causas y buenas prácticas empresariales, siempre que se mantenga la calidad y el precio. Es decir, que a igualdad de condiciones, se lleva la venta aquella empresa que contribuye al bien común, o que respeta al entorno y a sus empleados. Eso me gusta.

Las empresas ahora saben que cuando desarrollan prácticas responsables, el mercado las premia con su atención, y que los clientes las eligen por su valor añadido a la comunidad. Hay que tener en cuenta que todas las personas quieren ayudar; y si pueden hacerlo indirectamente consumiendo en empresas responsables, lo harán.

Es posible una nueva economía centrada en el ser humano

Vivir este tiempo es un privilegio; no he conocido un momento con más oportunidades que ahora. Se buscan voluntarios para formar parte del presente cambio de conciencia global, un cambio masivo de paradigmas. Sin duda, son tiempos para las personas comprometidas que usan su corazón como brújula en los negocios.

Tal vez no existan muchos empleos, pero lo cierto es que hay mucho trabajo.

Nunca he estado en el Tíbet, pero he oído que los tibetanos dicen algo así como que «no es bueno que siempre te vaya bien», porque no recapacitas y no aprendes nada. Cero, *nothing, niente, rien*… Creo que el fracaso es la parte más importante del éxito, y también que las crisis son buenas, malas, ni buenas ni malas y «buenas y malas a la vez». No entiendo por qué la gente es tan reacia a fracasar, porque es una etapa imprescindible para poder triunfar.

Fracasa pronto, fracasa variado, fracasa barato. Y vuelve a empezar. Es mi consejo al emprendedor.

En lo que sí estaremos de acuerdo es que las crisis económicas son una llamada al cambio (no a la lamentación o al victimismo). Mejor deberíamos preguntarnos: «¿Para qué hemos creado esta situación y qué podemos aprender de ella cada uno de nosotros?». Se trata de ver lo bueno a partir de lo malo.

No creo que quejarse sea útil, pero no lo puedo asegurar, porque hace décadas que no me quejo de nada. Pero sí recuerdo que quejarse crea una energía muy penosa y contagiosa. Nunca he conocido a una persona exitosa que se lamente continuamente porque son cosas incompatibles. Ya debes saber que o bien tienes éxito o bien tienes excusas, pero que no puedes tener ambas cosas a la vez. Tienes que elegir.

Abraham Maslow plasmó en su famosa pirámide el orden de las necesidades, poniendo en la base de la misma las necesidades materiales elementales, y en el vértice colocó la autorrealización. En la base se hallan las necesidades fisiológicas, y en el segundo escalón, la necesidad de seguridad. En el tercer lugar, el amor y las necesidades de pertenencia. En el cuarto nivel, encontramos las necesidades de reconocimiento. El quinto nivel es el de la autorrealización, la necesidad exclusiva de los humanos de tomar conciencia de los aspectos esenciales de la vida.

Pero ahora ese esquema está borroso, y nada está claro. ¿Me va bien porque estoy bien, o estoy bien porque me va bien? ¿Qué es primero: el huevo o la gallina? Tal vez sea el desarrollo espiritual del ser humano la condición previa para llegar al bienestar material. Quizás estamos dejando para el final lo que es el principio. Maslow, amigo mío, dale la vuelta a tu pirámide y vamos a intentar empezar por la autorrealización, a ver qué pasa.

Puedo imaginar un planeta habitado por gente con valores, bienestar material y con las necesidades reales cubiertas. Pero, si seguimos con la mentalidad de siempre, no me puedo imaginar un mundo donde las personas digan que ya tienen bastante, que están

satisfechas, y que pasan a cultivar la sabiduría interior en lugar de entregarse al consumismo. En pocas palabras, «Sin sabiduría, el hombre se ve obligado a construir una economía monstruosa», como dijo Schumacher, el filósofo.

Es hora de reunir conciencia y dinero. De ahí el título de este libro: dinero feliz.

> Un creciente número de gente piensa que ya es hora de llevar sus valores espirituales (pero no necesariamente su religión) al puesto de trabajo. Los valores fundamentales en el contexto empresarial son la integridad, la honestidad, la justicia, la responsabilidad, la calidad, la cooperación, la intuición, la fiabilidad, el respeto y el servicio. Un creciente número de gente en el mundo empresarial quiere que su espiritualidad sea algo más que fe y creencias; quieren que sea algo práctico y aplicado. Quieren llevar la totalidad de sí mismos –cuerpo, mente y espíritu– al trabajo. Muchos hombres de negocios están descubriendo que encarnando sus valores pueden mejorar sus resultados. Les «puede ir bien siendo buenos». La gente quiere cada vez más llenar su vida laboral de propósito y de sentido.
>
> CORINNE MCLAUGHLIN,
> directora de The Center for Visionary Leadership.

Las empresas hablan cada vez más de visión y misión, a las que incorporan unos valores concretos con los que se identifican, e incorporan el servicio a un fin mayor que la empresa. Se trata de una «contribución» que excede el concepto de «resultados». La economía está descubriendo la espiritualidad, aunque de momento no la llame así. Patricia Aburdene, que escribió *Megatrends*, lo llama: «capitalismo consciente».

Visito las librerías de mi ciudad, y en la sección de empresa descubro libros a medio camino entre la gestión y la autoayuda. Así que me paso tanto rato hojeando libros en la sección de autoayuda como en la de negocios. Buena señal. Es literatura de fusión: conciencia y dinero. Cuantas más vueltas le doy, más me alegro por haber escrito el libro que sostienes en tus manos.

Hecho probado: la espiritualidad es rentable. Nunca imaginé que escribiría semejante afirmación, pero ésta es mi experiencia.

Hoy, la productividad de una empresa se vincula con el compromiso de los empleados. ¿Y cómo se consigue ese compromiso? No se compra con dinero, pero sí se logra con el «salario emocional», beneficios sociales, el teletrabajo, la conciliación laboral, la meritocracia, el compromiso social y la flexibilidad horaria… En definitiva, ayudándoles a ser felices.

Existe una sabia práctica oriental que consiste en hacer una pausa en el trabajo para retirarse a reflexionar con el fin de refrescar la mente. Estos miniespacios de reflexión generan una gran energía creativa, ya que durante ese tiempo, el trabajador se centra más

en el *por qué* que en el *cómo*. Es decir, se centra antes en las estrategias que en el día a día. Las empresas (por ejemplo, IBM, Apple o Google) se han dado cuenta de que esta práctica de «retiro» funciona, y ya han comenzado a enseñar meditación en el horario laboral, y a conceder media hora diaria en horario remunerado, para que los empleados se retiren a una sala habilitada para meditar.

Reducen el estrés y, por ello, aumentan su creatividad. Si ellos están bien, la empresa va bien. Si están mal, la empresa va mal.

La intención en los negocios también cuenta. Las empresas harían bien en centrarse en los intereses del cliente y de su plantilla. Si todo el asunto se resume en ganar dinero, el éxito es muy complicado; no es que no pueda conseguirse, pero es más laborioso, lento y penoso. Sin embargo, cuando una intención clara y centrada en servir ilumina un negocio, éste consigue más resultados y con más rapidez.

Empresas con conciencia

Como ya he dicho, todo se reduce a construir un medio de vida alrededor de la pasión. Y es algo tan sencillo como preguntarle al corazón para qué vale la pena levantarse cada día y construir sobre esa idea un negocio con conciencia. También he comentado que las empresas sociales o conscientes no se conforman con dar una parte de sus beneficios para que su equipo de marketing alardee de «responsabilidad social» en la publicidad, mientras se dedican a cualquier cosa menos al bien común.

Eso sería quedarse en la periferia y no entrar en el corazón del asunto. No, yo me refiero a pasar al siguiente nivel. La empresa social o consciente sólo se plantea crear valor para la sociedad dirigiéndose a solucionar sus necesidades verdaderas porque ése es su ADN, la razón para la que nació y la causa para la que respira. Cuando la empresa social (con conciencia) se plantea su modelo de negocio, incluye el fin social no como algo periférico, sino como sustancial en el proceso de generación de beneficios.

Hay quien me pregunta si para vivir en la economía consciente debe dejar su trabajo convencional y dedicarse a algo altruista. Les respondo que no. En primer lugar, nunca aconsejo dejar el trabajo sin haber desarrollado antes un plan B alternativo (testado, y empezado a operar a media jornada). Pero en realidad, ni siquiera hace falta montar un negocio, porque un empleado puede ser un intraemprendedor social en la empresa en la que ya trabaja.

Un intraemprendedor (no se te ha pasado este concepto del párrafo anterior) es un empleado que propone iniciativas dentro de la empresa en la que trabaja, busca oportunidades y señala nuevas áreas de negocio. En el ámbito social, además, intenta cambiar el mundo desde su negocio. Empieza allí donde estés en este momento. Cambia tu organización desde dentro.

Hay compañías con orientación social, únete a ellas. Hay disponible una web donde puedes localizarlas y presentar tu solicitud de ingreso (www.netimapct.org). Te aseguro que hay más de las que piensas.

Las empresas con conciencia son el resultado de la gestión de los «empresarios sociales». Las empresas con conciencia mejoran su productividad y su cuenta de resultados. Son empresas que generan dinero feliz.

Una empresa social es un agente de la economía cuyo principal objetivo es tener un impacto social en lugar de obtener un beneficio para sus propietarios o accionistas. Proporciona bienes y servicios desde la innovación y utiliza sus ganancias principalmente para lograr sus objetivos sociales. Se gestiona de forma responsable e implica a los empleados, a los consumidores y a los grupos de interés afectados por sus actividades comerciales.

El «Impact Investment» mencionado antes consiste en inversiones realizadas en las empresas, las organizaciones y los fondos con la intención de generar un impacto social y ambiental, junto con un retorno financiero, ambos fines a la vez.

La UE llama «empresa social» a los siguientes tipos de negocios (yo las denomino empresas conscientes):

- Aquellos para los que el objetivo social es la razón de la actividad comercial, a menudo con un alto nivel de innovación social.
- Aquellos en los que los beneficios se reinvierten principalmente con el fin de mejorar su objetivo social.
- Aquellos donde el modelo de organización y gestión refleja su misión.

¿Y eso existe? Claro que sí. Veamos algunos ejemplos reales de «empresas sociales» europeas, de las que se ha omitido su nombre comercial:

- En Italia, un centro médico proporciona un alto nivel de asistencia, incluida la mediación cultural, en particular en las zonas no atendidas lo suficiente por los servicios públicos, con especial énfasis en las personas con situaciones socioeconómicas frágiles (como inmigrantes).
- En Rumania, una empresa ha estado trabajando para ofrecer servicios culturales a aproximadamente unos 90.000 invidentes (especialmente libros de audio y películas adaptadas).
- En Francia, una empresa puso en marcha un innovador concepto de servicios de lavado de vehículos con el uso de productos biodegradables y el empleo de marginados a fin de que se reintegren en el mercado laboral.
- En Hungría, un restaurante contrata personal discapacitado (40 empleados) y proporciona formación para garantizarles la transición al empleo estable.
- En los Países Bajos, una compañía enseña a leer utilizando innovadoras herramientas digitales. Este método es particularmente adecuado para los niños hiperactivos o los autistas, pero también es válido

para las personas analfabetas y los inmigrantes.

- En Polonia, una cooperativa social emplea a personal a largo plazo, desempleados y discapacitados, y ofrece diversos servicios: de hostelería y alimentación, construcción y trabajos de pequeña artesanía y formación para emplear a personas desfavorecidas.

Y éstos son tan sólo unos ejemplos.

Hay que destacar que no se trata de fundaciones ni de ONG, sino que son empresas que compiten en sus mercados con otras empresas que hacen lo mismo, pero no lo hacen de la misma manera. ¿Y sabes a quién elegirán los clientes? Bienvenidos al capitalismo social.

Llamada a la acción:

Te invito a que te comprometas a cambiar el mundo allí donde estés ahora. La mejor manera que conozco es dando ejemplo. ¿Por qué no ingresas en la tribu de los emprendedores sociales y creas una empresa con conciencia? Y ahora, sal de casa y ponte en marcha, puesto que el mundo está esperando que muevas ficha. Incorpórate al capitalismo social, sé un emprendedor social, crea algo asombroso que cambie la realidad en algún aspecto.

2

Economía de la felicidad

Arrima tu silla a la mía, porque quiero contarte algo. Lo que voy a decir seguramente ya lo habrás oído, pero lo escribo para que sea una experiencia. Voy a introducirte a la economía de la felicidad. ¿Es buen tema para este momento?

En economía es fácil ver cómo unos echan la culpa a otros. Las peleas por dinero son frecuentes. Sindicatos y empresarios, políticos y ciudadanos, banqueros y clientes… Es un juego de amargura y muy baja energía. Prefiero no continuar porque a ese nivel no hay ninguna solución.

Cuando una persona cree que alguien debe solucionar sus problemas, actúa desde el modo de víctima, sin responsabilidad. Pero cuando entiende que su economía es su creación, y deja de culpar a otros, actúa desde el modo de «responsabilidad» y se concede el poder de cambiar las cosas.

Las excusas son esa clase de justificaciones que no pueden darle a uno lo que desea, ya que sólo puede hacerlo el hecho de tomar responsabilidad. Así, o bien tienes excusas o bien tienes éxito, pero nunca ambas cosas a la vez.

Mi filosofía es otra: todos los problemas deben ser resueltos a un nivel no visible y esencial. Porque:

- No hay ninguna situación imposible de cambiar.
- Todos podemos contribuir a crear una nueva realidad colectiva.
- Nadie está libre de responsabilidad en lo que vive.

No querría resultar excesivamente místico, pero, por otro lado, es imposible no hacerlo.

Quiero llevarte a un lugar de magia. Imagínate un planeta en el que no existen los pensamientos «privados», es decir, que cualquier pensamiento es «público», como si estuviese colgado en Internet o en el perfil de Facebook y cualquiera tuviera acceso. Si esta posibilidad te parece inquietante es que aún no estás preparado para la economía espiritual, cuya máxima es la trasparencia. Pues bien, ese planeta existe y se llama Tierra, el lugar donde vives.

Voy a formular la pregunta de otro modo: ¿te agradaría que tus clientes leyeran tus pensamientos? ¿Y tu jefe? Si la respuesta es «no», tu forma de llevar tu negocio no tiene

cabida en la economía espiritual, pero te animo a que sigas leyendo, porque espero que al final del capítulo hayas cambiado tu posición mental.

Como principio no escrito hay que mencionar lo siguiente: aquellas empresas que oculten al mercado la verdadera intención e inspiración de sus actividades desaparecerán. No sé si se trata de telepatía o de trasparencia, pero lo que sí sé es que la doble agenda, el engaño, la manipulación y sacar ventaja, entre otras cosas, van a ser cosa del pasado.

Los nuevos consumidores están pasando de la inconsciencia a la conciencia. Ya no quieren consumir por consumir. Les interesa contribuir a proyectos sostenibles. Buscan la ética en el negocio en el que compran.

El concepto que estás a punto de asimilar es que cualquier negocio estará expuesto a la trasparencia y no tendrá dónde esconderse. Así que quédate hasta el final.

Crecimiento perverso

Joan Melé, subdirector general del banco ético Triodos Bank, me explicó que una economía no es un mecanismo, sino un organismo (vivo). En un mecanismo, como es una suma de partes, éstas se pueden sustituir. En un organismo, cada parte *es* todas las otras porque lo que le ocurre a una célula afecta al resto de células del organismo, y, por tanto, a su supervivencia. La economía es un organismo porque tiene que ver con seres humanos (no se trata de estadísticas y números, porque detrás de cada cifra hay personas).

Un país, una ciudad y una empresa también son organismos. Y, en ellos, cada ser humano es una célula del organismo. A la larga, o nos va bien o nos va mal a todos.

En un ser vivo, si un grupo de células crece desmesuradamente, se origina un tumor canceroso que puede acabar con la vida del organismo. Entonces, ¿cómo le pedimos a una economía que crezca de manera ilimitada? ¿No es enfermizo?

La idea de que el crecimiento de las economías es algo bueno y deseable es extraña, y no dice nada si no se aclara cómo y hacia dónde se crece. Crecer por crecer es absurdo e imposible. Cuando los políticos hablan de «volver a la senda del crecimiento» plantean una huida hacia delante, una idea suicida (es como un vehículo a 200 km/h que se encamina hacia un precipicio).

Sulak Sivaraksa, en su libro *La sabiduría de la sostenibilidad*, afirma: «Un sistema económico internacional que exige crecimiento ilimitado, ¿es esencialmente defectuoso? Desde un punto de vista budista, la respuesta es afirmativa. Desde la perspectiva budista, la prosperidad proviene de: la confianza en uno mismo, el sentido de la propia dignidad, el orgullo de la propia cultura, la satisfacción, la generosidad y la atención plena.

En el budismo, los ingresos y el bienestar no son indicadores de prosperidad. El budismo valora una vida pacífica, en la que uno se relaciona armoniosamente con todos

los seres sensibles y con el medio ambiente».

La prosperidad tiene que medirse también con criterios subjetivos (cualidad) y no únicamente objetivos (cantidad).

La humanidad muestra una codicia desproporcionada capaz de esquilmar los recursos naturales para producir muchísimos productos que la gente en realidad no necesita. Tenemos sobrecapacidad de producción, pero lo triste es que parte de ella es innecesaria. Estamos acabando con unos recursos limitados del planeta para nada, nada más que por consumir.

Fijémonos en cómo ilumina el asunto este relato:

> Kasca poseía una granja de cerdos. Se había criado en el campo, la granja de cerdos había sido fundada por el padre de su padre, por lo que Kasca había crecido aprendiendo a cuidar de ellos y nunca había conocido otra vida.
>
> Él se encargaba de alimentarlos y cuidarlos, por lo que se pasaba el día rodeado del olor de los animales.
>
> En una ocasión, Kasca condujo por primera vez los animales al matadero de la ciudad. Después de entregar su carga, decidió pasear por sus calles. En una avenida, percibió un olor desconocido que le intrigó. Descubrió que emanaba de una tienda a la que dirigió sus pasos. Se encontró a las puertas de una floristería y quedó abrumado por sus fragancias.
>
> Arrebatado, cruzó el umbral y se vio rodeado por incontables matices que jamás había olido. Se desmayó, en medio de la tienda, ante la atónita mirada de vendedores y clientes, que corrieron a socorrerle.
>
> Pero Kasca no despertaba, lo que preocupó mucho a los presentes.
>
> Alguien dijo:
>
> —Le conozco, es Kasca, el criador de cerdos que vive en las colinas.
>
> Trasladaron a Kasca a un hospital, aún inconsciente, y avisaron a su familia.
>
> Horas después se presentó su hermano, portando una cajita. Los médicos y enfermeras le explicaron que no podían hacerle despertar, pero no sabían cuál era la causa.
>
> El hermano abrió la cajita y se la acercó a la nariz de Kasca, que despertó enseguida y sobresaltado, sin saber lo que le había ocurrido.
>
> Los médicos le preguntaron qué había en esa caja. Para su sorpresa, lo que le había vuelto a la conciencia eran excrementos de cerdo.

El problema del criador de cerdos es aferrarse a un paradigma e ignorar otros, negándose a experimentar otras posibilidades. Es algo muy común. Es extraño, pero algunas personas prefieren lo malo conocido que lo bueno por conocer (peor para ellas). A veces, viven hartos de lo mal que huele un asunto, pero incomprensiblemente descartan cruzar la calle y entrar en la floristería.

Por esta razón, te ruego que estés abierto a lo que sigue. Abre tu mente zen, libre de apegos, flexible y abierta a entender nuevas realidades. Sólo una mente de aprendiz, en la que todo cabe, captará lo revolucionario que es el siguiente apartado.

Del Producto Nacional Bruto a la Felicidad Nacional Bruta

Todos los países del mundo miden el progreso económico con un criterio material: lo que se fabrica y consume cada año. Menos uno: Bután. Por suerte, este pequeño país del Himalaya ha elegido la FNB (Felicidad Nacional Bruta) antes que el PNB (Producto Nacional Bruto).

La FNB integra todas las necesidades de las personas, incluido su bienestar tanto físico como mental. Esta economía holística mide el progreso de otra manera, y está llamando la atención del resto del mundo.

Un país como Bután, en el nuevo paradigma económico, fue capaz de anticipar hace décadas que la Felicidad Nacional Bruta (FNB) ha de superar la Producción Nacional Bruta (PNB), y ha sido capaz de diseñar criterios de medida objetivos para determinar el grado de felicidad de la sociedad.

Esta «filosofía económica» fue enunciada por el rey Jigme Singye Wangchuk en 1972: la felicidad de las personas es el objetivo de todas las políticas, incluidas las económicas. Todos los productos y servicios que se generan en la economía no se consideran más que medios para conseguir el objetivo último de la felicidad. El gobierno está comprometido en crear las condiciones que permitan la consecución de la felicidad de sus ciudadanos. Esto no significa que Bután sea un país idílico sin desafíos que resolver. Pero sí es una comunidad que aspira a llevar su «filosofía económica» de la FNB a las últimas consecuencias.

Las estrategias que Bután está siguiendo para conseguir el fin principal de la felicidad son: desarrollo socioeconómico sostenible y equitativo, conservación del medio ambiente, preservación y fomento de su cultura y fomento del buen gobierno. Un desarrollo equilibrado, humano y holístico, enfocado en la felicidad, que es en realidad a lo que todo ser aspira.

El Dalai Lama repite a menudo que nuestra obligación en el planeta es ser felices.

> Todos aquellos que son infelices lo son porque buscan su propia felicidad. Todos aquellos que son felices lo son porque buscan la felicidad de los demás.
>
> SHANTIDEVA,
> erudito budista indio.

En Occidente, funciona al revés: se cree que la felicidad es un efecto colateral de la política económica. Pero la realidad ha evidenciado que más consumo no proporciona la felicidad. Al contrario, Occidente vive una ola de desesperanza y depresión crónica alarmantes.

Por supuesto, tener cubiertas las necesidades básicas es parte de la ecuación de la felicidad, pero, además, también son importantes otras variables, como la educación, la inteligencia emocional, el desarrollo espiritual, el equilibrio medioambiental, la autoestima… que no sólo crearán riqueza, sino también la felicidad de la gente.

Un país puede tener un PIB (Producto Interior Bruto) creciente, pero, ¿y si la población está deprimida, estresada y se siente infeliz? ¿Y si su aire, su tierra y su agua están contaminados?, como ocurre en su país vecino China. En este supuesto, por desgracia frecuente, ¿adónde lleva el crecimiento?

Jeffrey D. Sachs, profesor de economía y director del Earth Institute en la Universidad de Columbia (Estados Unidos), ha estudiado la «economía budista», y lo explicó así en el periódico *El País:*

> En Bután, el desafío económico no es el crecimiento del Producto Interior Bruto (PIB), sino de la Felicidad Nacional Bruta (FNB). Fui a Bután para entender mejor cómo se aplica la FNB. No hay una fórmula, sino un proceso activo e importante de debate nacional que se adapta a la seriedad del desafío y a la profunda tradición de reflexión budista de Bután. Allí reside la inspiración para todos nosotros. Parte de la FNB de Bután tiene que ver, obviamente, con satisfacer las necesidades básicas: mejor atención médica, menor mortalidad materno-infantil, mayores logros educativos y mejor infraestructura, especialmente electricidad, agua y servicios sanitarios. Este interés en el progreso material destinado a satisfacer las necesidades básicas tiene sentido tratándose de un país con el nivel relativamente bajo de ingresos de Bután.

También se ha criticado este modelo diciendo que es impracticable o que no se puede medir la felicidad (seguramente porque quien lo afirma no tiene una idea clara de lo que significa ser feliz). Pero el gobierno de Bután se las arregla muy bien y, sin grandes medios informáticos, son capaces de remitir un cuestionario de 70 preguntas clave a casi medio millón de familias para medir su «índice de felicidad» (FNB).

Para el budismo, la economía necesita un alma o se perderá en su propio vacío existencial. Me gusta la expresión «economía budista». Lo que me pregunto es por qué en la facultad de ciencias económicas no existía una asignatura con ese nombre. He tenido que buscarme la vida para aprender algo sobre ella.

Ahora sabemos que vivimos en un mundo de recursos materiales finitos y que las economías no podrán crecer en su aspecto material indefinidamente, de modo que habrá

que centrarse en un crecimiento no material, no basado en bienes tangibles, sino intangibles (como la satisfacción y el bienestar interior). Es un momento emocionante.

Observémoslo desde otro ángulo: que crezca el PNB no dice nada bueno ni malo a priori, pues no se sabe a ciencia cierta qué es lo que aumentó, cuál es el precio ecológico que implicó, o quién se benefició.

Como comentó el psicólogo Xavier Guix: «El país crece cuando las personas crecen», y no necesariamente cuando lo hace el PNB u otras variables macroeconómicas. Por ejemplo, cuando se produce un crimen y el acusado contrata a un abogado para su defensa, las minutas que le abona suman en el PNB. Es más, la venta de esas balas es crecimiento económico, más PNB. Como se aprecia en esta extraña contabilidad, no importa el fin, sino tan sólo la traducción a dinero de cualquier acontecimiento, contribuya éste al bien común o no. ¿No te parece una completa insensatez?

> No podemos medir el espíritu de una nación con el índice Dow Jones, ni los éxitos del país con el Producto Nacional Bruto. Porque el Producto Nacional Bruto incluye la contaminación del aire y anuncios de tabaco, así como ambulancias para atender accidentes de la autopista… Incluye la producción de NAPALM, misiles y cabezas nucleares… Y si el Producto Nacional Bruto incluye todo eso, hay también mucho que no incluye. No tiene en cuenta la salud de nuestras familias, la calidad de su educación o la alegría de sus juegos… No incluye la belleza de nuestra poesía… Es decir, lo mide todo, menos lo que hace que la vida valga la pena.
>
> ROBERT KENNEDY,
> presidente de Estados Unidos

Espero que coincidamos en que el PNB es una medida del progreso errónea. Y la lección viene ahora: el objetivo de la economía ha de estar centrado en el bien común, entendiendo éste como su nivel de bienestar y felicidad.

Además, me temo que el PNB nunca será suficientemente elevado, por mucho que crezca. Siempre parecerá poco para el ego codicioso. Pensar que cuando el PNB alcance cierta cifra o crezca a determinado ritmo todo estará bien es una fantasía. Es un indicador de bienestar «trampa», porque la producción nunca será suficiente ni el consumo será bastante; es un círculo vicioso sin salida.

Se producen productos que finalmente han de ser destruidos por que han pasado de moda, caducado o han quedado obsoletos. ¿Ese PNB era necesario y tenía sentido? La producción de productos y servicios con sentido es fundamental para valorar el PNB. No se trata de producir por producir.

En la vieja economía del dogma materialista el objetivo es ganar más, ganar rápido y ganar sin esfuerzo. El motor es poseer más cosas. Basta con pensarlo para estropearme el

día.

Implícitamente subyace la creencia de que una vida de consumo es una vida feliz. Nada más lejos de la realidad. En la economía espiritual, el motor es el conocimiento y no las cosas. La sabiduría es la nueva riqueza. Si te parece que exagero, confieso que estoy bajando el nivel para no parecer un hereje.

La economía del bien común

En medio de la crisis sistémica del capitalismo, el autor austríaco Christian Felber (*La economía del bien común*, de la editorial Deusto) propone una de las más consistentes alternativas a nuestro decadente sistema económico: «La economía del bien común» (EBC).

La prueba de que no es una idea utópica o irrealizable es que su revolucionario modelo ya se está implantando en municipios y empresas de Europa Central.

Básicamente, su modelo es «el camino medio» (uso este término porque es un concepto de la «economía budista») entre el capitalismo y el comunismo. La economía del bien común es una economía solidaria, incluso con el planeta. Es una alternativa humana a la economía de mercado convencional, a la que los economistas no encuentran recambio.

No descalifico ni al comunismo ni al capitalismo, que, aunque de resultados irregulares, fueron interesantes en su momento. Sólo creo que ambos modelos ya no son válidos para la civilización humana. Son dos modelos que están amortizados, agotados, y no dan más de sí. Continuar utilizándolos no puede conducirnos a una nueva era social y económica.

En el modelo de Felber, las empresas se esfuerzan por cooperar y no por competir. Y no miden su éxito por el dinero ganado o por el aumento de la producción. En su lugar, Felber introduce medidas de contribución al bien común, de utilidad social, de solidaridad, y que son fácilmente medibles.

En el ámbito microeconómico (empresas, personas…), el «balance del bien común» sustituye a los beneficios financieros como objetivo. En lo macroeconómico (estados, organizaciones internacionales…), el PNB se sustituye por el «producto del bien común». Como hemos visto, no tiene sentido medir el rendimiento con indicadores monetarios. Y en todo caso, la unidad de medida no puede anteponerse a lo medido, como ha ocurrido con el PNB.

Ahora bien, que una empresa mida el «bien común» con un balance diseñado para ello no implica que no lleve un balance financiero como ha hecho siempre (aunque éste ya no será la medida de su éxito). Los dos balances miden cosas diferentes. Una empresa debe ganar dinero, pero su beneficio no es el principal objetivo, sino un medio para

conseguir contribuir al «bien común» (de clientes, de empleados, de proveedores y del planeta).

En consecuencia, el balance financiero pasa de ser un fin a ser sólo un medio, y convive con el balance del bien común, que es el objetivo y la razón de ser de la empresa. En este contexto, las empresas no buscan crecer por crecer a cualquier precio, sino que buscan el tamaño óptimo (esto es una liberación de la estrategia de crecer y absorber a la competencia para librarse de ella). Un beneficio colateral es que las empresas dejan de competir para pasar a colaborar, y así pueden centrarse en su actividad y abandonar sus antiguas luchas por el mercado.

Al leer esto, uno puede pensar que tan sólo son buenas ideas, pero que no son realistas. Pero Felber proporciona un sencillo y efectivo método, en el que las empresas que se excluyan del bien común acabarán desapareciendo porque el mercado las penalizará. Y, al contrario, aquellas que más contribuyan al bien común tendrán más opciones. En su propuesta, un código escaneable muestra al consumidor toda la información de la que ahora el comprador no dispone para tomar decisiones responsables.

Si a alguien le parece que los consumidores se guían en exclusiva por el precio y no por la ética de lo que compra, se equivoca. Creo que no intuye los cambios que están por venir. Ya existe en el ámbito empresarial la conciencia del bien común (aunque es minoritaria).

A largo plazo, una vez observadas las ventajas de esta economía, más y más personas se sumarán a esta iniciativa. Los beneficios legales y fiscales para las empresas con buenos balances del bien común (mejores aranceles, impuestos, créditos, contratación pública…) las convertiría en proyectos viables; por el contrario, la empresas centradas únicamente en su balance financiero acabarían siendo poco competitivas y expulsadas del mercado.

La codicia y la avaricia son los dos antivalores que más problemas crean en la economía.

Santiago Niño Becerra, catedrático de estructura económica en el IQS School of Management en la Universidad Ramón Llull, uno de los economistas más lúcidos del país, explica la economía del bien común de este modo:

> En el fondo, fondo, fondo, el mensaje de la economía del bien común (EBC) es de una lógica aplastante: un acto económico ha de estructurarse de tal modo que beneficie a la mayor cantidad de población posible, y no sólo monetariamente, sino también en forma conceptual, y no sólo pensando en el presente, sino adoptando una proyección de futuro; y, también, no sólo desde una perspectiva microeconómica, sino también macroeconómica. Lo que resulta extraño es que algo tan puro y evidente sea ahora cuando haya saltado a la palestra y no haya sido el *leit motiv* de nuestro proceder económico y social desde siempre, ¿no?
> La ECB, además de sus vertientes social, ecológica, colectiva, empática, etc., tiene

otra de la que se habla poco, mejor dicho: casi ni se menciona: su abandono de la idea de que el individuo es importante *per se* y la adopción de que el valor del individuo se halla en función de su interrelación con otros; justo lo opuesto de lo que hasta ahora se nos ha estado diciendo: lo importante es que cada uno llegue a lo máximo que pueda llegar y que llegue como sea.

Además, hasta ahora lo necesario era «ser más», «ir a más», «llegar más lejos», siempre, constantemente, y utilizando todos los medios al alcance. Con la ECB eso no sucede: se llegará hasta donde se pueda llegar en base a las circunstancias, en función de los demás, y tomando criterios de ámbito general, no particular.

Y lo más importante, hasta ahora el mensaje era claro: «Has de tener mucho, y si lo quieres lo tienes porque te vamos a dar los medios para que lo tengas». Con la EBC eso deja de ser así: «Has de tener lo conveniente, lo que te puedas permitir, pero siempre que no afecte negativamente al conjunto».

Pienso que la EBC lleva en sus cromosomas un principio muy claro del que no se dice nada porque es «feo», sobre todo lo es en base a lo que hasta ahora se ha vivido: has de actuar, consumir, invertir, comerciar… de forma que lo que hagas sea positivo para el conjunto porque va a ser absolutamente imposible que lo hagas de otra manera debido a que: 1) los recursos son escasos, y 2) no vas a tener medios más que para hacer aquello que sea imprescindible.

Resumiendo, no existe un mundo de efectos sin causas. En este rincón del Universo, sólo existe responsabilidad, y hasta que no la asumamos, seremos víctimas de nuestros propios comportamientos económicos. La «economía del bien común» es posible, está lista para aplicarse, pero la pregunta es: ¿estamos nosotros preparados?

Pregúntaselo a la persona que tienes al lado ahora mismo.

Llamada a la acción:

Es el momento de vincular tu economía a la felicidad. Hazte las preguntas que le formulan al pueblo de Bután en estos 9 aspectos, y ponte nota de uno a diez: bienestar psicológico, uso del tiempo, vitalidad de la comunidad, cultura, salud, educación, diversidad, medio ambiental, nivel de vida, gobierno. Y pregúntate: ¿qué puedes hacer para contribuir al bien común?

3

Banca ética

Muhammad Yunus, el banquero de los pobres, fundó en 1976 el Grameen (en bengalí «rural») Bank, una institución financiera de microcréditos dirigidos a mujeres que necesitan emprender un pequeño negocio personal para salir adelante. Su idea resultó un éxito y al replicarse ha roto todos los esquemas de la banca. Muhammad Yunus fue un pionero, el creador del concepto de microcrédito.

¿La diferencia? La banca ética invierte en la economía real (sí, ¡en la real!) y no en la virtual, financiando proyectos que respetan al planeta y los derechos de las personas. Sus criterios de filtro de riesgos no evalúan únicamente la viabilidad económica, sino que además pasan un control ético. Yo he trabajado en el departamento de riesgos de tres bancos convencionales, y certifico que evaluábamos a las empresas por lo que tenían, no por lo que hacían o lo que significaban. Al recordarlo, me invade un cierto malestar.

¿Es posible una nueva banca? No sólo es posible, sino que también es necesaria.

Aunque parezca increíble, el Grameen Bank deja dinero a los que menos tienen, a los más pobres. Para recibir uno de sus préstamos, has de demostrar que no tienes nada… ¡Nada! (Ahora piensa en un banco convencional que sólo deja dinero a los que ya lo tienen). Así, «Los bancos nos dejáis un paraguas cuando hace sol y nos lo quitáis cuando llueve» (cito a Mark Twain, que creo que tenía mucha razón).

Pero volvamos al Grameen Bank, un banco que ofrece una oportunidad a las personas para conseguir su libertad. Tiene miles de sucursales en cien países, pero antes de que dejes esta lectura y salgas a buscar una, espera a saber más.

No financian el consumo, sino la inversión en un medio de vida, y se centran en los microcréditos, en especial dirigidos a las mujeres (porque se ha comprobado que son más responsables que los hombres a la hora de llevar las cuentas de un negocio). Éstas son sus claves de éxito. Hay que destacar que apenas tienen impagados. Ahora examinemos las tasas de impago, por ejemplo, de la banca convencional española (del 2 al 10%). No me extraña nada.

Claro que los bancos éticos no financian, por ejemplo, absurdos todoterrenos para la ciudad con asientos calefactados. En su lugar, financian microemprendimientos, que serán la fuente de ingresos de toda una familia. Existe una gran diferencia, y de inmediato se entenderá la diferencia de impagados.

Los bancos éticos no son hermanitas de la caridad; tienen beneficios, pero los obtienen haciendo el bien.

El Grameen Bank es un negocio (siempre ha tenido beneficios) que crea una diferencia en el mundo. Y es considerado una de las empresas sociales más relevantes del mundo. El banco y su fundador fueron premio Nobel de la paz en 2006 «por sus esfuerzos para incentivar el desarrollo social y económico desde abajo».

Los microcréditos son pequeños préstamos concedidos a personas humildes que no pueden solicitar un préstamo normal en la banca tradicional. Incluye a los excluidos. Y lo bueno es que los excluidos están tan agradecidos que cumplen mejor que nadie.

Hay más ejemplos de banca ética, como Co-operative Bank y Smile Bank (Gran Bretaña), Banco Fiare (España), Sewa bank (India), Crédit Coopératif (Francia), Banca Popolare Etica (Italia), etcétera. O la Red de entidades de apoyo al microcrédito, que es otro modo de apoyar a personas en riesgo de exclusión financiera (sin avales, sin patrimonio, sin historial) para que puedan crear su propio negocio o autoempleo. Y los depósitos en la banca ética tienen dos rentabilidades: la financiera y la social.

En España, constituye un segmento muy reducido (cinco entidades y 50.000 clientes), pero cuyos usuarios van aumentando (con crecimientos del 60% anual y en algunos casos superiores, aunque ése no es su fin).

Son entidades que no dilapidan los recursos de sus impositores en abrir más sucursales, creando redes sin sentido, sino que enfocan todos los recursos de sus clientes en los proyectos que pueden financiar. Como curiosidad, tenemos que España ha sido el país de Europa con más sucursales y más empleados de banca sin que su PIB o su población lo justifiquen. Y ahora tiene lugar la gran dieta de las estructuras bancarias: cierres y despidos en un sector sobredimensionado.

Los excesos de la banca convencional han creado un sentimiento de recelo y desconfianza en sus clientes, que han encontrado en la banca ética un lugar decente donde depositar su dinero. En esos bancos, el dinero se siente feliz. Por suerte, están aumentando, están de moda y crecerán de forma ordenada. Mientras, la banca convencional cierra oficinas y despide a empleados de forma masiva (víctima de su obsesión faraónica por el crecimiento y ascender en el ranking por volumen de entidades financieras, pero no por hacer el bien a sus clientes). Por suerte, no todos los bancos son iguales.

Aquí está el secreto. Los microcréditos sociales consisten en préstamos de muy pequeña cuantía para personas sin recursos o en situación de marginación, para que puedan autoemplearse y desarrollar microproyectos que les permitan crear una fuente de ingresos. Son una herramienta solidaria para proyectos en los que las personas cuentan.

Cubren sectores de la población que de otro modo no tendrían acceso al crédito destinado a la inversión, y, por tanto, que no tendrían ninguna oportunidad de escapar de la precariedad económica. También conceden microcréditos familiares, ya no para invertir, sino destinados a financiar situaciones de índole personal.

Los impositores éticos, además de buscar rentabilidad a sus ahorros, quieren saber en

qué se invierte su dinero, y prefieren que se invierta en proyectos donde se respeta a las personas y al planeta. «No es lo mismo invertir en renovables que en nucleares, en agricultura ecológica que en trasgénicos, en comercio justo y cooperación al desarrollo que en negocios contra los derechos humanos», afirma el director general de Triodos Bank.

Así, la banca ética facilita a los ahorradores «éticos» que su dinero financie causas responsables y coherentes con sus valores. Por ejemplo, un fondo de inversión ético (controlado por una comisión ética independiente) selecciona inversiones basadas en criterios éticos, sociales y medioambientales.

Lo que se hace con el dinero cuenta, y mucho. Si todos los pequeños y grandes ahorradores exigiesen a sus entidades bancarias un destino digno para su dinero, entre todos podríamos cambiar las prácticas de un sistema financiero envilecido que «soborna» a sus clientes con extratipos y los convierte en «cómplices necesarios» de sus malas prácticas.

Un banco ético, por ejemplo, se niega a financiar a empresas que comercien con el alcohol y tabaco, promuevan el uso de la energía atómica, la modificación genética de plantas y semillas, la contratación de mano de obra infantil, el comercio del tabaco, los experimentos farmacéuticos con animales, los experimentos con embriones, la generación de productos tóxicos, las empresas contaminantes, etcétera.

En cambio, el banco ético va a dirigir los fondos que le han confiado sus clientes a financiar proyectos sostenibles, la agricultura biológica, el comercio justo, la educación a los excluidos, el autoempleo para desempleados, las energías renovables, los proyectos sociales, etcétera.

Joan Antoni Melé, subdirector general de Triodos Bank en España, escribe en su obra *Dinero y conciencia: ¿a quién sirve mi dinero?* : «Lo que jamás en mis treinta años de trabajo en una caja de ahorros, ni a mí ni a ningún compañero mío o conocido trabajador en el negocio bancario, nadie, nunca nos preguntó es qué íbamos a hacer con el dinero que nos confiaban. Y ésta es la clave del problema y de lo que está pasando hoy en el mundo».

Joan Antoni Melé es una de las personas que más ha hecho por dar a conocer la banca ética en nuestro país. He tenido la oportunidad de compartir escenario como ponente con él y puedo decir que es una de las personas más coherentes que conozco. (Síguele en You Tube y sabrás a qué me refiero).

En su libro *Dinero y conciencia: ¿a quién sirve mi dinero?*, escribe:

> La banca ética no se ve afectada por la crisis especulativa (también llamada "financiera"). Porque se trata de un negocio que se asienta sobre la responsabilidad, la confianza, la trasparencia y la relación a largo plazo con los clientes. La banca ética huye de la especulación para invertir en la economía real

promoviendo el desarrollo sostenible. Da opción a que los consumidores conscientes, que se mueven por valores como la solidaridad, la integridad, la paz, la justicia y la sostenibilidad, puedan poner su dinero allí donde se protejan y se potencien esos valores. Es la semilla de la llamada "nueva economía", que pretende ser verdaderamente útil para los seres humanos y que comienza inevitablemente con la conquista de la responsabilidad individual.

«¿Qué harás con mi dinero?» no es una pregunta más, es la gran pregunta. ¿Te has preguntado alguna vez qué está financiando tu dinero? Por desgracia, los clientes de los bancos, y lo sé tan bien como Joan Antoni Melé, porque también he trabajado en la banca convencional, nunca te preguntan qué hará el banco con su dinero, sólo cuánto les darás por él. Hasta que no cambiemos la mentalidad de los usuarios de la banca, no tendremos una banca mejor.

Podemos quejarnos, podemos pensar que las cosas son así y que el mundo nunca cambiará, o que los demás hacen lo mismo, o que una persona no puede cambiar el mundo… pero si cada uno de nosotros no asume su parte de responsabilidad, la economía tarde o temprano se colapsará debido al egoísmo colectivo.

Por suerte, cada vez es más habitual que el usuario de la banca busque no sólo rentabilidad a sus ahorros, sino también la seguridad de hacer algo digno con su dinero. Lo percibo tanto en gente que tiene poco dinero como en otra que tiene mucho. Este cambio ya se está produciendo, y tendrá dos efectos inmediatos que no harán más que acelerar la evolución del modelo de la banca convencional hacia una banca ética:

1. Emergerán los bancos éticos, pues casi sin publicitarse, con solo el hecho de estar cubriendo una demanda creciente de la población, acabarán por convertirse en el modelo de referencia, y se harán cada vez más potentes gracias al incremento de recursos y confianza.

2. Los bancos convencionales se reconvertirán. Si esas entidades decimonónicas quieren seguir operando, tendrán que cambiar radicalmente sus prácticas y dar un giro de 180 grados hacia la banca ética y demostrar a sus clientes un cambio real.

Estos dos factores harán que nuestro dinero sirva para financiar causas o empresas cuyos valores concuerden con los nuestros. Nuestros ahorros pueden hacer que este planeta gire más rápido en la dirección correcta, hacia una sociedad más justa e igualitaria donde financiar negocios perniciosos se convertirá en algo complicado.

Imagina el bien que tu dinero puede hacer globalmente.

La banca ética es la entidad financiera que, compuesta por los fondos de inversión

éticos y los microcréditos, te permitirá poner en marcha tus proyectos. También se la conoce como banca social, sostenible, alternativa o responsable. Este tipo de entidad financiera combina los beneficios sociales y medioambientales con la rentabilidad económica propia de las entidades financieras convencionales. Se diferencia de la banca tradicional por ofrecer sólo instrumentos de financiación ética, por desarrollar proyectos de naturaleza social y por la trasparencia de sus acciones. Por ejemplo, la banca ética rechaza invertir en empresas relacionadas con el trafico de armas, la explotación laboral, la energía nuclear o la destrucción del medio ambiente.

CARMEN PARRA,
especialista en economía social, *Empresas con conciencia*.

La banca ética combina beneficios sociales y medioambientales con otros económicos, demostrando que todos pueden ganar en la economía del bien común.

El máximo representante de la banca ética es Triodos Bank, una entidad holandesa implantada en toda Europa (con sucursal en España). El banco se define como una entidad que quiere contribuir a un cambio positivo y sostenible de la sociedad, mejorando la calidad de vida de las personas y preservando el medio ambiente. Para ello, tan sólo invierte en empresas e iniciativas que, además de ser económicamente rentables, aportan un valor añadido de carácter medioambiental, social y cultural. Sus valores son la independencia, la trasparencia, la actividad sostenible y la ética. Es un proyecto que nació en el año 1968, por lo que no es una entidad «nueva». Su política de financiación se basa en conceder préstamos a pequeña escala a empresas sin ánimo de lucro o que tienen como objetivo un cambio social o medioambiental, y, en general, a cualquier empresa cuya actividad contribuya a conseguir una sociedad más humana y sostenible. ¿No es emocionante?

Los negocios con corazón y los empresarios con conciencia tienen abiertas las puertas de este sistema financiero, que, no obstante, se las cierra a las empresas gobernadas desde el egoísmo. ¿Quién dijo que los valores solidarios no suponen ninguna ventaja?

No es de extrañar que la crisis económica de las primeras décadas del siglo XXI no afecte a la banca ética, sino que, bien al contrario, la beneficie; porque más y más personas huyen de la banca convencional y se refugian en la banca ética al darse cuenta de que su dinero ha estado sirviendo a causas especulativas, asumiendo un gran riesgo en productos tóxicos de ingeniería financiera que se han convertido en «armas de empobrecimiento masivas».

Melé cree necesario limitar las operaciones especulativas basadas en productos estructurados, sin ninguna relación con la economía real y que crean burbujas, quiebras personales y alientan la codicia humana. Tengamos en cuenta que más del 95% de las operaciones financieras del mundo son especulativas, en un contexto virtual y al margen de la economía real. Es decir, que detrás no hay ninguna riqueza, ni dinero real, ni valor

añadido.

Prosperidad sin crecimiento

El autor Tim Jackson, en su obra *Prosperidad sin crecimiento: Economía para un planeta finito*, propone un modelo de desarrollo económico sin crecimiento tal como lo entendemos ahora. Su editor comenta lo siguiente:

> ¿Es hora de replantearse el crecimiento económico? El debate ha comenzado. Es la polémica más importante de nuestro tiempo. Hace falta una macroeconomía ecológica sin crecimiento. Tim Jackson admite que el bienestar material es un componente esencial de la prosperidad, y que el crecimiento económico es indispensable para el bienestar de los habitantes de las naciones pobres. Pero el crecimiento continuado y las políticas que lo promueven acaban socavando la prosperidad, a la que él define como la condición que nos libra de la adversidad o de la aflicción. Esto implica: la salud, la felicidad, las buenas relaciones, las comunidades vigorosas, la confianza en el futuro, y un sentimiento de propósito en la vida. Pero, ¿cómo escapar del crecimiento sin hundir la economía y, por ende, nuestra prosperidad? En el sistema actual, es imposible; cuando el crecimiento se detiene, el sistema se colapsa. Por eso Jackson ha comenzado a desarrollar un modelo macroeconómico que permita una estabilización económica. Propone aumentar las inversiones ambientales, al mismo tiempo que se establecen firmes restricciones al consumo de recursos. Considera que la redistribución, tanto del ingreso como del empleo (mediante la reducción de las horas de trabajo) es un factor esencial en este proyecto. Como también lo es la regulación de los bancos, un aumento de los impuestos sobre el uso de los recursos naturales y sobre la contaminación. Y medidas para desalentar el consumo; por ejemplo, mayores restricciones sobre la publicidad. Una economía estable, sin crecimiento, que evite tanto el colapso financiero como el ecológico.

Búscalo en tu librería o biblioteca, te sorprenderá.

Ya debes saber que John Fitzgerald Kennedy, presidente de Estados Unidos, afirmó: «No te preguntes qué puede hacer tu país por ti; pregúntate qué puedes hacer tú por tu país». Apliquemos esa sencilla pauta de JFK a nuestra realidad. Esperar a ver qué van a hacer los políticos, los banqueros y los economistas por el mundo puede ser una perdida de tiempo. Preguntémonos mejor cómo nuestro dinero feliz puede hacer el bien al planeta y sus habitantes.

Lee esto con atención: nos hallamos en un momento en el que empezamos a entender que el crecimiento financiado por deuda y más deuda no da más de sí. Ha funcionado durante décadas, mientras nadie se planteaba los terribles efectos secundarios que ahora

toca pagar. Pero hemos traspasado la línea roja del límite del endeudamiento, y ya no nos queda ni margen para más deuda, ni posibilidades reales de pagar toda la deuda asumida. No volveremos a seguir creciendo gracias al endeudamiento. La fiesta del préstamo y la hipoteca fácil ha terminado con una gran resaca. Y países como España van directos a la suspensión de pagos de su deuda.

El endeudamiento es un «arma de depresión masiva». Un estudio europeo anuncia que endeudarse deprime y crea ansiedad, de modo que compres lo que compres endeudándote con la intención de mejorar tu vida, en realidad no te hará más infeliz. Lector, por favor, prométete a ti mismo que nunca más firmarás un préstamo.

Para Joan Antoni Melé, el crecimiento por el crecimiento no tiene ningún sentido. Nos habla de desarrollo que no es necesariamente crecimiento. Y afirma: «Abunda la obsesión por el crecimiento. En un cuerpo, si las células crecen demasiado donde no toca, a eso se le llama cáncer. Hemos de preguntarnos por qué queremos crecer. El cuerpo llega un momento en que ya no crece, sino que madura. Con la economía debería suceder lo mismo y trascender la obsesión por crecer».

Ahora conviene que leas con mucha atención estas sabias palabras:

> El crecimiento económico ilimitado es imposible, pero el crecimiento de aquello que nos hace verdaderamente humanos no tiene límites. Es hora de progresar de una sociedad basada en el afán de poseer y consumir bienes materiales a una sociedad basada en el crecimiento de valores intangibles que nos hacen propiamente humanos, como la creatividad, la solidaridad, el conocimiento, la sabiduría y la alegría de vivir y convivir.
>
> JORDI PIGEM,
> *Entendre la natura, Fonaments d'una cultura de la sostenibilitat*.

Visto lo visto, se me ocurre una manera de resumirlo con un relato para ilustrarlo. En los próximos dos minutos, aprenderás el sentido real de la riqueza.

> Hubo una vez un hombre tan rico que ya no tenía más que ganar ni conseguir. Para lograr su fortuna había trabajado mucho y muy duro durante toda su vida, para poder poseer todo lo humanamente posible: tierras, castillos, ejércitos, fábricas, mercados, etcétera. Comerciaba con todo y con todos. Durante todo este proceso no había hecho amigos, sino alianzas comerciales.
>
> Un día, se dio cuenta de que ya no sabía qué hacer. No había tratado comercial que firmar ni nuevo negocio que empezar. «Y ahora, ¿qué?», pensó angustiado.
>
> Por primera vez en la vida no tenía nada que hacer, que comprar, que vender, que negociar… Caminó a través de sus tierras de caza hasta llegar a un pequeño

valle que también le pertenecía.

Divisó una casita de madera muy humilde al lado de la orilla de un pequeño riachuelo y dirigió hacia allí sus pasos. Al lado de la casa se hallaba un corral minúsculo con una cabra dentro de él, y delante se alzaba una encina. A la sombra del árbol se hallaba un hombre sentado tranquilamente. Sus rasgos estaban relajados y bailaba en su rostro una sonrisa mientras rebanaba con un cuchillo un trozo de queso de aspecto apetitoso.

Aquellos dos hombres se quedaron mirando un momento. El hombre rico rompió el silencio y preguntó:

—¿Tú vives aquí?

—Sí, éste es mi hogar –contestó el hombre bajo la encina.

—Debes de ser muy pobre –dijo el otro, paseando la mirada a su alrededor.

—Eso depende.

—Solo depende del dinero que tengas –dijo el hombre rico con altivez, y añadió con orgullo–: yo soy el hombre más rico del mundo.

—¿Ah sí? Te apuesto lo que quieras a que yo soy más rico que tú.

—¡Ja, ja, ja! –el hombre rio con ganas–. ¡No me digas! ¿Y dónde tienes escondida tu fortuna? ¿Enterrada bajo ese árbol? Te ayudaré. Si quisieras amasar una fortuna, deberías empezar por vender el queso y la leche de la cabra para así comprar otra cabra para que se aparearan y poder tener un rebaño que aumentara poco a poco tus ingresos al vender más leche y más queso. Tendrías que trabajar muy duro durante muchos años para poder generar dinero suficiente para contratar a trabajadores y construir primero una empresa, y después varias. Y aun así, amigo mío, ni siquiera habrías empezado a acercarte a la cantidad de cosas que yo poseo.

El hombre rico calló, esperando con ansia que el otro cayera en la cuenta de que jamás, ni en un millón de vidas, podría amasar una fortuna como la que él poseía.

El hombre humilde debajo de la encina se rascó la barbilla y, tras un momento de reflexión, preguntó:

—Lo has explicado muy bien, pero, si al final consiguiera ser rico como tú, lo que me preocupa es qué haría a continuación. ¿Cuál es el objetivo de ser tan rico?

El hombre rico volvió a reír, pues no podía entender a aquel campesino ignorante, así que le espetó:

—¿Qué qué harías a continuación? ¡Pues sentarte tranquilamente a disfrutar de todo ese dinero!

El hombre pobre se le quedó mirando y le contestó:

—¿Y no es exactamente lo que estoy haciendo ahora?

El hombre rico se quedó en silencio, ya que por primera vez en su vida no supo qué contestar. El hombre humilde le hizo un gesto para que se acercara y se sentara a su lado. Cuando el otro lo hizo, le ofreció un generoso trozo de queso. Y entonces, allí sentado a la sombra, el hombre rico supo qué decir:

—Tenías razón, eres mucho más rico de lo que yo jamás podré llegar a ser.

Cada uno sabrá cómo aplicarse el cuento.

Ya estás listo para oír el gran secreto: crecer por crecer no tiene sentido si antes no se elige hacia dónde ir. Pero, además, cuando este crecimiento ciego está financiado por deuda, entonces la locura es doble.

La economía occidental ha crecido desde la década de 1950 a través del endeudamiento. Las personas y los estados se han endeudado alegremente de forma irresponsable acumulando una cifra de deuda impagable. La burbuja de deuda, tanto particular como pública, ha originado uno de los problemas financieros más graves que nunca hemos tenido y que varias generaciones tendrán que pagar. En el caso español, casi el 400% del PIB previo a la crisis, o unos 4 billones de euros. Impagable.

Estoy seguro de que eres consciente de que consumir a través de deuda es una locura. A pesar de que el crédito parezca fomentar el crecimiento, la burbuja financiera nos muestra lo contrario. El crecimiento a base de crédito es irreal y peligroso. La dependencia de la financiación ajena acaba por debilitar al tejido económico privado y empresarial.

Las instituciones financieras también habrán de alinearse en el nuevo paradigma y olvidar el objetivo de crecer por crecer de manera ilimitada. La obsesión por crecer de manera obsesiva es una pesadilla de la que el mundo despierta ahora con una crisis gigantesca. A nosotros nos conviene la recuperación de valores como el ahorro (autofinanciarse), que sustituirán al derroche (endeudamiento) para evitar caer en unas finanzas personales irresponsables.

El tiempo vale más que el dinero: bancos de tiempo

Cuando se gasta una suma de dinero se puede reponer, e incluso es posible generar una suma mayor a la gastada. El dinero puede recuperarse. Con el tiempo, eso no es posible. Una vez has vivido un instante, éste ya no vuelve, ni puedes conseguir más tiempo del que el destino te conceda vivir. Por esa única razón, el tiempo es más valioso que el dinero.

¿El tiempo es oro? No, el tiempo es mucho más valioso que el oro. Disponemos de una nueva manera de intercambio de nuestras habilidades o conocimientos, no por dinero, sino por tiempo. Y todo esto se gestiona a través de los llamados «bancos de tiempo».

Un banco de tiempo, aunque no cotice en bolsa, es más valioso que un banco de dinero. Piénsalo. Con esta nueva modalidad de banca, la divisa con la que se trabaja ya no es el euro, ni el dólar, ni el yuan… ¡Es el tiempo! Se trata de un sistema de intercambio de servicios medidos en tiempo. Tu tiempo por mi tiempo, aplicado a un talento o habilidad. Yo hago esto por ti y tú haces esto otro por mí. Así de sencillo.

Hoy se intercambian servicios por servicios, o favores por favores, sin que aparezca el dinero por ningún lado, pero eso no significa que no se intercambie valor.

Como ejemplo puede mencionarse a alguien que enseña a otra persona a cocinar ciertos platos a cambio de unas clases de yoga. También se puede incluso negociar. Es divertido, ecológico y humano. Busca a una persona o empresa que te pueda enseñar algo que siempre has querido aprender y ofrécele a cambio lo que tú sepas hacer. Se trata de un intercambio mucho más igualitario, donde se elimina el dinero; es tiempo por tiempo.

Yo lo suelo hacer con algunos de mis alumnos y nos hace felices. Pruébalo y comprobarás que es mucho más gratificante. Te hace sentir valioso por lo que sabes, no por lo que tienes. Es una dosis de autoestima.

Pero también otras iniciativas respecto al tiempo. Veámoslas. El *downshifting* propone trabajar menos y vivir más. Reducir el ritmo de vida para detenerse y estar más tiempo con la familia, los amigos… Es como recuperar la posesión de tu propia vida. De pronto, entiendes que hacer más cosas no es vivir más, sino menos. Y que sacrificas mucho tiempo para ganar más dinero y financiar un estilo de vida que en realidad no te hace más feliz, sino todo lo contrario.

Reduce lo superfluo, libera tiempo, trabaja cerca de casa, dirígete a los sitios caminando, reduce tu jornada a cuatro días laborables (o a cinco medias jornadas). Es hacer menos para vivir más.

Probablemente ya sabrás que los recursos del planeta son limitados, y como los compartimos más de 7.000 millones de seres humanos, ahora más que nunca toca aprender a vivir con menos sin que por ello falte nada necesario. El movimiento *downshifting* («simplificar») avanza en esta dirección. ¿En qué consiste? En vivir de manera significativa, disfrutando más del tiempo libre, de la compañía de otros (especialmente de los seres queridos), y no tanto de las cosas.

Los principales valores de este movimiento son:

· Ganar tiempo libre.
· Liberarse de la adicción al trabajo.
· Dejar de trabajar sólo por dinero.

En la práctica, implica un nuevo estilo de vida, una nueva mentalidad y valores. El autor Alfonso Aguiló define el *downshifting*: «La idea de consumir con más sensatez, de seguir un estilo de vida más sencillo, o en definitiva de vivir mejor con menos cosas se está popularizando en la cultura norteamericana con el nombre del *downshifting*, que se puede traducir como desaceleración o simplificación».

Una de las máximas representantes del movimiento, Vicky Robin, escribe en su blog: «Esta corriente no trata de reducir el consumo sino profundizar en nuestra relación con las cosas para descubrir nuevos modos de disfrutar de la vida. La crisis actual puede abrirnos los ojos ante la tiranía de las compras a plazos… Y centrarnos en gastar mejor. Lo primero que hemos de hacer es descubrir qué grado de satisfacción nos producen las

cosas, para distinguir una ilusión pasajera de la verdadera satisfacción».

Otra iniciativa es el movimiento Slow, que propone una vida más equilibrada, más lenta, sin prisas, sin agendas estresantes, sin querer hacer todo rápido, viviendo los momentos importantes del día (ver amanecer, ver atardecer, disfrutar del desayuno) o sintiendo la presencia de las estaciones, o residiendo cerca de la naturaleza y siguiendo su latido y sus ritmos. Se trata de vivir despacio, lentamente, sin ansiedad, sin velocidad, sin rapidez. Es una filosofía de vida que se ha trasladado al acto de comer: *slowfood*, comer despacio en respuesta al *fastfood*. O las *slowcities*, comunidades a pequeña escala donde la vida trascurre más despacio y de manera pausada, y, por ello, el tiempo pertenece a las personas. Sin olvidar el *slow work*, trabajar menos y vivir más…

El macromilagro de las microdonaciones

En este apartado quiero mencionar las microdonaciones como las que gestiona el asombroso proyecto *teaming*, liderado por mi apreciado amigo Jil Van Eyle, una de las personas más honestas, bondadosas y divertidas que conozco.

Teaming es una iniciativa para reunir microdonaciones en equipo que, de forma individual, serían inviables. Nació en el año 1998 y ayuda a otras personas mediante microdonaciones de 1 euro. Todos los que hacemos *teaming* donamos 1 euro al mes y lo destinamos a aquella causa social que elegimos entre todos. En la actualidad, unas 1.000 empresas de unos 40 países diferentes ya hacen *teaming*, y entre todas ellas recaudan 200.000 euros al mes, que son destinados a causas sociales.

¿Te imaginas lo que podemos conseguir entre todos aportando 1 euro al mes a una causa social? Yo creé mi grupo Coaching & Teaming con el objetivo de que todos los *coaches* donen un euro de cada sesión de *coaching* que hagan, algo que es muy poco para ellos, pero mucho para quien no tiene nada. ¿Te apuntas? Se trata de un gesto pequeño con un impacto grande.

En una empresa, el *teaming* consiste en que cada empleado aporte un euro de su nómina a un proyecto que se escoge entre todos los trabajadores de la empresa. La empresa lo retiene y lo trasfiere a la causa que se ha elegido. Tan sólo se trata de un euro al mes. La empresa canaliza la recaudación de todos los empleados y, si lo desea, puede añadir su aportación al esfuerzo de sus empleados, por ejemplo, doblando la cantidad, lo que incentiva a que participen más empleados.

Un euro menos en la nómina mensual no se nota, pero unidos a los cientos, o miles, del conjunto de la empresa, suman una cifra importante cada mes. Es una idea y un proyecto con una historia detrás que tocará tu corazón sin ninguna duda (véase *Teaming* y *Cómo dejé de ser un idiota*, dos magníficos libros de Jil Van Eyle).

En 1998, Jil Van Eyle (impulsor de *teaming*) asistió al nacimiento de su primera hija,

Mónica, que nació con una grave enfermedad llamada hidrocefalia. A partir de ese momento, y ante la poca información que había por aquel entonces sobre la enfermedad de su hija, Jil empezó a reunirse con fundaciones y organizaciones con el objetivo de ayudar a personas que también estuvieran viviendo su misma situación (la forma de ayudarse fue ayudando). Fue entonces cuando pensó en las microdonaciones en grupo para ayudar a diferentes proyectos y causas parecidas. La idea, por sencilla e innovadora, adquirió un gran impulso tanto a nivel nacional como internacional, y en la actualidad cuenta con el apoyo de personalidades como, por ejemplo, el exentrenador del FC Barcelona, Frank Rijkaard, y la cantante Shakira. Son personas con corazón.

Si te preguntas qué puedes hacer por un mundo mejor, lleva el *teaming* a tu empresa (para más información entra en www.teaming.info y www.teaming.net).

Lo que más me gusta de este proyecto es que no hay estructura que financiar. Es decir, *teaming* no tiene empleados, ni oficinas, sino que se ha creado para que todo el dinero (el cien por cien) vaya directo a los beneficiarios sin que se gaste ni un euro en pagar gastos de estructura u organización. Además, no tienen ni cuenta corriente, no gestionan el dinero, no tocan las donaciones… El dinero va directamente del donante a la organización que aquél elige como beneficiario. ¿Se puede pedir más trasparencia?

Y tú, ¿te apuntas al *teaming*? Habla con tus compañeros de trabajo y organizad un grupo; conseguiréis que el mundo sea más hermoso. Alguien sonreirá en el mundo por vuestro gesto. No importa quién, ni cuándo, ni dónde. Piensa en ello cuando te acuestes.

Llamada a la acción:

Realiza tus primeras microdonaciones e invita a tus compañeros de trabajo o jefes a que hagan lo mismo. Lleva el *teaming* a tu organización. Cada euro que ellos donen, en realidad tú lo estarás dando también.
Para aquellos que quieran ir más allá, les propongo que tomen su carné de identidad, algo de dinero y que visiten una oficina de cualquier entidad de banca ética para abrir una cuenta, su primer depósito consciente. El cambio del mundo no se va a producir estando de acuerdo, sino actuando.

4

Ingreso responsable

Es hora de introducir valores y coherencia en el modo de ganar dinero para alcanzar el siguiente nivel en el bienestar material. En las próximas páginas se explicará lo que necesitas saber sobre el ingreso inteligente.

Los elevados índices de desempleo son una llamada al cambio. El pleno desempleo es un toque de atención para que cada persona revise el modo que tiene de ganarse la vida. Desempeñar un trabajo ya no es suficiente. También es necesario expresar amor por esa ocupación (amar lo que uno hace ya no es algo optativo, sino imprescindible) y aportar valor aplicando talento. Creo que asistimos al final del paradigma de trabajar sólo por dinero. Bajo mi punto de vista, quienes insistan en trabajar tan sólo por dinero lo tendrán complicado en la era del conocimiento y el talento.

Lo que puedo intuir es que es el momento de buscar, o, mejor, crear, ocupaciones con las que nuestros valores estén alineados. El fin de la incoherencia entre lo que somos y lo que hacemos para ganarnos la vida.

Es tiempo de emprender y autoemplearse. Su valor principal es el servicio. Nos encaminamos hacia una economía de agentes libres, de *freelancers*, de autónomos, que son propietarios de su futuro, amos de su tiempo, trabajadores del talento… Personas que harán compatible su profesión con su vida familiar al ser dueños de sus agendas y sus horarios. Vislumbro una economía de emprendedores más autorrealizada y próspera que una de trabajadores por cuenta ajena.

Me gusta el concepto de emprender. Permíteme que te cuente una historia que refleja su importancia. En cierta ocasión, una niña pidió a su madre una tortuga como mascota. Como ya tenía un perro, un gato y un canario, su madre se negó a darle el dinero para comprarla. Al día siguiente, la niña pidió a su padre si podría vender limonada en la calle. Te preguntarás qué tiene que ver una tortuga con vender limonada. Tiene que ver todo, porque la niña, cuando entendió que no le comprarían su tortuga, pensó en cómo podría ganar dinero para comprársela ella. Ahora mismo hay muchas personas que le piden su «tortuga» a papá estado, pero me temo que tendrán que ingeniárselas con una iniciativa emprendedora para poder comprarla por sus propios medios.

He estado en el futuro y esto es lo que he visto: en la nueva economía, las personas se dedicarán a ocupaciones que honren y respeten sus valores, además de sus talentos. Se

trata de trabajar ya no en busca de dinero, sino de coherencia.

> Alineación significa alinear nuestro trabajo con nuestros valores. Veo la alineación como el modo de no volver a trabajar durante el resto de tu vida y encima que te paguen por ello. El secreto es crear una situación en la que tu trabajo sea algo que haces por diversión, algo que harías de todos modos, pero que casualmente, te pagan por hacer (y como tus jefes te caen bien, no quieres rechazar su dinero).
>
> CHADE MENG TAN,
> responsable de los programas de crecimiento
> personal de Google.

¿Qué tiene que ver Google en todo esto? Respuesta: si en Google hay un departamento de desarrollo personal, es que el futuro de los negocios será espiritual. Tal vez exagero, pero las empresas tendrán alma, corazón, y será emocionante trabajar en ellas.

¿Estás preparado para una revelación? Viajemos de nuevo al futuro. En la nueva economía, inspirada por el espíritu, el dinero no podrá ser un vehículo para hacer el mal. En consecuencia, el dinero se asociará con el bien, y todos los prejuicios que hay hoy acerca del dinero se desmoronarán uno por uno.

El dinero será feliz. ¿Por qué? Porque provendrá de ocupaciones felices (habla de esto con tu mejor amigo).

Las finanzas personales reflejarán amor, del mismo modo que antes las cuentas reflejaban temor. Y comprobarán cómo su actitud frente al dinero era la primera causa para que éste se mantuviera alejado de ellas. En mi programa intensivo «El código del dinero», los asistentes descubren que cuando las personas dejan de estar peleadas con el dinero, mejoran sus economías personales.

La economía es lo que ocurre dentro de todos nosotros, lo que sucede ahí fuera son datos agregados.

> No es correcto pensar que la situación del mundo está en manos de los gobiernos y que tan sólo con que los presidentes realicen las políticas correctas, entonces habrá prosperidad. Nuestra vida cotidiana es lo que más tiene que ver con la situación del mundo. Si podemos cambiar nuestra vida cotidiana, podremos cambiar nuestros gobiernos y podremos cambiar el mundo. Nuestros presidentes y nuestros gobiernos somos nosotros: son el reflejo de nuestro modo de vida y nuestro modo de pensar.
>
> THICH NHAT HANH,
> maestro zen.

No se trata de la economía; se trata de ti, siempre de ti. Una persona espiritual no puede pensar en una nueva forma de vivir sin antes vivir una nueva forma de pensar.

Ingresar con conciencia

Quiero resaltar la importancia de que toda organización, tenga ánimo de lucro o no, tiene que ganar dinero si quiere ser viable y subsistir. He visto demasiados negocios y profesionales que han abandonado después de afirmar que «el dinero no es importante» en su modelo de negocio. Lo ignoraron, y, en consecuencia, el dinero ignoró la organización (y se fue a otro lado, donde lo apreciaran más). Dejémoslo claro, el dinero es importante para lo que lo es y no lo es para lo que no lo es.

> ¿Pero qué pasa con las organizaciones que ofrecen servicios gratuitos a sus clientes? ¿También se rigen por modelos de negocios? ¡Sí! Una organización no lucrativa necesita dinero para realizar su trabajo y cubrir gastos. Casi todas las empresas (gobiernos incluidos) que operan en el entorno económico actual se enfrentan a una cruda realidad: cuando se acaba el dinero, se acabó el juego. Todas necesitan un modelo de negocio viable. La definición de viable es sencilla: debe entrar más dinero del que sale o, como mínimo, entrar tanto dinero como sale.
>
> ALEXANDER OSTERWALDER,
> autor de *Tu modelo de negocio*.

Advierte que, para prosperar, además de ser preciso añadir más valor a los demás, son necesarias tres actitudes:

- **La primera, la aceptación:**

  Aceptar el actual nivel de ingresos es el primer paso para poder mejorarlos. Cuando alguien rechaza la situación en la que se encuentra, le es muy difícil salir de ella porque su resistencia a *lo que es* bloquea las soluciones. Aunque parezca una contradicción, aceptar *lo que es* resulta necesario para poder pasar a algo mejor. Como, por lo general, las personas maldicen su economía, quedan adheridas a la situación. Estén donde estén financieramente, es un buen lugar para pasar a algo mejor. ¿Puedes aceptarlo sin la pésima energía de la resignación?

- **La segunda, el agradecimiento:**

  Agradecer lo que se tiene, sea poco o mucho, es el segundo ingrediente alquímico para atraer más de lo que se agradece. Con independencia de la situación financiera en que se encuentre cada uno, la gratitud es el catalizador que acelera la magia. Vivir en el centro de la pura gratitud, extendiéndola a

todas las áreas de la vida, genera un flujo de bendiciones. «Gracias» es la palabra más importante porque genera la emoción creativa más poderosa del universo. Cuando en una economía hay escasez de dinero, es porque existe escasez de gratitud, y la magia del agradecimiento se ha sustituido por la preocupación, la desesperación, la envidia o cualquier otra emoción devastadora a nivel financiero.

- **Y la tercera, paciencia y disciplina:**

  Disciplina significa ser «discípulo de una idea», lo cual no es muy difícil. Resulta fácil encontrar algo a lo que apuntarse. Basta con enamorarse de algo entre lo mucho que la vida ofrece y amarlo cada día. En eso consiste ser disciplinado. Fácil ¿no? La paciencia infinita significa esperar el tiempo necesario desde la confianza plena de ver cómo se hace realidad. Como no hay ninguna duda, es sencillo esperar. Ambas actitudes se resumen en «hacer lo que haga falta durante el tiempo que sea preciso» (es mi mantra favorito). La paciencia y la disciplina te lo dan todo.

¿Eres consciente de que trabajar tiene que ser algo más que ganarse la vida? Nos han enseñado a desempeñar ocupaciones que no nos gustan simplemente porque están pagadas. ¿Y la realización profesional?

Lo que quiero expresar es que si las personas no disfrutan trabajando, tampoco serán excelentes, y si no lo son, pierden clientes e ingresos… Una economía basada en el desinterés arruina al trabajador que trabaja desganado, a la empresa que contrata a trabajadores poco comprometidos y a la economía de la nación en la que esa empresa opera. Todos pierden con el desinterés. Trabajar sólo por dinero deja mucho que desear y empobrece a todos.

Lo que sigue son pautas para motivarnos profesionalmente.

1. **Ten muy claro lo que quieres:**

   Todo el mundo debería saber qué quiere hacer con su vida. Es fácil si se escucha al corazón, pero difícil si se piensa con la cabeza. Nada en la vida nos hará más felices que saber cuál es el deseo del corazón. Y la razón por la cual las personas no consiguen lo que quieren es porque en realidad no saben lo que desean.

2. **Escoge tu área de interés:**

   Lo malo de no elegir es que otro lo hará por ti, y acabarás haciendo cualquier cosa (y, obviamente, ganando cualquier cosa). Lo generalista no le habla al corazón; lo concreto, sí. Dentro de un sector, hay muchas especializaciones, mucho donde escoger. Por poner un ejemplo, no es lo mismo (dentro del mundo de las aseguradoras) dedicarse a asegurar vehículos que obras de arte. Aunque la compañía sea la misma, es un trabajo diferente. En los matices está la clave entre una ocupación que motive al cien por cien.

3. **Que el dinero no sea el criterio:**

El dinero infeliz no te hará nunca feliz. Quizá una superoferta puede hacerte ganar mucho dinero, pero no feliz, si tiene unos valores con los que no hay conexión. Por ejemplo, no es lo mismo trabajar en un banco convencional que en la banca ética. Por el mismo dinero, es posible hacer aparentemente el mismo trabajo, aunque es una ocupación con valores muy distintos.

4. **Mantén el amor por lo que amas:**

   No basta con haber querido algo; si no sigues queriéndolo hoy, tal vez deje de quererte a ti mañana. Permanece motivado, reinvéntate para hacer las cosas de forma diferente, actualiza tu área de conocimiento. El hecho de que sepas hacer tu trabajo muy bien hoy no garantiza que lo sepas hacer el año que viene. Puedes perder el trabajo que amas por no estar al día o por no adaptarte al cambio. O puede que aquello que te motivó un día haya dejado de hacerlo.

5. **Disfrútalo:**

   Un entrenador de fútbol daba como última recomendación a sus jugadores: «Salid y disfrutad». Sabía que si el jugador disfruta, juega mejor, está más inspirado, y hace disfrutar a los espectadores. Ése podría ser el resumen de toda esta lista. Si una persona disfruta de su ocupación, lo hará mejor, será excelente, hará disfrutar a sus clientes (o a su jefe) y éstos le recompensarán. Disfrutar del proceso es mucho más rentable que disfrutar del resultado.

De la ambición al significado

El paradigma laboral emergente pone al descubierto que muchas personas no pueden expresar su autenticidad en trabajos que no aman. El dinero ya no es el único criterio a la hora de escoger una ocupación… Cada vez más, las personas cambian ocupaciones bien remuneradas, pero poco deseadas, por otras con más sentido y significado. Sorprendentemente, comprobarán que al centrarse en desarrollar un talento y trabajar en su pasión, los ingresos y la economía mejorarán, por no hablar de su realización.

Sí, cada vez más personas con un buen trabajo y una buena nómina renuncian a su empleo convencional, incluso en tiempos de crisis, porque su «yo interior» está exhausto tras invertir tiempo y energía en algo en lo que no cree. Por extraño que parezca, muchísimas personas con formación superior, o no, abandonan empleos carentes de significado para emprender proyectos con alma o tan sólo para incorporarse a proyectos que tengan más sentido para ellos. Se trata de algo coherente, con pies y cabeza, que tampoco es pedir tanto.

Trabajos aparentemente «perfectos» son considerados «imperfectos» por las mismas personas que hace unos años suspiraron por ocuparlos y ahora renuncian a seguir desempeñándolos. Conseguir más dinero y más cosas está dejando de ser el *leiv motiv* de las personas conscientes que buscan maximizar su realización personal. Está sucediendo

ahora, en tu ciudad, en tu calle, y en masa. Seguro que conoces algún caso.

Sé lo que estás pensando: que hablo de unos *snobs* con la vida resuelta, que si pasaran hambre ni se plantearían todo eso de la misión y el propósito de vida. Pues, de hecho, lo arriesgan todo, dan un paso al vacío porque prefieren perder su vida antes que perder su alma. Lo sé muy bien porque yo soy uno de ellos. Di ese paso y pagué un precio muy alto, pero gané una vida. La mayoría que hemos abandonado un «buen empleo» nos fuimos sin nada.

Está comprobado que a partir de cierto nivel de ingresos, no se produce un crecimiento proporcional del bienestar de las personas. La cultura occidental está a punto de descubrir un secreto: el dinero infeliz perjudica seriamente la felicidad. Asistir al derrumbe de semejante autoengaño se convierte en un momento glorioso.

En la economía social, el paradigma central tiene que ver con una vida con significado, donde el consumo material no es un fin, sino un medio para el bienestar interior y el bien común. El consumo, cada vez más, estará basado en bienes intangibles y en experiencias, en conocimiento y en cultura.

En ese contexto, los emprendedores del conocimiento disfrutamos de posibilidades ilimitadas.

El premio Nobel de economía Robert William Fogel anuncia que la «desigualdad inmaterial» es tan preocupante como la «desigualdad material», es decir, que el desequilibrio entre los pobres y los ricos es un problema tan grande como el de las personas que son espirituales y las que no lo son. ¿No lo habías pensado nunca? Pues tómate un instante y verás que son dos brechas que no dejan de aumentar.

Lee estas expresiones: vida con sentido, calidad de vida, autorrealización personal y profesional, valores posmaterialistas, conciliación de trabajo y familia, espiritualidad laica… Todas ellas son aspectos de un nuevo paradigma. Un cambio masivo de creencias. El periodista Gregg Easterbrook lo resume así: «Se está produciendo una transición del deseo material al deseo de sentido a una escala sin precedentes históricos en la que están participando cientos de millones de personas y que puede acabar siendo reconocida como la principal tendencia cultural de nuestra era».

Atisbo una economía donde el ser humano se hallará en el centro de la misma (y no las cosas).

Imagina que estás participando en uno de mis programas intensivos y recibes esta revelación: conciencia y dinero van de la mano. Todo un cortocircuito mental que hará que abandones el paradigma de incompatibilidad entre ser espiritual y tener éxito. La razón es sencilla: el dinero y el éxito son subproductos del despliegue de conciencia. Según mi experiencia, ingresar dinero sin conciencia (en trabajos que no agradan) y gastar dinero sin conciencia (gastar en lo que no se necesita asumiendo deudas) sólo puede arruinar a las personas.

Deja que lo ilumine con el siguiente relato:

En un país muy lejano, se alzaba un monasterio donde los monjes vivían en armonía con su entorno y se dedicaban a cultivar sus espíritus. A las puertas de aquel monasterio apareció un hombre andrajoso, en cuyos ojos brillaba un fuego que reflejaba una vida repleta de tribulaciones y violencia.

—Estimados monjes –dijo cuando le abrieron las puertas, arrodillándose ante ellos–, he vivido una vida inútil en la que no he conseguido más que perderlo todo una y otra vez. No tengo fe en nada, no tengo estudios, ni habilidades, ni posesiones, pero os ruego que me enseñéis a encontrar el camino de la paz de espíritu, pues ya no sé qué hacer para enderezar la poca vida que me queda.

Los monjes se apartaron para hablar entre ellos. Al final, decidieron que le acogerían como sirviente, pero no le enseñarían su doctrina porque no le veían capaz de aprender las enseñanzas, pues se veía que era un hombre demasiado burdo y viejo para aprender nada.

—Lo sentimos, buen hombre –le dijo uno de los monjes–, pues no creemos que podamos enseñarte lo que aquí aprendemos, pero puedes quedarte a nuestro servicio si lo deseas. A cambio de las tareas de limpieza diaria te daremos comida y alojamiento. Es lo que podemos hacer por ti.

El hombre aceptó y pasó a formar parte de la vida cotidiana del monasterio. La mayor parte del tiempo se lo pasaba barriendo el monasterio. Lo combinaba con otras tareas, pero siempre se le podía ver de sol a sol barriendo el lugar, día tras día, mes tras mes, año tras año.

Pero un día, uno de los monjes notó algo diferente. Miró a aquel hombre y recordó aquel fuego que ardía en sus ojos, que ahora no podía ver. De hecho, se dio cuenta de que ese fuego había desaparecido mucho tiempo atrás, y ahora el hombre irradiaba una extraña paz. Se fijó y vio que en sus labios asomaba una sonrisa apacible mientras seguía barriendo incesantemente.

El monje hizo notar esto a los otros monjes, que se reunieron entorno a él y le preguntaron:

—Buen hombre, vemos que has cambiado, que tu espíritu está sosegado. Estamos convencidos de que has estado espiando nuestras clases de meditación y las has aplicado a tu persona. ¿Es eso cierto, te has aprovechado de nuestras técnicas de meditación o has leído a escondidas nuestros libros sagrados?

—Nada de eso, hermanos míos. No os he molestado en vuestras prácticas y, además, no sé leer.

Sus palabras crearon un murmullo entre los monjes, pues estaba claro que aquel hombre poseía una tranquilidad de espíritu extraña.

—Dinos, entonces, buen hombre, ¿cómo has llegado a encontrar la paz que emanas?

—Hermanos –dijo el hombre con voz pausada–, lo único que he hecho es dedicarme a barrer. Lo he hecho metódicamente, con mucha atención y con mucho cuidado. Con mucho amor. Sin dejarme ni un pequeño rincón. Pongo mis cinco sentidos en ello. Y, poco a poco, he conseguido no sólo barrer el polvo, sino también mi rencor, mi odio, la codicia, la violencia y todas aquellas cosas que

antes me carcomían el alma. No barro el suelo, sino el dolor del mundo. No barro por barrer. Tengo mi motivación, el sentido para levantarme y esforzarme cada día. Y, además, al barrer mis problemas, cada día soy más feliz. Mi vida tiene un sentido.

Vivir con sentido ilumina la vida. Cada individuo tiene su escala de valores. Ignorarlos es el pasaporte a la insatisfacción. Pero cuando alguien encuentra su propia voz, su camino, es imparable. Su vida adquiere significado.

A cierta edad, normalmente entre los 30 y los 40 años, emergen nuevos valores, y ese cambio de valores exige un cambio en el estilo de vida (y a menudo la búsqueda de un nuevo significado profesional). Y es entonces, finalmente, cuando introducimos el concepto de «significado» en la ecuación de la vida, y, por fin, las cosas empiezan a cuadrar. Esta es la premisa de la economía espiritual.

Por mi trabajo, me doy cuenta de que cada vez más personas buscan sentido y propósito en la vida. Más que una vida con resultados, en cierto momento buscan una vida satisfactoria. La espiritualidad no es un lujo, una moda o un capricho exótico, sino que es una auténtica necesidad como lo es respirar.

La espiritualidad ha demostrado que es capaz de mejorar la vida de las personas.

Wayne Dyer, autor internacional de mejora personal, ha observado que este cambio «de la ambición al sentido» tiene cuatro características, como explica en su libro *El cambio* (yo mismo escribí el prólogo a la edición en castellano). El cambio es *intenso, sorpresivo, benevolente y perdurable*. No puedo estar más de acuerdo con Dyer, a quien considero un auténtico sabio de nuestro tiempo. Si acaso añadiría que, además, el cambio es «solicitado» por nuestro «yo interno», y por esa misma razón, es concedido.

En su libro, Dyer plantea un punto de inflexión que todos debemos afrontar en algún momento de la vida: *el cambio de la ambición al sentido*, es decir, pasar del «hacer» y «tener» al «ser». Lo primero tiene que ver con los apetitos del ego, o yo falso, y su infinita glotonería; y lo segundo está relacionado con el yo real o esencial.

Cuando acabes este libro, tal vez puedas leer *El hombre en busca de sentido*, de Viktor Frankl. Para el autor, «la principal preocupación del hombre no es obtener placer ni evitar el dolor sino más bien ver algún tipo de sentido en su vida». La ausencia de sentido es más doloroso que el dolor mismo o que la ausencia de placer. El sentido, dice, es un valor inherente en el ser humano y que por sí mismo justifica cualquier sufrimiento. El autor también denunciaba: «Uno puede tener lo suficiente para vivir, pero nada por lo que hacerlo, tiene los medios pero no el sentido para vivir».

Te preguntarás qué puedes hacer tú para cambiar tu vida, la economía y el mundo, entre otras cosas. La respuesta es: todo, empezando por trabajar desde la vocación (sentido). Si en tu trabajo te guías por la vocación y la pasión, sigue así. Si trabajas por dinero, o lo que sea, en una ocupación que no te hace feliz, déjasela a otro. El mundo y su

economía serán felices cuando cada uno de nosotros lo seamos en nuestras ocupaciones.

Dinero feliz

He descubierto que el dinero no basta para obtener dinero. Hace falta algo más, es necesario ser feliz. Por eso, este libro se llama *Dinero feliz*. ¿Dinero feliz? ¡Sí! ¡Dinero feliz! El dinero sólo es capaz de atraer prosperidad cuando es feliz. El dinero es «dinero feliz» cuando proviene de actividades en las que quien las desempeña se siente feliz por lo que ofrece y quien lo recibe también se siente feliz.

¿Y tú? ¿Eres feliz con tu ocupación? ¿Tu dinero es feliz? Como escribí en mi anterior libro, *Adelanta tu jubilación* (editado por Ediciones Obelisco), el acrónimo D.I.N.E.R.O. esconde, en sus seis letras, seis claves, seis secretos para la prosperidad.

Revisemos la clave que se oculta tras la letra N (si deseas conocer las claves del resto de las letras, tendrás que leer el libro). En unos minutos conocerás un secreto para una riqueza abundante.

Pero antes hay que formular tres preguntas (hay preguntas que pueden cambiarte la vida). Escribí mi libro *Cien preguntas que cambiarán tu vida en menos de una hora* (Ediciones Obelisco) para desatar la capacidad de formular preguntas generadoras de éxito. Aquí tienes tres buenas preguntas cuyas respuestas se convertirán en una bendición para el mundo:

1. ¿Qué problema decido resolver para servir a los demás?
2. ¿Cómo puedo añadir más valor a sus vidas y dar sentido a la mía?
3. ¿Qué amo ofrecer que los demás amen recibir?

Las personas que son abundantes no lo han conseguido necesariamente trabajando más que otras, sino con una mentalidad diferente. Por eso, la prosperidad no consiste en tener un saldo en el banco, sino en desarrollar una nueva conciencia.

Ahora veamos qué significa la N de la palabra dinero: nueva conciencia. En la escuela no se nos dijo ni una palabra sobre inteligencia emocional y espiritual. Menciono esto porque para lograr éxito en cualquier faceta, es indispensable recuperar el sentido esencial de la vida. Y cualquier mejora a la que el ser humano aspire deberá plantearse desde la mejora de sí mismo, desde la conciencia, e integrar la espiritualidad como un factor básico. Lo que se trata de mostrar es que la economía de una persona no podrá mejorar si ese individuo no mejora antes. No se trata tanto de lo que *haces* o de lo que *tienes*, sino de quién *eres*. El motivador profesional Jim Rohn lo expresó con estas palabras: «Para que las cosas cambien, uno tiene que cambiar. Para que las cosas vayan mejor, uno tiene que

mejorar». Lo he convertido en mi mantra.

La inteligencia espiritual no será la excepción, sino la regla, en la era de la conciencia. Los creativos culturales, la espiritualidad laica, la nueva conciencia, incluso la autoayuda, entre otras cosas, son la manifestación de un paradigma emergente que trasformará la economía.

Trabajar con corazón y conciencia no será algo exótico, sino una necesidad (hacerlo sólo por dinero tiene caducidad; además, ni siquiera será rentable). He comprobado que cuando sólo pretendes ganar dinero es muy difícil conseguirlo. ¿Por qué? Porque el dinero es un efecto de una causa.

Gritemos juntos: «¡Basta ya de trabajar sólo por dinero!».

Puesto que vamos a trabajar hasta los 70 años (y algunos incluso más), es mejor que nos procuremos una ocupación que nos apasione, ya que, de lo contrario, viviremos una auténtica pesadilla. Debido a que muchos deberán seguir trabajando después de su jubilación legal a los 70 años, la pesadilla se convertirá en un infierno. No me imagino, ni en el peor de los sueños, una carrera laboral sumida en el desinterés y la apatía. No me cansaré de insistir en la importancia de elegir una ocupación con sentido y significado para conseguir, primero, más realización, y, segundo, dinero feliz.

Cuando uno trabaja en cualquier cosa, acaba cobrando cualquier cosa (dinero infeliz). Conciencia y dinero van de la mano (dinero feliz). Es hora de abandonar el paradigma mental que percibe que el dinero y la conciencia son incompatibles. Yo mismo me considero una persona profundamente espiritual y a la vez próspera, es parte de mi marca personal como autor.

Llamada a la acción:

Asegúrate de que tu dinero sea feliz. Si tu medio de vida no lo es, abandónalo y busca o crea uno feliz. Crearás una gran diferencia en tu economía y en el mundo. Renuncia al dinero triste hoy mismo. Eres necesario, imprescindible, para reconvertir todo el dinero triste de este mundo en dinero feliz.

5

Gasto responsable

La cultura occidental primero, y, después, la oriental por mimetismo se han apuntado a la cultura del tener. Se trata de un estilo de vida que se mide en términos de posesiones materiales, una cultura materialista que no ha proporcionado más bienestar, sino más insatisfacción y, residualmente, una gran desesperanza a la hora de ser feliz. El vacío existencial empeora con más consumo, ya que el supuesto remedio, más cosas, se convierte en un mal.

Leí algo que escribió Bertrand Rusell: «Vivir sin alguna de las cosas que deseas es condición indispensable para ser feliz». Captado. Menos de lo que no cuenta es más de lo que sí cuenta. Ahora se entiende que el gasto responsable sea consecuencia de pasar de los valores materialistas a los posmaterialistas, de la cultura del tener a la cultura de ser.

En mi caso, sé que es posible vivir con menos dinero y menos cosas porque yo mismo lo comprobé personalmente cuando abandoné mi empleo fijo en la banca. Practiqué mucho. Muchas de mis «necesidades» de entonces se convirtieron en «opciones». La ventaja es que después, cuando los ingresos aumentaron, la austeridad ya formaba parte de mi forma de ser. Me temo que en los tiempos que corren quienes están abonados al consumismo tendrán que aprenderlo tarde o temprano.

No volveremos a lo de antes, es decir, crecer vía crédito fácil. Santiago Niño Becerra, economista y profesor universitario, lo ve así:

> Bien; fíjense en lo que sucede. Lo que vemos echando la vista atrás es que el maravilloso crecimiento del que España ha disfrutado se ha debido total, absoluta y definitivamente al endeudamiento privado. España fue bien porque la deuda privada no cesaba de aumentar, y gracias a esa deuda privada más que creciente España fue bien. Más aún: cuanto más crecía la deuda privada, mejor iba España. Cuando la capacidad de endeudamiento privado se agotó, el estado pretendió tomar el relevo a través del Plan E: 2009 y 2010 hasta mayo, lo que hizo que la deuda pública comenzase a dispararse, y luego esa deuda continuó aumentando debido a avales, rescates, refinanciaciones etc., etc., y así va a continuar hasta llegar al 100% del PIB en algún momento antes de 2017, según qué previsiones se tomen.

Deja que te ayude a gastar de manera responsable, porque gastar de forma inconsciente tiene dos precios: uno, el coste en dinero de la compra; y el segundo, el coste de oportunidad (el tiempo que sacrificas y no dedicas a los amigos, a la familia, a ti mismo… por tener que trabajar para ganar el dinero gastado). Piénsalo: cuánto vale y cuánto me pierdo. Suma ambos costes.

Lo que termina por suceder es que las personas no poseen bienes, sino que sus bienes los «poseen» a ellos y les hacen cometer locuras, como trabajar en empleos que no aman para poder pagar cosas que no necesitan, al margen de otras que sí.

Quiero expresar que somos huéspedes en el planeta, no sus propietarios. No nos pertenece ni un átomo del rincón del cosmos donde habitamos. Si estás buscando la escritura de propiedad de tu piso para discutir mi anterior afirmación, olvídalo: es un título de Monopoly; tienes el derecho de uso, un usufructo. Posees un título de juguete inscrito en un registro de juguete, y cuando acabe la partida (la vida es un juego), tendrás que devolverlo.

El filósofo Epicuro resumió lo que es esencial para ser feliz. En una columna anotó los placeres *naturales y necesarios* (amigos, comida, descanso, reflexión…), en otra los *naturales pero no necesarios* (una casa espaciosa, buena comida, vestidos de lujo…), y en la última los *no naturales y no necesarios* (deseo de fama, poder, riquezas…). Lo dejo como tarea para la hora del café.

Según Keneth Boulding, un economista lúcido, «El que piensa en un crecimiento exponencial e infinito en un mundo con fronteras o es un loco o un economista». El consumo obsesivo refleja el desconocimiento de los deseos reales y esenciales. Es la vida sin significado.

Consumir por consumir se ha acabado. Fin.

Gastar con conciencia

A continuación hablaré de este importante concepto porque las empresas empiezan a entender que sus clientes ya no se conforman con comprar un producto o un servicio, sino que piden algo más a la empresa. El gasto consciente es el que realiza el «cliente socialmente responsable».

El cliente (y todos lo somos) está en evolución e identifica a las empresas que son socialmente responsables, las que se basan en la ética y los valores y que preservan el medio ambiente. Y, en consecuencia, cada compra es un voto, que se dirige allí donde hay un compromiso real con la comunidad. Éste es el perfil del nuevo cliente, aquel que gasta con conciencia, que valora la calidad, el precio y la responsabilidad social por igual. Incluso valora la relación que establece la compañía con sus empleados.

El cliente responsable sabe que cuando compra está influyendo en su futuro y en el de

sus hijos. Y es un perfil de consumidor que ya está ejerciendo su influencia en el mercado. Creo que tenemos las empresas que nos merecemos, y si ejercitamos el enorme poder que como clientes responsables tenemos, cambiaremos los comportamientos de las empresas y su ética, porque ellas no tendrán más remedio que adaptarse a nuestro perfil de clientes responsables, si es que quieren seguir operando en el mercado.

¿Sabemos gastar de forma adecuada? Muchas veces, los estados emocionales, los caprichos, los compromisos, los disgustos o la publicidad (rebajas, cambios de temporada, navidades, aniversarios, etcétera) nos impulsan a comprar lo que no necesitamos. También hay gente que compra por comprar, que simplemente no necesita demasiada ayuda.

¿Qué podemos hacer para gastar con conciencia? Seguidamente muestro mis sugerencias:

- **No convertir la compra en una terapia de insatisfacciones**

  Si alguien cree que comprar le hará sentir mejor, se engaña. Salir a gastar dinero con el objetivo de compensarse emocionalmente sólo conseguirá agravar la situación. Pasado el momento del subidón (lo quiero, lo tengo), de «quemar» su dinero o la tarjeta de crédito, se encontrará con menos dinero en el bolsillo, algún trasto más en casa, y su problema ¡seguirá estando ahí!

- **No comprar sólo porque se tenga el dinero**

  Me refiero a lo que conocemos por «dinero quemando en el bolsillo». Tener dinero disponible no significa que tengamos que gastarlo. Nos han enseñado a gastar por gastar y a hacerlo por encima de las posibilidades, comprando a crédito, algo que no lleva a nada deseable, en todo caso, a descubrir que cuando necesitemos el dinero, ya no estará ahí.

- **No comprar sólo porque sea «bonito» o porque «me gustó»**

  Es otra de las razones por las que nos arrepentimos por un gasto irreflexivo. Una cosa es aprovechar una oferta, y otra bien diferente descubrir que eso «tan bonito» que acabamos de comprar puede privarnos de cosas no tan bonitas pero más necesarias. El mundo está lleno de cosas bonitas, pero eso no significa que tengamos que llevárnoslas todas a casa.

- **No comprar nada que supere los 100 euros sin 24 horas de reflexión**

  Ésta es una norma práctica que te puede librar de la pobreza. Ahórrate un dineral en gastos por impulso. Los 100 euros simplemente es por poner una cifra, una cantidad con la que se pueden hacer muchas cosas. No se trata de pedir demasiado, sólo 24 horas de reflexión para estar seguros del gasto. Si te hace falta, seguro que mañana seguirá ahí esperándote.

- **Comprar lo que es esencial y necesario**

  Después de años y años de atracón consumista, es saludable hacer una «cura detox» de gasto. El

contexto actual de recesión mundial acompaña a ser más austeros y a comprar sólo lo que sea indispensable. Es muy sencillo seguir esta pauta, sólo basta con responder una pregunta: ¿lo necesito? (Anécdota: un sabio oriental, mientras paseaba por un centro comercial, se repetía a sí mismo: «cuántas cosas no necesito», alegrándose por ello).

- **Dejar de «ir de compras» cuando no se sabe qué hacer**

  Me resulta increíble que exista un verbo como «ir de compras». Se pueden hacer más cosas para pasar un buen rato sin necesidad de gastar un euro, o gastando lo mínimo. Pasear por un centro comercial o por una calle comercial tienta como cantos de sirenas. No te expongas a tan dura prueba, sé prudente. Es tan sencillo como salir de casa sin las tarjetas de crédito y con el mínimo dinero en los bolsillos para evitar tentaciones (cuando ya eres diestro en este arte, puedes salir con el billetero lleno sin ningún problema).

- **Cambiar el consumo de cosas por el de conocimiento y experiencias**

  Cuando tienes un hijo, te das cuenta de que los juguetes que a ti te gustan a él no, y que prefiere antes una pompa de jabón que un sofisticado juguete. El juego es una experiencia que está en la imaginación, no en el juguete. ¿Qué le hace más feliz, ese carísimo juguete que necesita 12 pilas para funcionar un par de horas con su ruido infernal, o ir al parque a jugar a la pelota bajo los árboles? Menos cosas, más experiencias o más conocimiento.

- **Llevar un registro de los gastos mensuales**

  Hay quien lo hace mentalmente y lo controla a la perfección, pero es mejor hacer una lista de los gastos previstos cada mes, distinguiendo entre los fijos, como el alquiler, el colegio, el agua, el gas, la luz, la comida, etcétera, y los extra, y añadir una cantidad para imprevistos. Llevar una hoja de cálculo ayuda a saber cuánto se gasta (muchas personas no tienen ni idea de cuánto gastan y en qué).

- **Comprar en días de promoción y rebajas**

  Ahora, más que nunca, los comercios están incentivando las compras creando días especiales o períodos de rebajas y ofertas durante todo el año. En Internet hay tiendas *on line* con ventas en promoción, *outlets*, etcétera. En muchas empresas existe la figura del jefe de compras, cuya misión es comprar mejor, porque saben que es tan importante comprar bien como vender bien. Sé tu propio «jefe de compras». El dinero ahorrado en esas ofertas es como dinero ganado que puede ser destinado a otras cosas.

- **Pasar de la mentalidad de comprar a alquilar**

  El ejemplo más claro es la vivienda. Pero se extiende a más artículos: el vehículo, el software (saas), la bicicleta, el despacho… Es la tendencia del *pay per use*. No tiene sentido comprar todo lo que se necesita, porque es más rentable y cómodo alquilarlo, es decir, pagar por el uso puntual. Sale más barato y evita tener que guardarlo y mantenerlo. Cuando se pase del paradigma de comprar al de alquilar, muchos se preguntarán cómo no lo hicieron antes.

- **Descartar los centros comerciales como lugares de ocio**

  No tengo nada en contra de ellos, pero admitamos que están diseñados para que acabemos comprando en alguno de sus locales. Ésa es su función. Los pasillos, las escaleras mecánicas y toda su estructura están pensados para «guiarnos» a consumir. La idea de pasar el día en un Mall, te convierte en un *mallrat* («rata de centro comercial»). La naturaleza es mucho más agradecida. Hay otros espacios de ocio si no es que necesitas de verdad ir de compras.

- **Negociar y regatear las compras por regla general**

  Todo es negociable. Otra cosa es que haya comercios que lo contemplen y otros que no. En el supermercado no regatearemos por el precio de unas galletas, pues tienen un precio establecido, o por un libro que es de precio fijo por ley, pero en compras más caras, los vendedores están abiertos a un margen de rebaja para facilitar la venta. Un buen vendedor de vehículos, por ejemplo, sabe ofrecer compensaciones, ya sea en forma de rebaja o de accesorios. Por regla general, en mis compras a partir de 1.000 euros, pido el mejor precio.

- **Dejar de usar las tarjetas de crédito y pagar en efectivo**

  Es una manera más de controlar los gastos. La tarjeta de crédito, con todas sus ventajas, también tiene sus peligros. El «ya lo pagaré más adelante» endeuda a las personas y, además, genera gastos de comisión. Está bien darse un lujo, pero siempre si se tiene el flujo de dinero. Pagar a crédito es muy fácil, pero como todo lo fácil, después hace la vida muy difícil. Las tarjetas de crédito son para usarlas en un imprevisto, en viajes y en compras en Internet; para el resto, usa siempre efectivo.

- **Buscar alternativas**

  Existen muchas alternativas a bajos precios (o *low cost*), gracias a las nuevas tecnologías. En Internet, han aumentado de manera espectacular las páginas de ofertas y los comparadores de precios en todos los sectores, y se han convertido en una manera cómoda de poder comprar a buenos precios. Hoy, hay más información disponible, y por ello es sencillo encontrar más opciones.

Hay un secreto a voces: gastar «más de lo necesario» sólo conduce al estrés de tener que ganar «más de lo necesario». Más gasto no implica más felicidad (aunque no poder gastar en lo necesario sí hace infelices a las personas). Anótalo en la puerta de la nevera para que no se te olvide.

Y una reflexión para cerrar este tema: existe una gran diferencia entre codicia y necesidad. El planeta nos puede sostener a todos, pero no hay economía que pueda satisfacer la avaricia y el egoísmo desatados. Y no lo digo yo, lo dijo Gandhi: «La Madre Tierra puede proporcionar lo suficiente para cubrir las necesidades de los seres vivos, pero no la codicia ilimitada de un solo hombre».

Las personas son más importantes que las cosas

Sulak Sivaraksa escribió:

> «Esto es lo que E. F. Schumacher llamó economía budista; sociedades en las que la gente se ayuda mutuamente en tiempos difíciles, en las que el poder se comparte en lugar de conquistarse, en las que la naturaleza es respetada y la sabiduría apreciada. Tuvo que ser un católico británico, E. F. Schumacher, quien nos recordara que la economía budista puede servir como ejemplo para aquellos que tienen en mayor estima a los seres humanos que al dinero. La economía budista tiene que estar basada en la sostenibilidad, no en el crecimiento ilimitado.

¿Por qué no llevan a estas personas a las facultades de economía para que den una charla?

Ahora imagínate viviendo en una sociedad basada en los valores emergentes. Te gusta, ¿verdad?

La «economía budista» es aquella que preserva el medio ambiente y respeta la naturaleza, donde las personas se ayudan unas a otras, y la economía tiene un tamaño proporcional a las necesidades reales. Su lema es: «economía en la que la gente importe».

Las personas cuentan, y mucho. Los economistas se obsesionan con el crecimiento y se olvidan de las personas.

Según Sulak Sivaraksa:

> Hoy en día, la forma dominante de codicia es el consumismo; intentamos llenar el vacío de nuestras vidas incrementando nuestro consumo. Estamos a merced de los publicistas y somos inevitablemente explotados […]. Es preciso encontrar estilos de vida que nos aporten felicidad sin causar daño a otros o al medio ambiente.

Me pregunto si tenemos asumido que la economía debe centrarse en las personas y no en el beneficio, que los recursos naturales no son «materia prima» para las fábricas, sino nuestro hábitat, y que la gente importa más allá de si es cliente o consume.

De la propiedad al alquiler

Te habrás dado cuenta de que estamos pasando de la sociedad de la propiedad a la sociedad del alquiler. Poco a poco, la proporción de propietarios de viviendas disminuirá,

y esa tendencia se trasladará a otros bienes de elevado importe como los automóviles. Tener un vehículo propio no será tan habitual, porque alquilarlo o compartirlo *(carsharing)* será la norma.

La excesiva cantidad de capitales que se destinan a rescatar a los sectores inmobiliario, financiero y automovilístico son un lastre para otros sectores más novedosos y con más futuro (y que necesitan esos recursos financieros para despegar). Si nuestras economías no avanzan es, en parte, porque los consumidores demandan financiación de esos bienes y, en consecuencia, no están disponibles para usarse en sectores emergentes.

La solución reside en desviar progresivamente el capital de los sectores financiero, inmobiliario y automovilístico a sectores tecnológicos, biomédicos y del conocimiento. Pero no sólo se precisa una redistribución del dinero, sino también del talento. Todo el talento que se concentró en los sectores que movían más dinero pasará a otros sectores con futuro. Este cambio, que llevará su tiempo, impulsará un modo de vida más sostenible, y no sólo obligará a replantearse el modo de ganar dinero, sino también la manera de gastarlo y de vivir.

El lote (hipoteca & vivienda) + (crédito & automóvil), antes tan atractivo, se percibirá como un lastre y un estilo de vida superado.

Después del crash del año 2010, habrá crecimiento, pero será diferente. El crecimiento se concentrará en el conocimiento, la creatividad y las ideas, en intangibles (no en fabricar cosas). Ya no será la propiedad, sino la experiencia, lo que moverá al consumidor.

Me pregunto una y otra vez: ¿cómo puede alguien endeudarse de por vida para adquirir una vivienda si nadie le garantiza trabajo de por vida? Y no encuentro respuesta.

En la sociedad del alquiler, la discontinuidad de empleo, la movilidad y la flexibilidad de ocupación cambiarán los hábitos de compra y los redirigirán al alquiler. Este cambio favorecerá el empleo, ya que está demostrado que las zonas donde hay más propietarios de viviendas, existe un mayor índice de desempleo. La razón es que la vivienda se convierte en un ancla, una limitación a la movilidad, y crean la necesidad de trabajar en una zona geográfica determinada (lo cual perjudica las opciones del propietario). Las personas sin esa atadura se moverán libremente, irán allí donde esté disponible el trabajo que buscan.

Por otro lado, los propietarios de viviendas no son más felices por el hecho de tener una propiedad que los que viven de alquiler. Soportan una carga de estrés muy diferente.

La crisis ha demostrado que la vivienda usada por el propietario no es una inversión, y que su valor sí puede bajar, como de hecho ha ocurrido en casi todas las propiedades de los países en recesión.

Este cambio de paradigma puede resultar chocante en nuestros días, pero creo que es sólo uno entre los muchos en el tránsito de la economía de las cosas a la economía de la felicidad.

Para Christian Felber, «El impulso consumista se ha convertido en adicción a

comprar. Cada vez más personas son incapaces de encontrar y consumir porque cada vez son más ajenas a sus deseos reales, a sus ideales». No creo que nuestra misión en la vida sea consumir y, con ello, degradar el planeta. Nuestro consumo material debería ser el adecuado para concentrarnos en el «consumo inmaterial» de conocimiento (que no degrada), que es el único que puede conducirnos a la sabiduría, y, a través de ella, a la felicidad.

Llamada a la acción:

Habla en tus círculos personales de temas como gastar con prudencia, las cosas sólo son cosas y pagar por usar, y trasmite estas ideas en tus redes sociales hasta que vuelvan a ti en forma de comentario o *tweet*, y habrás puesto tu granito de arena en el cambio colectivo.

6

Maximizar el servicio

Servir es el peaje por vivir en el planeta Tierra, y, sinceramente, me parece un trato justo. Dar y recibir. Creo que no tenemos derecho a seguir un día más aquí si no servimos de alguna manera a los demás. La evolución de la especie es un proyecto colectivo que avanza gracias a muchísima gente que ha aportado su granito de arena. La Tierra es una nave que pilotamos todos a través del cosmos.

«La ley de la causa y el efecto» establece que cuando quieras conseguir un efecto antes tendrás que preguntarte cuál es la causa que va a generarlo, y activarla. Es como un interruptor. Lo pulsas y la luz se enciende. Siempre me ha llamado la atención que las personas se centren más en los efectos que en las causas, es decir, ¡esperan efectos sin activar sus causas!

Una ley tan fácil de entender como ésta es también fácilmente ignorada. Por esa razón, las personas en raras ocasiones consiguen lo que se proponen. Un ejemplo es centrarse en conseguir dinero, pero no en las causas que lo generan (servir). Todo funciona con un principio de causa y efecto. Este mundo material es un mundo nada más que de efectos. Las causas están en una dimensión invisible, es decir, en la conciencia (justo donde a nadie se le ocurriría buscar la solución a los problemas). El ámbito visible se cuece en el ámbito no visible. ¿Entiendes por qué las cosas están como están?

A mí me funciona muy bien centrarme en las causas, y no me obsesiono con los efectos. Cuando quiero conseguir algo me pregunto qué causas crearán los efectos que busco, y después me centro en trabajar en ellas. Trabajo en las causas día sí y día también. Y después lo entrego, lo suelto, me aparto y me doy permiso para ser feliz incluso sin conseguirlo. Creo que precisamente por eso lo consigo.

Ganar dinero no es un fin, ¡es un efecto!; es la consecuencia de algo más sutil como es servir. Muchas empresas no ganan suficiente dinero porque están centradas nada más que en ganar dinero. Se olvidan de servir bien. A las personas les ocurre lo mismo. Están obsesionadas con los efectos hasta el punto de que se olvidan de activar las causas. Y no les va bien.

Lo único que necesitas entender es que el beneficio no es un fin en sí mismo. Se trata de un efecto colateral, una consecuencia natural, algo inevitable cuando se hace el bien y se hace bien. Gran parte de los empresarios aún se confunden en esto y toman la cifra de

beneficios como el fin último de sus esfuerzos. El objetivo de la economía no es maximizar el beneficio.

Entonces, ¿cuál es el fin? Servir, maximizar el servicio.

De la definición «La empresa es el conjunto de capital, administración y trabajo dedicados a satisfacer una necesidad en el mercado», deduzco que satisfacer necesidades es lo mismo que servir. ¿Has leído la palabra «dinero» en esa definición? No, porque, de momento, nadie ha hablado de dinero. (Ya llegará si se hacen bien las cosas).

El dinero siempre viene después porque es un efecto. Es una consecuencia natural de aportar valor a las personas. Muchos negocios cierran porque no generan suficiente valor a sus clientes; están «sirviéndose», pero no «sirviendo». Por eso pierden y cierran. Se centran en sí mismos, no en los problemas de los demás. Y el mercado les da la espalda. No me extraña nada que cierren, puesto que nunca deberían haber abierto.

¿En qué piensas mientras realizas una venta? ¿En lo que tú consigues o en lo que obtiene tu cliente? Dicho de otra manera, si tus clientes pudieran leer tu pensamiento, ¿crees que te comprarían? Se trata de que lo que piensas no te avergüence, sino todo lo contrario, de que lo que piensas te haga sentir orgulloso, tanto, que incluso te alegraría verlo publicado en los titulares del periódico. Tengo muchas ganas de que los pensamientos sean públicos.

Quizás hayas leído distraído el último párrafo y hayas pasado por alto su profundo significado (que sea un párrafo corto no significa que sea intrascendente). Ya te habrás dado cuenta de que me gusta aislar las ideas poderosas.

Lo que estoy diciendo es que lo que piensas en silencio influye en el mundo, que la idea de pensamiento privado es un oxímoron, que en algún momento todo será trasparente, incluido lo que pensamos.

Reflexiona sobre por qué tu servicio o producto existe. ¿En qué beneficia al mundo? Sí, al resto del mundo, no a ti. Se trata de encontrar una razón más poderosa que ganar dinero. La clave del éxito económico es contribuir a crear valor y mejorar la vida de las personas de una forma real. Me refiero a no crear necesidades surrealistas y atender a las demandas absurdas, sino a servir necesidades de verdad.

Joan Antoni Melé escribe en su obra *Dinero y conciencia:*

> Tiene que haber beneficios. El beneficio indica que lo estás haciendo bien y generas riqueza. Pero el beneficio está al final del proceso. En el centro tiene que estar el ser humano y la Tierra. Haz algo que aporte valor a la sociedad, al ser humano, a la Tierra… Al final habrá recompensa. Ése es el indicador. En la banca ética tenemos un ratio de solvencia que es superior al doble de la media.

Hablar de cifras de beneficios, de pura aritmética, no tiene sentido, si no se matiza en qué

y cómo se generó. El «haciendo qué» es la parte más importante de los beneficios.

Lo primero que has de saber es que el dinero es el final del proceso, y lo segundo, que el servicio es el principio de todo lo bueno.

Y ahora llegamos al centro del asunto: un país no crece cuando sus variables macroeconómicas lo hacen, sino cuando aumenta el bienestar de sus habitantes. Y medir ese crecimiento ya no es algo cuantitativo, sino cualitativo, de calidad de vida. Los economistas convencionales ahora se ponen nerviosos cuando el término «felicidad» pide protagonismo en la jerga económica (igual que lo hacían los físicos cuánticos cuando se vieron obligados a introducir la palabra «conciencia» en sus teorías de las micropartículas).

> Debemos estudiar la economía de la permanencia. Puede haber crecimiento hacia un objetivo limitado, pero no puede haber crecimiento ilimitado, generalizado. Como Gandhi dijo, «es más que probable que la tierra proporcione lo suficiente para satisfacer las necesidades de cada hombre, pero no la codicia de cada hombre». La permanencia es incompatible con una actitud depredadora que se regocija en el hecho de que lo que eran lujos para nuestros padres han llegado a ser necesidades para nosotros. El fomento y la expansión de las «necesidades» es la antítesis de la sabiduría.
>
> E. F. SCHUMACHER

Lo admito, era demasiado joven, y en la facultad de ciencias económicas acepté la siguiente barbaridad: el objetivo de la empresa es «maximizar el beneficio». Lamento que semejante absurdo haya habitado en mi ideario.

Ahora sé que eso es una perversidad y una falsedad. Y espero que a los nuevos estudiantes alguien les cuente la verdad. Recuerdo mi paso por la facultad de económicas como los años más aburridos de mi vida. Teorías económicas y números. Una economía de laboratorio, fría. Las facultades de economía aún trabajan con los viejos paradigmas depredadores más propios de la era de las cavernas que de la era de la conciencia. Y los contratadores en las empresas no lo hacen mejor, pues aún creen que la motivación económica es la principal para el empleado. Y los gestores siguen defendiendo que el beneficio es la única razón de existir de un negocio. Mal asunto, mal negocio.

El bienestar, objetivo de la nueva empresa

Una prueba de lo comentado anteriormente es que ya se están dando pasos para aplicar valores en la empresa y las organizaciones de una forma normalizada.

He consultado a Jordi Griera Roig, miembro del Comité de normalización de

AENOR, y experto en dirección de empresas por valores, y lo que sigue es lo que me ha contado.

La ISO 26000, creada por ISO (International Organization for Standardization, Ginebra) en colaboración con las entidades oficiales de normalización de 140 países (en España es AENOR), entró en vigor en 2010. Es una norma no certificable por terceros, que pertenece a una categoría de normas llamadas Guías ISO, que son autocertificables (aunque esto podría cambiar y pasar a ser certificadas por terceros). Va destinada a las empresas, organizaciones y gobiernos de todo el mundo que estandarizan sus valores y prácticas con «la responsabilidad social», tal como es definida en la ISO 26000. Los temas esenciales que hay que tener en cuenta son: los derechos humanos, las prácticas laborales, el medio ambiente, el compromiso con la comunidad, etcétera.

Para las organizaciones, la sostenibilidad de los negocios significa no so´lo el suministro de productos y servicios que satisfagan al cliente. La presio´n para ello proviene de los clientes, consumidores, asociaciones y el pu´blico en general. Los li´deres con visio´n reconocen que el e´xito duradero debe basarse en pra´cticas de negocio crei´bles dirigidas al bienestar común.

La ISO 26000 integra la experiencia internacional en responsabilidad social, lo que significa determinar que´ asuntos se necesitan abordar con el fin de operar de una manera socialmente responsable y qué es una buena pra´ctica en la responsabilidad social. Es una herramienta poderosa para ayudar a las organizaciones a pasar de las buenas intenciones a las buenas acciones.

Sígueme con atención, en el próximo capítulo volveremos a contar con las opiniones de Jordi Griera, un economista con valores.

Básicamente, las organizaciones han de ser responsables de su impacto en la sociedad, la economía y el medio ambiente. Algunos de los principios en los que la organización debe aplicarse son:

- Debe ser trasparente en sus actividades y decisiones que tienen impacto en la sociedad y el medio ambiente.
- Debe comportarse de manera ética.
- Debe respetar los derechos humanos.

Se trata de sólo un ejemplo de la aplicación de los valores en el *management* y en las organizaciones. Muchas otras iniciativas ya son realidad.

Otro de los objetivos de la empresa social es la «innovación social». ¿Qué significa? Se trata de las «buenas prácticas» de las empresas sociales, de puertas adentro, con sus empleados, con el fin de colaborar para que consigan su felicidad y realización. Cuando esto ocurre aumenta la productividad.

Es mucho lo que puede hacerse al respecto, y no siempre supone un coste en dinero:

flexibilización de horarios, conciliación del trabajo y la vida familiar, políticas de promoción e igualdad de oportunidades, teletrabajo, integración de personas con discapacidad, ampliación de permisos de paternidad y maternidad, las buenas prácticas en el despido y la contratación, etcétera.

No solamente la empresa social está pendiente del bienestar de sus equipos humanos, sino que también lo está el resto de la sociedad, concretándose en su interés por la huella ecológica de sus procesos productivos, el comercio justo con sus proveedores, la publicidad en medios o programas no degradantes, renunciar al uso de animales en pruebas, la reducción de la contaminación acústica, el uso racional de recursos y energía, etcétera.

Clientes, proveedores e instituciones deberían dar la espalda a empresas sin ética y con «malas prácticas» (como, por ejemplo, despedir a sus empleados con un *sms*, un email, o un burofax).

Cómo medir el bienestar

El bienestar objetivo integra el *bienestar material, físico y social*. Es fácil medirlo. Obviamente, el bienestar objetivo es un primer paso hacia la consecución del bienestar subjetivo, no tan fácil de medir, pero igual de importante. El bienestar subjetivo integra el *bienestar mental, emocional y espiritual*.

Sumando ambos bienestares, el objetivo y el subjetivo, la palabra adquiere completo sentido. Me refiero a todos estos aspectos a la vez: *físico, material, social, mental, emocional y espiritual*.

Veámoslo:

- **Bienestar físico**

  Desde el principio de los tiempos, el ser humano ha sabido que su bienestar depende de que su mente y su cuerpo estén equilibrados para poder vivir en plenitud de facultades y poder garantizar su supervivencia.

- **Bienestar material**

  Se trata de disfrutar de un mínimo de comodidades elementales. En realidad, no son tantas cosas, ni son tan costosas como pensamos. Los entornos o bien son nutritivos o bien son destructivos. Cuando te centras en crear un entorno que «te construya», puedes delegar en él y dejar de esforzarte tanto, porque tu entorno material será un apoyo y no un lastre.

- **Bienestar social**

  Todas las cosas importantes ocurren junto a personas, como el desarrollo de relaciones en el entorno

social, conocer gente diferente que pueda ampliar la zona de comodidad, cultivar el arte de la conversación, entrenarse en la actitud de la amabilidad, cultivar las relaciones para formar parte del grupo, sin dejar pasar las oportunidades de interactuar con alguien desconocido y ver adónde lleva la conversación. Las redes sociales están bien, pero también es adecuado encontrar tiempo para encontrarse con las personas.

- **Bienestar mental**

  El bienestar mental es un regalo que te concedes cuando cultivas pensamientos equilibrados. Una mente entrenada lo puede conseguir todo y está preparada para cuando tenga que enfrentarse a situaciones de estrés. Cuando se presente un problema, la mente equilibrada, preparada y entrenada, puede buscar soluciones en vez de formar parte del problema. La metáfora que ilumina este punto es el ondear de una bandera. El mástil representa la atención plena, la bandera es la mente y el viento que la ondea son las turbulencias de la vida. El asta de la bandera (el equilibrio mental) mantiene la bandera (la mente), por muy agitadas que sean las circunstancias.

- **Bienestar emocional**

  La «inteligencia emocional» es elemental para el líder de organizaciones. La ignorancia emocional no crea líderes, tan sólo dirigentes que confían en exclusiva en su cargo para resolver los problemas. Es algo así como tratar de completar un puzle con una sola pieza. La inteligencia emocional es la suma de dos inteligencias: la interpersonal (con otras personas) y la intrapersonal (con uno mismo). Y en ambos aspectos es donde fallan los deberes del falso líder empresarial. Detrás de los negocios hay siempre personas. Y a las personas que no saben tratar a las personas no les puede ir bien en los negocios, porque los negocios se hacen con personas.

- **Bienestar espiritual**

  El bienestar espiritual exige el conocimiento de la identidad real del ser y vivir desde esa identidad. Es recordar, en todo momento, que somos seres espirituales en medio de una experiencia material. Y nutrir esa parte esencial de nuestro ser. Dejémonos llevar por lo que nuestro ser esencial reclama, y que nos conduce a algo más grande e importante que nosotros.

Muchos creen que para vivir son necesarias muchas cosas. Muchos llenan sus casas de trastos y las convierten en almacenes. Muchos convierten la compra compulsiva en una terapia emocional. (Pero si elegiste este libro, no creo que formes parte de esos muchos).

La economía de ayudar a otros

Cuanto más leo el título de este apartado, más orgulloso me siento de haberlo incluido en el libro. Ahora me gustaría compartir una de las constantes que percibo en las personas de mediana edad, y es que necesitan ayudar a otras personas de una u otra manera. Quieren

ser útiles, y los entiendo. Una y otra vez, me encuentro con personas que me expresan su deseo de trabajar en algo que sea de ayuda para otras personas. Tal vez pienses: «¿Sí, pero, ¿cómo?».

He hablado con personas que quieren ejercer una influencia positiva en su mercado y en sus clientes… Me preguntan cómo adquirir influencia. Lo cierto es que es imposible no influir en la realidad. La realidad es porosa y absorbe todo de ti, y te devuelve lo que piensas, lo que sientes, lo que dices y lo que haces.

Todos somos una influencia para el mundo a cada instante. La cuestión es qué clase de influencia ejercemos. Pero a lo que no puedes renunciar es a ejercerla. Yo me quedo con «la influencia de la bondad», puesto que es la más útil. Ser bueno y afectuoso con las personas te lo da todo. En un momento de la vida ocurren cosas difíciles, y la consecuencia es hacerse más suave (me gusta esta expresión). Ser suave es ser bondadoso y amable, es sonreír con los ojos. Ahora pasa de la teoría a la práctica, y lleva esto a tu clientela.

Las empresas deberían plantearse incluir el valor de la bondad dentro de su misión social, puesto que les iría mejor.

Lector, si quieres ayudar a cambiar el mundo, extiende la bondad. Eso es todo. Y sabrás que está ocurriendo algo bueno cuando digan de ti que «eres una buena persona» (tu madre no cuenta). Lo más importante que se puede decir de alguien es que es una buena persona (el resto son detalles sin importancia). Los negocios necesitan «ser buenos», y no porque ganen dinero.

En los negocios, la buena idea es la que tiene detrás una buena causa. ¿Sabías que cuando la fuerza se encuentra con el poder interior, este último siempre gana? La razón es sencilla: la fuerza (bruta) consume mucha energía, pero el poder interior se la proporciona.

Volviendo a la influencia en los demás, conozco una regla universal que dice que, cuanto más ayudas a los demás a que consigan lo que quieren, más influyente eres en la comunidad (y también consigues lo que tú deseas). El bien inspira y crea un espacio de confianza. El bien es la mayor influencia del mundo porque conecta con la bondad inherente de cada ser humano y la reactiva.

Influye desde la bondad. Es el cambio que pide el mundo, y lo pide con rapidez. Puede que te digan que eres «buenista»; de hecho, es mucho mejor que ser materialista.

En resumen, cuando ayudas a los demás a triunfar, tu triunfo es inevitable porque has creado una influencia de doble sentido, lo que me conduce a afirmar que el «bien común» no sólo es posible, sino también imprescindible. En términos de dinero feliz, el mejor modo de hacerte rico es enriquecer a los demás.

Aquí entra en juego la responsabilidad social corporativa, que es un compromiso con la comunidad. Sé que has leído estas palabras en alguna web, una memoria anual o un comunicado de prensa de alguna empresa. Se ha abusado de este concepto con fines

meramente publicitarios. Las empresas que no entienden este concepto ni el capitalismo social creen que la cuestión se reduce a una operación de marketing. Las que sí lo entienden gestionan el negocio desde la ética, reconociendo intereses mayores a los suyos propios.

A este respecto, Michael Porter, autor y gurú empresarial, afirmó:

> Incorporar ciertos valores a la empresa no sólo representa un beneficio para ella misma, sino que también repercute en la mejora de las condiciones sociales, económicas y medioambientales de la comunidad que la rodea; igualmente, la responsabilidad social corporativa muestra a la empresa el camino para salir de la crisis.

Cuando uno escucha a estas personas, se da cuenta de lo mucho que tendrá que cambiar el mundo corporativo si quiere que le vaya bien.

Llamada a la acción:

Pon tu mano sobre tu corazón y prométete que no harás nunca nada más en lo que no creas y ames firmemente, empezando por el modo con el que te ganas la vida. Después pregúntate si tu actividad profesional es parte de la economía de ayudar a otros y contribuye a su bienestar. Piensa en cómo sirves. Si no sabes qué responder, replantéate todo.

7

El valor de los valores

Me temo que esta situación en la que vivimos no es una crisis, sino un cambio masivo de valores y de paradigmas. La gente se pregunta cuánto durará la crisis. Es sencillo: lo que cada uno decida. Hay quien ya ha salido de ella, hay quien está en ello, y hay quien no saldrá nunca. La salida de la crisis tomará el tiempo que nos lleve a nosotros cambiar de arriba abajo nuestra escala de valores.

Cuando le preguntaron por la actual crisis al activista budista Sulak Sivaraksa, éste respondió: «La crisis es un mensajero celestial». Si lo he entendido bien, interpreto que se refiere a la crisis como un instrumento para el cambio. Lo cierto es que si algo cambia profundamente a las personas son las crisis de cualquier tipo. Las situaciones extremas metabolizan grandes cambios. Por esa razón, una crisis es algo que no podemos desaprovechar. Siempre tenemos la gran oportunidad de construir algo bueno sobre las situaciones negativas.

La economía del desastre nos envía un aviso (y lo hace en forma de crisis) para despertar una conciencia de cambio. Ahora que ya comprendes que las crisis nos sirven como detonantes de un cambio, ya no las desaprovecharás. Si has llegado a esta página, te habrás dado cuenta de que creo que las cosas siempre tienen un sentido profundo y que nada ocurre si no es con un fin preciso.

Todas las crisis son una llamada al cambio, a la trasformación, son una gran oportunidad que no se puede desaprovechar. Un mal que es un bien. Quien no vea la oportunidad en sus crisis estará condenado a sufrirlas, pero quien la vea, entrará en una dimensión donde no sólo le irá mejor, sino que también conseguirá una mentalidad para la cual los problemas no serán problemas. Crisis y crisálida comparten etimología, «trasformación».

La pregunta que viene ahora es inevitable: ¿qué crees, que vivimos una crisis o una oportunidad? Sea cual sea tu respuesta esta pregunta, estás en lo cierto.

¿Por qué? Porque aquello en lo que creas es lo que se materializará. Si te centras en la queja y el victimismo, serás la próxima víctima, pero si te enfocas en la confianza, serás el siguiente en tener éxito.

Busca la parte buena de esta crisis (que la tiene), pero si después de buscar y rebuscar no encuentras ninguna ventaja, vuelve a la casilla de inicio y no tires los dados durante

tres turnos. Según José Luis Sampedro, un economista con corazón, «la crisis es el sistema de vida occidental».

La realidad es un espejo que nos devuelve lo que somos.

Cambiar el espejo no tiene sentido. Mientras estás sentado leyendo este libro, sé que estás pensando en las muchas veces en que has influido en tu realidad con tus creencias.

El actual caos económico es un reflejo de lo que hemos hecho y no debíamos, y también de lo que no hemos hecho y debimos hacer. El caos nos recuerda lo mucho que deberemos cambiar si queremos trascender el sufrimiento en todos los órdenes de la vida, incluido el económico.

Los valores reflejan aquello que es importante para una persona, organización, cultura o sociedad. La lista de valores que mencionaré es una selección muy personal, y habré omitido algunos valores importantes que no se reflejan aquí. No lo tengas en cuenta y haz tu propia lista. Los valores guían nuestras decisiones, así como cada una de nuestras acciones como seres humanos, ya sea de un modo consciente o inconsciente. Si queremos cambiar la economía, tendremos que hacer lo mismo con nuestros valores, pero en profundidad.

Para Jordi Pigem, autor y filósofo, los valores son «los carriles intangibles que guían nuestras decisiones personales y colectivas». Se trata de una metáfora muy clarificadora y que suena bien.

> Hoy intentamos llenar nuestro vacío interior con el consumo de bienes materiales. Pero este vacío nunca se acaba de llenar y mientras tanto la insostenibilidad del sistema se ha ido acentuando. Ahora nos damos cuenta de que el crecimiento material ilimitado es físicamente irrealizable, ecológicamente devastador y psicológicamente decepcionante.
>
> JORDI PIGEM

Si la definición de *locura* de Albert Einstein es «hacer la misma cosa una y otra vez y esperar resultados diferentes», creo que la «economía de la locura» carece de valores respecto al dinero, y por eso consigue una y otra vez el mismo resultado insatisfactorio. Sea lo que sea que te trajo hasta aquí, no podrá sacarte de este lugar.

Para no caer en esa locura, los valores pueden guiarnos hacia el objetivo de maximizar la felicidad y el bien común. Para conocer mejor cada valor y saber cuál pertenece al viejo paradigma y cuál al nuevo, en este apartado he dividido los valores en tres categorías: decadentes, convencionales y emergentes.

Los valores añaden valor a la economía. Veámoslo:

- **Valores decadentes**

Se trata de valores obsoletos y contraproducentes que simplemente no pueden llevarnos al siguiente nivel; lejos de conseguirlo, son un lastre. Es el nivel 0.0.

- **Valores convencionales**

  Son logros de la conciencia, el nivel 1.0, un primer paso. Son adecuados, pero insuficientes, para trascender los problemas actuales.

- **Valores emergentes**

  Son el gran reto, el nivel 2.0, el siguiente paso y lo que nos conducirá a una nueva era de conciencia, y desarrollarán la economía mundial.

Necesitamos dejar atrás los valores decadentes, recuperar los convencionales e incorporar los emergentes.

Valores decadentes

Se trata de valores obsoletos y contraproducentes que simplemente no pueden llevarnos al siguiente nivel; lejos de conseguirlo, son un lastre.

- **Competición**

  Hay quien cree que es preciso luchar para vencer, imponer las ideas propias antes de que el otro lo acabe haciendo con las suyas, ganar para no perder.

  ¿Qué hacer? Pasar de la competición a la colaboración, comprobar que los resultados mejoran sumando esfuerzos en lugar de malgastar energía en las rivalidades.

- **Superficialidad**

  Quedarse en lo obvio, sin entrar en el corazón de los asuntos. Vivir en lo aparente, al margen de lo sutil. El materialismo.

  ¿Qué hacer? Vislumbrar que lo visible se sustenta en lo invisible, comprender que las cosas importantes de este mundo no son visibles a los ojos. Hacer introspección y cultivar una vida interior. La espiritualidad.

- **Derroche**

  Gastar un dinero que no se tiene en artículos innecesarios y que consume unos recursos que el planeta no se puede permitir.

  ¿Qué hacer? La frugalidad como estilo de vida, vivir por debajo de las posibilidades, dejar de necesitar tanto como se cree para vivir con conciencia en el posmaterialismo.

- **Egoísmo**

  Es la religión que practican los egoístas en su veneración a su ídolo: el ego, el yo irreal, que es la fuente de todos los sufrimientos y conflictos del mundo.

  ¿Qué hacer? Dejar de jugar «el juego del ego», entender que éste sólo complicará y creará problemas, y al reconocer su irrealidad, disolverlo a través del conocimiento de nuestra auténtica identidad esencial.

- **Individualismo**

  La idea del ego es tratar de demostrar al mundo que a solas se puede conseguir cierto valor. En su pesadilla, el modelo colaborativo es un síntoma de debilidad o incapacidad.

  ¿Qué hacer? Apostar por los negocios colaborativos, porque de todos nuestros grandes retos, o salimos juntos o simplemente no salimos.

- **Victimismo**

  La excusa de los que buscan culpables en los demás, para no aceptar su responsabilidad y así evitar el esfuerzo de cambiar.

  ¿Qué hacer? Tomar responsabilidad al cien por cien de nuestra situación personal, incluida la económica. Las economías personales son el reflejo y el resumen de todas las decisiones anteriores.

- **Materialismo**

  Olvido sistemático de nuestra realidad esencial no material, y vincular la felicidad como el resultado de la consecución de logros de carácter material.

  ¿Qué hacer? Valorar las cosas materiales por su necesidad real, sin apego, sin aferrarse, sin caer en creencias del tipo tanto tengo, tanto valgo.

- **Lucha**

  Concepto sobrevalorado que implica pérdida, infelicidad y agotamiento. Cualquier tipo de lucha, incluida aquella por la vida o la felicidad, está condenada a perderse por la energía que consume.

  ¿Qué hacer? Ningún conflicto está justificado, ni siquiera la lucha por la paz, porque en sí misma es una negación de la paz que persigue. En vez de centrarse en lo que no quieren, a las personas les convendría enfocarse en lo que sí desean.

- **Ambición**

  Un mal que se ha considerado como un bien, justificándose con el cuento de que la ambición es el motor de la humanidad y lo que la hace avanzar.

  ¿Qué hacer? Renunciar a la codicia, que ha arruinado vidas y negocios. Aceptar que la medida de lo justo es la justa medida. Desearlo todo, pero no necesitarlo y ser perfectamente feliz aun sin

conseguirlo.

- **Cultura del miedo**

  Cáncer emocional del mundo que se usa como herramienta de control y presión por unos y otros, ignorantes de que quien lo usa también será víctima del miedo.

  ¿Qué hacer? El temor sólo tiene un antídoto, que es el amor. Cuando una persona u organización se centra en comportamientos inspirados por el amor, prospera.

Valores convencionales

Son logros de la conciencia, el nivel 1.0, un primer paso. Son adecuados, pero insuficientes, para trascender los problemas actuales.

- **Solidaridad**

  Valor de doble dirección que tiene el sentido de que dar es recibir, tal vez no de la misma persona o en el mismo momento, pero sí de alguien diferente, en otro momento y en otra situación.

  ¿Qué hacer? Vivir desde la conciencia «unitaria» y la visión de correlación absoluta que implica sentirse estrechamente unido al planeta y al otro, con la certeza de que la solución de los problemas nunca es privada.

- **Justicia**

  Valor que nace de la voluntad de establecer armonía entre las personas. Al margen de las normas que cada sociedad establece, y que están lejos de la perfección, existe un sentido interno de justicia.

  ¿Qué hacer? Apelar al sentido interno de justicia, que no se basa en normas escritas, sino en normas dictadas por el corazón y que equilibran cualquier situación.

- **Honestidad**

  Compromiso absoluto con la verdad.

  ¿Qué hacer? En un mundo de correlación absoluta donde los pensamientos privados tienen efectos públicos, el supuesto engaño es un autoengaño, y en ningún caso es posible.

- **Compromiso**

  La elección de la vía del amor en todo lo que uno elige hacer y ser.

  ¿Qué hacer? La falta de compromiso es un síntoma del miedo, que sólo se disuelve con amor. Sólo puede haber compromiso desde el amor.

- **Humildad**

Actitud sencilla sin que suponga una infravaloración, que permite la clara percepción de uno mismo y los demás. Es la grandeza de lo sencillo.

¿Qué hacer? Integrar la muerte en la vida como algo natural y sentir que somos invitados en el planeta y no sus propietarios. El hecho de recordar que la muerte es segura influirá en muchas elecciones.

- **Disciplina**

  Ser discípulo de una idea que no supone una carga o sacrificio, sino una elección amada.

  ¿Qué hacer? Escoger siempre desde el corazón para que cualquier elección aporte energía en lugar de restarla. Pagar el precio completo de lo que se desea.

- **Responsabilidad**

  Asunción completa del poder creativo de que disponemos eligiendo qué pensamos y qué actitudes adoptamos.

  ¿Qué hacer? Asumir el poder personal, renunciando al victimismo y la queja, que pertenecen a un estadio atrasado.

- **Generosidad**

  Procurar el bien a cambio de nada, simplemente por el gusto de hacer el bien.

  ¿Qué hacer? Valorar lo mucho que cada generación recibe de las anteriores, devolverlo, dedicar parte de la vida a corresponder tanto bien.

- **Tolerancia**

  Consecuencia de la comprensión y el respeto, aplicando paciencia y empatía. Es la actitud silenciosa de los sabios.

  ¿Qué hacer? Dieta de enjuiciar gratuitamente, cerrar «el juzgado de guardia» desde el que las personas se sienten con derecho para a juzgar y condenar a los demás.

- **Empatía**

  Ejercicio de ponerse en el lugar del otro. Entender (aunque no necesariamente compartir) por qué es como es.

  ¿Qué hacer? Imaginar qué sería andar en los zapatos de alguien durante tres lunas llenas… Con eso basta para entender.

Valores emergentes

Son el gran reto, el nivel 2.0, el siguiente paso y lo que nos conducirá a una nueva era de conciencia, y desarrollarán la economía mundial.

- **Interdependencia**

  El mundo global es una metáfora de hasta qué punto dependemos unos de otros. Es tanta nuestra correlación que se le llama «interexistencia».

  ¿Qué hacer? Extender este paradigma a todas las relaciones personales. Todo sabe todo, todo percibe todo, y es conocido al instante y en todo el cosmos. La separación no existe.

- **Servicio**

  El valor de orientarse a la utilidad en resolver problemas a los demás.

  ¿Qué hacer? Elegir un problema que aflija a las personas y elaborar su solución para entregársela al mundo.

- **Sostenibilidad**

  Permitirnos sólo lo que la Tierra puede permitirse. Aunque el ser humano crea que puede permitirse consumir ilimitadamente, el planeta, cuyos recursos son limitados, no puede.

  ¿Qué hacer? Como huéspedes del planeta Tierra, respetar sus necesidades. Dejar el planeta mejor de como lo encontramos al llegar.

- **Compasión**

  Valor que no ha de confundirse con la pena y tampoco con unirse al problema del otro para formar parte de él, sino vincularse al otro.

  ¿Qué hacer? Enfrentarse a los problemas con la visión y la inspiración del amor, desde donde tienen solución.

- **Cooperación**

  Valor orientado al bien común y basado en un concepto tan simple como el efecto multiplicador de la sinergia.

  ¿Qué hacer? Buscar puntos en común antes que puntos diferenciales, y, a partir de ellos, establecer colaboraciones basadas en el tú ganas-yo gano.

- **Autoconocimiento**

  Valor básico para nuestro crecimiento personal, felicidad, paz interior y prosperidad.

  ¿Qué hacer? Convertir la introspección en un hábito diario, como, por ejemplo, la meditación o técnicas de autoconocimiento similares.

- **Felicidad**

  Nuestro deber en la vida.

¿Qué hacer? Elegir la felicidad basada en el agradecimiento, sin que ser feliz dependa de conseguir nada, sino en ser feliz por todo y por nada.

- **Sabiduría**

  Conocimiento real no basado en lo que sabe la mente, sino en lo que sabe el corazón.

  ¿Qué hacer? Prestar atención a los sabios (al mismo nivel que actualmente disfrutan los héroes mediáticos de cartón piedra) para que sirvan de referentes.

- **Coherencia**

  Pensar, sentir, hacer y decir lo mismo.

  ¿Qué hacer? Alinear todos los aspectos de nuestra vida con lo que sentimos, vivir desde la verdad, sin excepciones. Vivir cada situación de la vida desde la percepción del amor y no desde el temor.

- **Resiliencia**

  Capacidad de recuperarse después de sufrir una situación difícil.

  ¿Qué hacer? Paso uno: buscar y encontrar lo bueno de lo malo (el bien que hay en todo mal). En caso de no hallarlo, paso dos: volver a buscar.

En mi entrevista a Jordi Griera Roig sobre los valores en la empresa, le pregunté qué era la «dirección por valores». Me respondió que una vez le preguntaron si espiritualidad y empresa eran compatibles. Y me aclaró que para responder a esa pregunta uno debe tener una idea clara de lo que significa cada concepto: «Espiritualidad no es ponerse místico, ni canturrear mantras, cosas todas ellas muy dignas. Espiritualidad es la libertad máxima, la libertad del corazón, de la mente y de las emociones».

Veamos ahora qué es una empresa. La podríamos definir como un conjunto de personas con una misión o propósito común. Entonces es cuando uno se pregunta si es posible tomar las decisiones correctas si somos esclavos de nuestras emociones.

Es aquí donde entra en juego la espiritualidad y su necesidad para que la empresa sea racional, eficiente y para que sea agradable trabajar en ella. Cuando en una empresa se reconoce la dimensión espiritual, las personas se sienten a gusto, trabajan sin tensiones y el objetivo común se convierte en su objetivo personal. El empresario, o el director, dejan de serlo para convertirse en líderes, (que significa «el que va delante y marca el camino»), y la gente le sigue porque se reconocen en él. Es la verdadera dirección por valores, que conduce a que se haga realidad lo que en la Fundación Ineval, que Jordi dirige, llaman «liderazgo natural por valores humanos».

Quise saber cómo aplicar los valores de forma práctica en los negocios y las empresas. Jordi me explicó que en este tema no vale la cosmética, sólo lo auténtico, y las personas perciben la diferencia al instante. Y añadió: «En consecuencia, la mera aplicación de

técnicas como la inteligencia emocional, la motivacion… puede que no sirvan para nada si no parten de una intención bondadosa y real. En primer lugar, hay que tranquilizar la mente para generar paz interior y sosiego. Y eso se consigue haciendo lo que en la India se le llama *sadhana* (prácticas espirituales como meditación, yoga, altruismo o técnicas más modernas como el Katsugen Undo del Seitai japonés). Una vez la mente está sosegada y en paz, la persona está preparada para trabajar "los cinco valores fundamentales", esa misma *paz interior,* que calma las emociones y facilita el acceso a los valores; la *verdad*, porque únicamente con ella es posible confiar los unos en los otros; la *acción correcta*, porque cada cual tiene que hacer el trabajo que le compete y de la mejor manera posible; la *no violencia*, que es el respeto a los compañeros, los clientes, los proveedores, el entorno social y ecológico, e incluso el producto de la empresa, y finalmente el primero de todos los valores, el *amor*, entendido como eliminar las barreras que nos separan de los demás.

Hablo –sigue explicado Jordi Griera– de valores personales porque la empresa es un ente jurídico, abstracto, cuyo *comportamiento* será la suma resultante del comportamiento de las personas que la componen. Hablar de "valores de la empresa" para mí no tiene ningún sentido si no se sustentan en los valores individuales de su gente».

Mi entrevistado aporta un ejemplo de su experiencia en la implementación de valores en el entorno de las empresas y las ventajas de la dirección por valores humanos. Me explica: «En Suiza, por ejemplo, un importante broker financiero comprendió que trabajaba en un sector con un cuestionable nivel de valores. Su personal, altamente cualificado en finanzas, vivía el valor del dinero por el dinero, y en consecuencia, cambiaba de empresa para ganar más. El empresario me llamó para exponerme el problema. Una semana después de aplicar nuestro método, la situación cambió; cesó la rotación de personal. Dos años más tarde, el mismo empresario me volvió a llamar porque el negocio había crecido y deseaba que las nuevas incorporaciones de personal también adoptaran los valores guía que implementó».

Concluye mi entrevistado: «Los libros sagrados más antiguos de la India, los Vedas, son fuente de inspiración espiritual para todo el planeta, y lo cierto es que, en su sociedad, las personas tienen cualidades humanas innatas, como si miles de años viviendo esos valores les hubiesen cambiado su ADN. A pesar de ello, el modelo de empresa importado de Occidente, vacío de valores (excepto maximizar el beneficio), ha sido adoptado en aquel subcontinente con resultados nefastos. Junto con la filosofía de "el dinero por el dinero", se reproducen la elevada rotación de personal, la desafección de las plantillas y la desmotivación de los mandos intermedios. Eso fue lo que me llevó a la India. Mi desafío: ¿seré capaz de comunicar valores en el país que más los ha trabajado?».

Al llegar a la India, Jordi pronunció varias conferencias en institutos de dirección de empresas y en la universidad Sathya Sai, y le contrataron como profesor visitante para su MBA. Continúa: «Puse en marcha el proyecto de educación en valores que se ha concretado en la fundación INEVAL, donde he desarrollado el sistema de liderazgo

natural por valores humanos». (*Véase* su web, www.ineval.org).

¿Cómo son y cómo funcionan las empresas éticas que aplican valores? Me contó también el caso de un fabricante indio que decidió funcionar con el paradigma según el cual los valores humanos tienen la máxima importancia tanto dentro como fuera de la empresa. A pesar de que tiene que competir con las grandes multinacionales del sector, y pese a las dificultades económicas actuales, consigue salir adelante y ha empezado a vender a Estados Unidos, Rusia y otros países. Afirma: «Otro caso sería el de un fabricante indio de aditivos para la alimentación que en 2009 me manifestó su gran preocupación porque una multinacional americana le estaba haciendo la competencia a precios imposibles para él. Le propuse que aplicara la gestión por valores. Y sus clientes le acabaron comprando a un precio un 10% superior al de la multinacional americana. Sin valores, la empresa india ya no existiría hoy».

Le pregunto qué aportan los valores a las empresas en medio de esta crisis, y me responde: «Aportan futuro. De preocuparme por la India he pasado a preocuparme por mi país. ¡Y mucho! Cuando en la década de 1990, nos juntamos unos empresarios, ingenieros y economistas para definir la economía en el nuevo siglo, llegamos a la conclusión de que era necesario un cambio de valores y llevar la ética a las empresas. Y hacer algún tipo de auditoría ética, cuyos resultados fuesen conocidos por los ciudadanos y por el gobierno, el cual podría entonces aplicar impuestos diferenciados, premiando los valores y el aporte a la comunidad. Creamos la asociación Ecoval, y convocamos en 1997 el primer premio de España a "la empresa con valores", que fue otorgado en mayo de 1998 por el presidente de la Generalitat de Catalunya. Creo que la gran crisis ha llegado por falta de ética. Ahora sí, definitivamente, la sociedad se ha dado cuenta del origen del problema. Por ejemplo, Christian Felber está difundiendo esos mismos paradigmas con su trabajo: la economía del bien común».

Me despido de Jordi Griera con una palabra resonando en mi mente: valores. Resumo su aportación en una frase, *el valor de tener buenos valores*, que, traducido en términos económicos, significa: cuando una organización o una persona elige valores elevados, también genera un valor elevado para su negocio y su comunidad.

Cambio de valores, cambio de paradigma, cambio económico.

Mientras escribo estas líneas escucho a Mozart, y observo el horizonte azul del mar unido al cielo trasparente. Sobrepasado por la belleza de esta mañana, me pregunto qué valores he de apoyar para contribuir a la felicidad del mundo. Sé que honro mis dos valores prioritarios, la libertad y el conocimiento, pero también sé que puedo ir un poco más allá. Todos podemos ir más allá.

Más valores, más valor.

Llamada a la acción:

Haz una lista de tus valores prioritarios, y junto a ellos escribe un porcentaje que mida tu nivel de coherencia con cada uno. ¿Son valores de adorno o están presentes en tu día a día? Después, visita cualquiera de mis webs y, desde la pestaña «contacto», envíame un correo electrónico donde menciones por qué valores vas a vivir.

8

Liderazgo desde el corazón

¿Qué es ser un líder?, y ¿qué significa liderar? El diccionario de la RAE dice que liderar es: 'Dirigir o estar a la cabeza de un grupo, un partido político, una competición, etcétera'. ¿Seguro? ¿Sólo eso? Qué fácil, ¿no? ¿Basta eso para ser líder? Me temo que no.

¿Es el liderazgo una función que se reserva para unas pocas personas? De ninguna manera. El liderazgo no es exclusivo de ejecutivos, empresarios o políticos. Se trata de una cualidad inherente al ser humano.

Todos tenemos un líder interior que potencialmente desea conducir el cambio. Y podemos ser líderes, a diferentes niveles, y en distintos ámbitos: de nuestra propia vida, de nuestros hijos, de nuestro negocio, de nuestra comunidad, de una opinión o una causa, etcétera. Liderar es una responsabilidad muy amplía, no es necesario que seas un directivo o un político.

> Todos tenemos un líder interior que está deseando que lo liberen. Todos poseemos una capacidad natural para ser líderes que no tiene nada que ver con un alto cargo, ni con la edad, ni dónde vivimos. Todos tenemos este potencial de liderazgo. Lo único que necesitamos es ser conscientes de esto y reconocerlo. Si la gente de todas las organizaciones, de las empresas, de los gobiernos, de las comunidades de las escuelas abrazara este concepto, el mundo entero se trasformaría. Y una vez se despierta el líder interior, se ha de poner en práctica cada día, porque cuanto más se utiliza este poder, más se conoce.
>
> ROBIN SHARMA,
> autor de *El líder que no tenía cargo*.

No quiero dedicar espacio en este libro al falso lideraje o «lideraje tóxico», sino que me limitaré a expresar que el contralíder tiene un estilo de dirección controlado por su ego desmedido. No negocia, sino que especula; no inspira, sino que atemoriza; y no crea valor, sino que destruye la organización en la que presta sus servicios para beneficiarse personalmente. Podemos ponerle cara y nombre a esta figura porque todos hemos conocido a un falso líder y hemos vivido la pesadilla de su influencia negativa en el grupo.

Las actitudes frecuentes del líder inconsciente o el contralider son:

- Estar a la defensiva.
- Reaccionar.
- Poner excusas.
- Justificarse.
- Ignorar el problema.
- Ser parte del problema.
- Negar sus responsabilidades.
- Buscar culpables.
- Autoengañarse y mentir.

En fin, una lista de comportamientos que tienen los días contados en la economía espiritual.

Liderar no es mandar, dirigir, dar instrucciones, excusarse, servirse, culpar, autojustificarse, pedir obediencia, manipular, explotar, engañar o aprovecharse… En definitiva, no es el viejo ordeno y mando.

Liderar es inspirar, servir, mover, ayudar, liberar posibilidades, cocrear nuevas realidades, nutrir, guiar, dar testimonio y ejemplo, facilitar el cambio… En definitiva, liberar las posibilidades del ser humano.

El líder real ha de promover el cambio desde la emoción. No puede ser de otro modo. Emoción y liderazgo van de la mano. Quizá no hayas entendido el sentido de la última frase. Lo que se quiere decir es que la emoción es la base del liderazgo, y no el conocimiento o la autoridad.

Un líder debe ser capaz de contagiar entusiasmo a su alrededor. Por esa razón, el líder debe desarrollar su *inteligencia emocional* como prioridad, aunque ya se explicará al final del capítulo que esto tampoco será suficiente. Se trata de gestionar emociones, no de viejos trucos que se han aprendido en un seminario sobre liderazgo.

El liderazgo desde el corazón desata el compromiso en los equipos. Las empresas con personas comprometidas consiguen más facturación y más beneficios. Porque las personas implicadas desarrollan su trabajo un 20% mejor y el abandono de la empresa en la que trabajan se reduce un 87%. Además, son un 43% más productivas, algo que no me sorprende. Las personas respetan la presencia del líder, no su autoridad.

El liderazgo desde el corazón tiene lugar cuando el líder se lidera a sí mismo. Ser líder de sí mismo es la condición previa para ser líder de otros. Y entonces, deja de buscar las circunstancias propicias y empieza a crearlas (no cambiándolas, sino cambiándose a sí mismo). ¡Cambiándose a sí mismo! Es el «liderazgo generativo o creativo» que crea nuevas realidades, genera «milagros predecibles» y «sincronicidades» desde un estado de conciencia expandido.

En resumen:

- Si estás inspirado, puedes inspirar.
- Si estás motivado, puedes motivar.
- Si estás convencido, puedes convencer.
- Si estás comprometido, puedes comprometer.

Pero nunca podrás obtener aquello que no ofreces, ni dar lo que no tienes.

Liderazgo coherente

¿Por qué hay una abrumadora escasez de líderes coherentes? En el momento de escribir estas líneas, examino el panorama político mundial y no encuentro a un solo líder con la suficiente talla. Los últimos se retiraron. Estoy pensando en Nelson Mandela y el Dalai Lama. Lo que tenemos son dirigentes de mayor o menor talla, nada más. Tengo la sensación de que todos echamos de menos a una figura, o muchas, con el suficiente poder interior para liderar países y organizaciones.

Los problemas de los líderes incoherentes provienen de:

- **Falta de autoconocimiento del yo esencial o yo espiritual**

  Los líderes incoherentes son incapaces de discriminar lo esencial de lo no esencial. Y en las organizaciones empresariales, encontramos lo mismo. Deepak Chopra, autor y experto en medicina mente-cuerpo, lo explica así: «Los grandes líderes son aquellos que responden a sus necesidades y a las de los otros desde los niveles más altos del espíritu con visión, creatividad y un sentido de la unidad con las personas a las cuales lidera. Tú puedes ser este tipo de líder, y el único camino es escuchar a tu guía interior». Ya lo sabes.

- **Falta de conocimiento de la realidad esencial y sus leyes**

  El universo entero es flujo, creatividad, abundancia… conceptos que no encajan en la mentalidad estrecha, competitiva, separada y carente de inspiración interna de los líderes incoherentes gobernados por su ego. A la larga, no les va bien porque ellos mismos no están alineados con las leyes naturales del universo. Vivimos en un mundo material, observable y no esencial que carece de causas. En él, todo son efectos, y adivina de dónde proceden: del mundo esencial, no material y no visible.

- **Falta de poder interior (y exceso de fuerza)**

  El líder incoherente confía en la fuerza bruta antes que en el poder interior. Ignora que cuando el poder se encuentra con la fuerza, ésta última siempre pierde. Las razones: el poder nutre, pero la fuerza agota; el poder no necesita defensa, pero la fuerza ha de justificarse; el poder no se opone a

> nada, pero la fuerza lucha; el poder interior atrae seguidores, pero la fuerza los manipula… Lo que hace que los líderes sean capaces de influir en los demás no es su cargo o su fuerza, sino su poder interior. Ésa es la auténtica autoridad, y es una autoridad que le conceden las personas. Dice Deepak Chopra que cuando cambiamos internamente para acceder a la ilimitada sabiduría del alma, nos convertimos en líderes sin necesidad de buscar seguidores.

El liderazgo coherente es otra cosa. La coherencia es la clave del liderazgo desde el alma: si hay divergencia entre lo que *es* y lo que *hace*, no hay alineación; se produce un ruido que todos perciben y pronto dejan de escuchar. Las palabras del líder coherente reflejan su conducta, es lo que expresa.

El líder coherente es el cambio que quiere crear en el mundo. No dice, no hace, no piensa nada que él mismo no sea. No teoriza sobre lo que tendría que ser, pues él ya es ese ideal. Su ejemplo y testimonio convencen porque vive desde la coherencia entre lo que dice, lo que hace y lo que piensa. Es el cambio que quiere extender al mundo.

El líder coherente busca el cambio de conciencia, e, indirectamente, el cambio de las circunstancias (ya que éstas son el subproducto del nivel de conciencia). En realidad, no se centra en crear resultados, sino estados de conciencia que los materializan. Recuerda que vives en un mundo carente de causas, en él todo son efectos. Las causas son los estados de conciencia.

El lider coherente sabe que el mundo es de plastilina, maleable. Asume que es responsable de su realidad, que no se siente víctima de las circunstancias. Sabe que su experiencia es un subproducto de lo que él es. Y está comprometido a mejorarse para mejorar su experiencia.

Sí, el mundo es de plastilina, maleable, y todos somos creadores de lo que experimentamos en nuestra realidad, nos guste o no. Alguien debería enseñárnoslo a los cinco años de edad (o antes).

En el liderazgo coherente, el autoconocimiento, es capital para liderar a las personas. No basta con un máster, o un cursillo de los que se imparten sobre el tema, ni con leer un par de libros convencionales sobre liderazgo. Como bien dice mi amigo Xavier Guix, reconocido escritor, «tanto creces, tanto lideras».

El líder coherente está alineado con una visión. Pero no se limita a tener una visión, sino que él mismo forma parte de ella. Se ha cambiado a sí mismo y quiere compartirlo con el mundo. Tolstói afirmó: «Todos quieren cambiar el mundo pero nadie quiere cambiarse a sí mismo». Cierto, muchos buscan mejorar el mundo pero no mejorarse a sí mismos; resulta demasiado incómodo y perturbador.

En pocas palabras, no necesitamos un cambio de circunstancias, sino un cambio de conciencia (pásalo en Facebook).

Valores de los líderes desde el alma

El valor más importante en el liderazgo es servir. Todos estamos llamados a servir de alguna manera a los demás. (No servirse a sí mismo o a los propios intereses). No me refiero exclusivamente a servir al cargo, ni a la empresa en la que se trabaja; no es servir al partido político al que se vota, ni al ideario del partido político en el que se milita… Liderar desde el alma es mucho más, es servir a los demás por encima de las estructuras, las ideas o idearios (las cuales son irrelevantes frente a la divinidad de un ser humano).

Profundicemos un poco más. Veamos los cinco valores avanzados del líder desde el alma:

1. **Servicio**

   Su única opción de estar en el mundo es desde el servicio a su comunidad. Servir mejor y a más personas.

   Se centra en provocar cambios en las personas y en el mundo. Es un acelerador del proceso de cambio que las personas esperan.

2. **Autoconocimiento**

   Practica la introspección y conoce su realidad espiritual expresada en medio de una experiencia material. Reconoce en los demás la misma identidad, y a ella se dirige con respeto. Al conocerse a sí mismo, entiende que el mundo material es un subproducto del mundo inmaterial, siendo este último la realidad esencial.

3. **Responsabilidad**

   Sabe que la realidad es una cocreación colectiva, y no se siente víctima de las circunstancias, sino responsable de ellas. No ve culpa, ve responsabilidad. Asume la responsabilidad completa, que se traduce en asumir no solamente lo que piensa, dice y hace, sino también lo que piensa, dice y hace el resto de personas que está en su realidad y forma parte del grupo que lidera.

4. **Interdependencia**

   Vive en un mundo de correlación absoluta, de todo con todo, y de todos con todos. Sabe que un pensamiento suyo afecta al cosmos entero porque no cree en la separación, por lo que todo afecta a todo. Percibe el mundo libre de paradigmas supersticiosos como el espacio, el tiempo, la separación, las casualidades o la suerte… La interdependencia es el patrón en las relaciones que establece.

5. **Coherencia**

   No existe ninguna diferencia entre su vida pública y privada. No pretende ser alguien distinto de quien es, pues se guía por la autenticidad. Sus actitudes y comportamientos reflejan sus palabras. No existe ninguna diferencia entre lo que piensa, siente, dice y hace. Inspira, desde el ejemplo propio y el

testimonio personal; él es el cambio que quiere provocar en el resto del mundo.

El líder desde el alma cuida de su gente. No digo que sea proteccionista. No digo que sea paternalista. No digo que sea una ONG.

Por ejemplo, cuando en una empresa llega el momento de tomar decisiones difíciles. Hay empresas que se preocupan de la gente que despiden y la avisan con tiempo, se lo comunican de un modo personal, estudian caso por caso y facilitan los medios y el tiempo para que se pueda recolocar en otras empresas. Se preocupan por la gente que se preocupó por la empresa.

Por desgracia, también hay empresas que se desentienden de sus empleados cuando la situación se complica y los dejan tirados de un día para otro, los despiden con un sms o un correo electrónico, les niegan cualquier ayuda y los abandonan a su suerte sin ningún tipo de humanidad. Estas últimas empresas son una vergüenza y no tienen derecho a un futuro viable en la nueva economía.

El alma del liderazgo

Un líder es obvio que debe desarrollar su *inteligencia emocional*, pero no lo es tanto que, además, también necesite *inteligencia espiritual*. Deberíamos trascender los superados modelos de lideraje que se han enseñado en las escuelas de negocios y las universidades. No son malos modelos, pero sí son insuficientes porque ignoran un factor imprescindible en la ecuación del éxito: la espiritualidad. ¿Por qué incluir el alma en la economía? Porque el ser humano ya no puede vivir de espaldas a plantear soluciones espirituales a sus problemas económicos.

Las palabras de Deepak Chopra, autor del libro *The Soul of Leadership*, presentan este concepto de manera brillante. Chopra propone un modelo de lideraje consciente o desde el alma. (Sus enseñanzas se deberían impartir en los planes de estudios de las escuelas de negocios). Sigue leyendo y descubrirás los diez principios del liderazgo desde el alma.

Pero antes, hay que aclarar que el supuesto básico para esta clase de liderazgo es la necesidad de dotar de sentido y significado nuestra vida. Esa necesidad, que inspira a los líderes conscientes a llevar a cabo su visión, surge del espíritu. El líder opera desde el nivel del espíritu o alma para crear un cambio interior y exterior.

¿Estás listo? Seguidamente los diez principios del liderazgo desde el alma apuntados por el autor:

1. Los líderes y sus seguidores se cocrean mutuamente. Los seguidores expresan una necesidad y el líder la atiende. Ambos se crean y desarrollan juntos.
2. Al igual que las personas crecen desde el interior hacia el exterior, los grupos también lo hacen.

3. Las cualidades interiores determinan los resultados externos. Como es dentro, es fuera.
4. Las respuestas que obtienen los líderes y sus seguidores provienen del espíritu, porque éste siempre sabe producir el mejor resultado en cada situación.
5. Los retos están diseñados para la evolución, y el líder reconoce esta razón en cualquier necesidad y problema.
6. Frente a cada reto, el líder sabe qué rol necesita para su persona: protector, motivador, entrenador, innovador, trasformador, sabio, mentor…
7. El líder exitoso conoce la prioridad de las necesidades y las respuestas a ellas.
8. El líder conoce bien la experiencia humana y es capaz de inspirar en cualquier nivel de la pirámide de necesidades, desde las más materiales a las más espirituales.
9. Liderar desde el espíritu significa entrar en contacto con las personas y sus necesidades, olvidándose de uno mismo.
10. El liderazgo desde el espíritu se halla cómodo en la incertidumbre sin preocuparse por la complejidad de las situaciones. Sabe que el espíritu crea orden, saltos creativos, respuestas inesperadas y sincronicidades.

Éstos son los diez principios del liderazgo desde el alma, definidos por Chopra, a los que podrían adherirse los empresarios y políticos de la vieja escuela para protagonizar el papel de auténticos líderes que la ciudadanía reclama en la nueva era.

Haz una pausa, respira hondo, y pregúntate a ti mismo cómo será tu vida cuando apliques estas diez pautas.

Llamada a la acción:

Es tu turno. Propongo que lideres tu propia vida. Que seas el líder de tu *visión*, tu *misión*, tu *compromiso de acción* (escribe estos tres pilares de vida en un papel y pégalo en tu nevera). No necesitas un cargo, ni siquiera una «tribu» que liderar. Tienes tu vida, y no se me ocurre nada mejor para empezar a liderar un gran cambio en el mundo que empezar en uno mismo.

9

Cooperación iluminada

Después de leer este capítulo, entrarás a formar parte del paradigma colaborativo para hacer más con menos. Y entenderás por qué la competición nos ha llevado a la economía del desastre.

Reconozcámoslo: estamos adiestrados para competir. La competición con otros es una obsesión del ser humano: «o tú o yo». Es una versión de la «ley de la selva» (o del más fuerte) que permanece en nuestro ADN grabada a fuego.

En los periódicos veo conflictos de empresa contra empresa, país contra país, religión contra religión, partido político contra partido político, deportista contra deportista… Siempre personas contra personas. Es la misma triste historia en la que todos pierden.

Sé que parecerá muy provocador, pero en última instancia sólo deberían existir organizaciones que hicieran el bien para ganarse la vida con ello.

¿Adivinas en qué se sustenta la competición?: exacto, en el miedo. Pero en la era de la conciencia no sobrevivirá el más fuerte, sino el que se adapte mejor. Y algo más: saldrá adelante quien aplique soluciones espirituales a sus problemas materiales (incluidos los económicos).

Es tanta la dependencia, que las organizaciones ya no pueden competir entre sí sin dañarse a sí mismas. Y cuando un negocio percibe a otro desde la «no igualdad», está enfermo, es víctima del «virus de la competencia». A los agentes económicos les propongo que se mantengan al margen de esta idea-virus.

Mientras las empresas sigan creyendo en la irrealidad de la competencia, estarán eligiendo el conflicto, y, por tanto, la pérdida. Quien crea que un mal (la competencia) es un bien, no podrá librarse de que le afecte de manera negativa. ¿Por qué? Porque es imposible librarse de las consecuencias de las creencias que elegimos.

Veamos los tres puntos que han ensombrecido el pensamiento económico y que podemos iluminar desde la colaboración:

1. **Beneficio a cualquier precio**

   El miedo conduce a las personas a creer que tienen que ganar para no perder. Por el contrario, la ausencia de éste enseña que nunca hay nada que perder, y desde esa ligereza, las organizaciones hacen cosas más atrevidas y fluyen con inspiración. ¿Qué empresa mínimamente compasiva puede creer que el fin lo justifica todo?

2. **Luchar para vencer**

   La lucha es el efecto inevitable de la creencia en el conflicto. Parece justificada porque el conflicto parece real. Para la nueva conciencia, un conflicto es una fantasía, una falsa percepción. La economía espiritual no está en conflicto en absoluto, razón por la cual no cree en la lucha. Cuando una empresa lucha en su mercado, aun ganando, es seguro que sufrirá una pérdida, pues paga el precio por luchar. Cuando lucha, pierde su punto de equilibrio interno y su energía, así como recursos.

3. **Mejorar la propia posición a costa de la de los demás**

   Ésta es una de las ideas básicas de la competencia en los mercados: o se está por encima o se está por debajo de la competencia. Son todas ideas del viejo paradigma competitivo, construidas bajo la creencia en la pérdida (que es una ilusión de la percepción basada en la separación y la ignorancia de las leyes naturales que hacen girar el mundo). Pero para que alguien gane no es necesario que alguien pierda.

¿Hemos pervertido el significado real de la palabra competición? Yo creo que sí, y en la nueva economía toca redefinir los significados de los términos económicos. El efecto directo de esta revisión de significados cambiará nuestra percepción, y, por ello, el comportamiento y los resultados.

El término «competición» procede del latín *competitio* y su significado es 'elegir correr en la *misma* carrera' o 'buscar *juntos*'. ¿No parece maravilloso? Para mí, las dos interpretaciones tienen más connotaciones de colaboración que de competición. De manera parecida, la palabra «riesgo» significa 'oportunidad de ganar' y 'posibilidad de perder'. Riesgo, ¡también es ganar!

Una visión colaborativa es sinérgica, sin expectativas de competición. Por ejemplo, en un maratón, veo personas que avanzan en una misma dirección, compartiendo una misma afición e idénticos valores (como son el esfuerzo, la perseverancia, la autosuperación). En ningún momento percibo a esas personas empujándose, dándose codazos o poniéndose la zancadilla. Las veo ayudándose a sacar cada una lo mejor de sí mismas, algo que no sería tan sencillo a solas. Creo que el hecho de estar corriendo juntos es un motivo de superación para todos, con independencia de quién sea el que pasa por la meta en primera o en última posición. Gane quien gane, todos salen ganado porque se ganan a sí mismos.

¡Piénsalo! La mayor conquista, y la única posible, es la de uno mismo. No se trata de si alguien es mejor o peor que tú, sino cuánto mejor eres tú respecto al que fuiste ayer. En cierto sentido, tu competencia eres tú, ellos sólo van a motivarte para que te superes. ¡Gracias, benditos sean!

La alternativa a la competición

Si lo pensamos, veremos que hay otras palabras (que también empiezan por «co-») con las que podemos reemplazar la competición: cooperación, colaboración, comprensión, cordialidad, conexión, compasión… No es difícil encontrar alternativas.

Creo que ya han terminado los días en que los negocios se hacían peleando.

Cada competidor «engrandece» al otro al permitirle aprender, superar y mejorarse a sí mismo. La competencia en los negocios no es el enemigo, sino todo lo contrario; es el amigo que te ayudará a sacar lo mejor de ti. Es un espejo para descubrir los puntos débiles y fuertes.

Los demás nos hacen mejores y nosotros hacemos mejores a los demás. Si podemos entender esta idea, podremos aceptar la colaboración.

En mi profesión, sé que comparto el mercado con otros expertos en mi mismo tema, tan buenos o mejores que yo. Mi aspiración no es compararme con ninguno de ellos, sino conmigo mismo. Creo que la perspectiva de «ser hoy mejor que quien fui ayer» es muy ecológica, ya que no me induce a competir, sino a superarme. Verlo así me sienta bien, me relaja, me hace feliz, y, sobre todo, me permite establecer lazos de mutuo apoyo con otros colegas de mi sector.

Las industrias desconectadas e individualistas están condenadas a reinventar la rueda por su falta de conexión. Resulta desalentador cómo, debido al miedo a ser copiado, las empresas gastan recursos en investigar los mismos productos y servicios cuando podrían colaborar y compartir los resultados de sus trabajos en común.

En algunas industrias como la de los expertos, de la que formo parte, he comprobado cómo cada vez más estamos abiertos a colaboraciones o *joint ventures* que multiplican los resultados. Las alianzas nos permiten avanzar a más velocidad y ahorrar tiempo. Cada empresa debería preguntarse con qué empresas debería establecer alianzas.

Los negocios pueden adquirir nuevas formas:

1. **Aliarse para metas comunes**

   No tiene sentido que, en diferentes partes del mundo, distintos equipos compitan por ser los primeros en resolver un mismo problema. Es un derroche de recursos y energías inaceptable. Cuando las metas son las mismas, la colaboración es inexcusable para el bien común.

2. **Disolver los egos que viven del conflicto y la lucha**

   Los negocios y los líderes que no están guiados por el miedo no compiten porque en su ideario no cabe semejante idea. Esta percepción los conduce a un estado de flujo en el que la colaboración es natural. Esta clase de organizaciones comparten con el mercado lo que son y éste lo agradece premiándoles con su fidelidad.

3. **Asumir que el individualismo no sirve**

   El mundo de los negocios sin conciencia genera comportamientos basados en el miedo (ataque y defensa). Es muy difícil crear algo bueno e interesante mientras se lucha. Los negocios de la vieja usanza temen la colaboración porque, en su confusión, creen que podrían perder su identidad, su individualidad, y, de este modo, sus intereses. Tarde o temprano, tendrán que reconocer que solos no conseguirán nada de la mayor importancia. Y aceptarán que todas las cosas importantes en la vida ocurren a partir de la interrelación con otros.

Si quieres entender lo unidos que estamos (tanto, que la palabra «unidos» no tiene sentido), descúbrelo en este cuento zen:

—Maestro –dijo el discípulo–, ¿de dónde obtienes tu fuerza espiritual?
—De estar conectado al Todo –dijo el maestro.
—¿Estás conectado a la fuente de Todo?
—No estoy conectado, yo soy el Todo. La conexión es completa.
—Pero, ¿no es arrogancia afirmar que eres el Todo?
—Nada de eso, lo arrogante es creer lo contrario. Todos estamos conectados, todos somos Uno, todos somos el Todo. Si te crees alguien diferente, separado, al margen del Todo, eres un arrogante engreído.
¿Lo has captado? Apuesto a que sí.

De la dependencia a la interdependecia

Cuando alguien pierde, tú pierdes, y cuando alguien gana, tú ganas. En unos minutos empezarás a sentir la verdad de estas palabras. Celebrar el éxito ajeno es abonar el propio, eso está claro. Por ejemplo, cuando un competidor tenga éxito, celébralo y felicítale por su logro. Lo que estarás haciendo es plantar la semilla del siguiente gran logro en tu sector: ¡el tuyo! Pero si lo envidias, te lo niegas a ti mismo. Y si lo admiras, te lo concedes. Celebra el trabajo bien hecho, lo haga quien lo haga; felicítale y así le animarás a superarse aún más, y entonces pasarán dos cosas: una, ganarás su estima; y dos, te motivarás para ser el siguiente en tener éxito.

Recuerda siempre que para que a ti te vaya bien no es necesario que a otro le vaya mal.

Cuando a todos nos va bien, la economía entra en un estado de gracia que supone beneficio para todos. Pero cuando a alguien le va mal, pone en marcha un mecanismo de efecto dominó que te afecta también a ti.

Un ejemplo de colaboración es la unificación de las dos Alemanias. La República Federal de Alemania surge en 1990 de la unificación de la Alemania Federal y la Alemania

Democrática. Para conseguir la integración de los dos territorios, los alemanes del oeste pagan un impuesto desde 1991 (actualmente equivale al 5,5% del impuesto sobre la renta) que se llama Impuesto de la Solidaridad, que seguirá vigente hasta 2019.

Es cierto que a los alemanes «ricos» del Oeste se les propuso un impuesto adicional para financiar la reunificación con sus compatriotas pobres del Este, una cifra colosal a pagar durante 30 años. ¿Y que ocurrió? Los alemanes occidentales aceptaron pagarlo. Aun siendo un proceso de un enorme coste financiero, y con resultados aún incompletos, no compitieron, sino que colaboraron. Y eso los reforzó a todos.

También puedo citar otro ejemplo. El organigrama vertical de las empresas es un esquema de competición al que le queda poca vida y muy mala. Ya no tiene sentido porque aísla a la organización en categorías, la trocea. Dejará paso al organigrama horizontal, que es un esquema de colaboración más humano. Los organigramas planos permiten conversaciones y tratos entre iguales, de tú a tú. La jerarquía de arriba abajo ha muerto, ¡viva la colaboración! Las empresas ya están dejando de seguir modelos piramidales porque es un esquema que no reproduce el patrón del universo, donde todos dependemos de todos desde la igualdad.

En la economía espiritual, los organigramas verticales están agotados. Llegan los horizontales, de tú a tú, mucho más humanos. La diferencia se encuentra en las vistas, el paisaje y el horizonte. Si se asciende en la escalera del organigrama vertical, todo lo que se ve es un gran trasero (el del jefe), quien, a su vez, ve otro enorme trasero (el del jefe del jefe), y así hasta el infinito. En el organigrama horizontal, las vistas son distintas: se ven rostros de personas como tú, sonrisas, gente que colabora, cooperación en lugar de jerarquías.

Fíjate en estos conceptos evolutivos:

- Paradigma decadente: dependencia.
- Paradigma ordinario: independencia.
- Paradigma extraordinario: interdependencia.

Dependencia, independencia e interdependencia. Por este orden.

> Si soy físicamente interdependiente, soy capaz y dependo de mí mismo, pero también comprendo que tú y yo trabajando juntos podemos lograr mucho más de lo que puedo lograr yo solo, incluso en el mejor de los casos. Si soy emocionalmente interdependiente, obtengo dentro de mí mismo una gran sensación de valía, pero también reconozco mi necesidad de amor, de darlo y recibirlo. Si soy intelectualmente interdependiente, comprendo que necesito mis propios pensamientos con los mejores pensamientos de otras personas.
>
> STEPHEN COVEY,

Somos tan interdependientes que ningún pueblo del planeta puede solucionar sus problemas por su cuenta. El monje budista Thich Nhat Hanh lo llama «interexistencia», un neologismo que expresa la interdependencia de todos los seres vivos. En otras palabras: no existe ningún lugar donde escupir sin que te de a ti mismo. (Podría haber sido un poco más vulgar y expresarlo así: la humanidad está, toda ella, orinando hacia arriba y después se queja de «la que está cayendo»). Con perdón.

He aquí algo que enseño en mis seminarios. La emprendeduría es el vehículo perfecto para que las personas dejen de ser dependientes de una empresa, para pasar a ser independientes al crear su propio negocio. Más adelante pasarán a descubrir que sus negocios personales son interdependientes y, por ello, deberán colaborar con sus iguales (su competencia).

Veo un futuro en el que todos seremos subcontratados y subcontrataremos a otros. ¿No es magnífico? Vislumbro una economía más humana y sostenible. Sin organigramas.

Se abre una brecha económica entre empresas colaborativas y empresas competitivas. Estas últimas conseguirán menos con más esfuerzo, porque nadan a contracorriente y en su esfuerzo se debilitan y acaban por hundirse. Las empresas que nadan a favor de la corriente son colaborativas, y consiguen más con menos esfuerzo.

Hablemos ahora de la competición dentro de una misma organización: la intracompetición. La lucha interna dentro de la empresa por los recursos, la atención, el control, el reconocimiento… Las «conspiraciones» internas, la rumorología, la política de pasillo y los chismes en la máquina de café. Todavía hoy, la intracompetencia campa en el seno de las organizaciones (empresariales y políticas), destruyéndolas como un cáncer. Es como una guerra civil, y es triste.

La competición no tiene sentido en la nueva economía colaborativa. El nuevo paradigma económico es la colaboración, no la competición. En una empresa todos dependen de los demás: clientes, proveedores, socios, empleados, propietarios… La intracompetición es una fantasía.

Ahora pregúntate en qué causa vas a colaborar, con quién puedes establecer una alianza, qué competidor podría ser tu aliado. Si eres capaz de hacer algo de todo esto, será señal de que has hecho tuyo este capítulo y formas parte del paradigma colaborativo; en caso contrario, tendrás que volver a leerlo.

La empresa colaborativa

No importa la industria o el sector en el que estés trabajando. Sea el que sea, no me

equivocaré si afirmo que aplicando lo que sigue vas a aumentar tus ventas. Y lo bueno es que eso ocurrirá no peleándote con la competencia, sino haciendo amistad con ella. Imagino que te interesa el trato, así que empecemos.

Primero, es necesario hacer un boceto mental de cómo están las cosas. Como te dicho, cuando examinas un mercado, te das cuenta de que sus empresas están completamente desconectadas. Gastan su dinero en las mismas cosas, investigaciones y recursos que podrían… ¡compartir! Es decir, se empeñan en reinventar la rueda una y otra vez, y lo que es todavía peor, no se la dejan entre ellos ni cuando se van a dormir.

Y no hablemos de compartir sus estrategias, lo que han aprendido, o sus secretos… ¿Crees que es lógico semejante individualismo? Imagina por un momento que diez empresas destacadas de una industria comparten mutuamente sus mejores diez tácticas para expandir el negocio. Si has hecho números, entenderás que cada uno de ellos ahora ya no tiene diez tácticas, sino ¡cien! (en el supuesto de que no haya coincidencias). ¿No es eso una ventaja para todas?

En mi caso, fundé el Instituto de Expertos y el seminario Programa Expert@ (*véase* www.institutodeexpertos.com) para compartir todos mis «secretos» con mis colegas de la industria de los autores y expertos en su tema. No me guardo nada, todo lo comparto, sin excepción. No me importa revelarlo; ni siquiera siento que sea mío, porque sé que mejoraré sus carreras, y con ello el mundo (sí, puedo impactar en el mundo a través de ellos); al fin y al cabo, si a ellos les va bien, a mí me irá genial. Ésa es mi mentalidad y espero que sea la tuya.

En un seminario, un alumno con mucha fe en la escasez me preguntó si no temía regalar ideas a cambio de nada. Le respondí que yo había elegido trabajar en una industria cuya materia prima, el conocimiento, es ilimitado e inagotable. El supuesto que mencionaba para mí no era realista. No había nada que temer porque siempre podría ofrecer algo nuevo y diferente.

Volviendo al problema, ¿por qué pasa esto?

En primer lugar, porque son empresas desconectadas y aisladas (no mantienen una relación, viven en islas alejadas). En segundo lugar (y es consecuencia de lo anterior), se temen mutuamente porque cuando no se conoce algo, se le tiene miedo (cuando se conoce es fácil amarlo). En tercer lugar (y es consecuencia de las dos anteriores razones), muchas empresas siguen cerrando porque no hay un repositorio universal con todos sus secretos de éxito (lo que evitaría nuevos fracasos de emprendedores en el futuro). Pero las empresas prefieren incluso cerrar antes que compartir lo que saben. Es muy triste.

En resumen, las empresas del *viejo paradigma* temen que les roben «sus» ideas. No saben que las ideas pertenecen al ámbito cuántico de todas las posibilidades y que están a disposición de todos. Las empresas del *nuevo paradigma* no temen que les roben las ideas porque son muy creativas y saben que siempre hay más disponibles sin que puedan agotarse.

Llamada a la acción:

Si lo que acabas de leer conecta contigo, sal fuera y conviértete en el hereje que cambie de arriba abajo tu industria, mercado o sector. Empieza creando una asociación de empresas o profesionales (aunque sea en Facebook o Linkedin) y haz que se relacionen y compartan sus conocimientos y experiencias. A medida que se disuelva su escepticismo, verás cómo aumenta el entusiasmo y se relacionan desde la cooperación y no desde la competición.

10

Economía espiritual

Antes de engarzar la espiritualidad y la economía, permíteme aclarar qué entiendo yo por ser espiritual. Éste es un tema delicado.

La palabra «espiritual» a menudo se toma como un concepto religioso. Pero son cosas distintas. Yo concibo la espiritualidad como un concepto laico. Hay personas muy espirituales que no son nada religiosas, y también otras muy religiosas que no son nada espirituales. La espiritualidad no es patrimonio de las religiones. De hecho, es al revés: la religión es un subconjunto de la espiritualidad, la cual es mucho más amplia.

La espiritualidad no es un rito, sino una filosofía de vida. Y nuestro reto es convertir cada momento de la vida en un acontecimiento espiritual. Te propongo ser espiritual a tiempo completo, no ocasionalmente, y trasladar esa manera de estar en el mundo a todo lo que hay en tu experiencia, hasta el acontecimiento más elemental.

Mi admirado y sabio amigo Francesc Torralba lo explica mejor que yo:

> Tradicionalmente se ha considerado que toda espiritualidad está unida a la vivencia religiosa; sin embargo, en la última década la fórmula espiritualidad laica ha adquirido cierta relevancia. La espiritualidad no debe entenderse como una trascendencia vertical, que vincula al ser humano al Absoluto, sino como una trascendencia horizontal, que le vincula a sí mismo, a los otros y al conjunto de la naturaleza. La espiritualidad laica se vive en este mundo terrenal, sin referirse a ningún más allá trascendente.
>
> FRANCESC TORRALBA,
> filósofo, en *Inteligencia espiritual*

Una persona espiritual vive sus experiencias cotidianas desde la perspectiva espiritual. Ésa es su normalidad. En su vida todo es espiritual. ¿Por qué la economía iba a estar excluida de esta visión?

Es hora de empezar a pensar que el mundo de los negocios y la espiritualidad no están reñidos. He conocido a mucha gente que renunciaba a tener su propio negocio porque pensaba que eso le impediría ser espiritual, cuando menos ser decente. No pienses que regentar un negocio es contradictorio con llevar una vida de valores, espiritual y consciente. Más bien es, o tendría que ser, todo lo contrario. Conozco a infinidad de empresarios que meditan cada día, se cultivan y leen textos zen. Y, tal y como están los

mercados, más les vale reforzar su equilibrio mental.

Para el Gueshe (alto grado de algunos monjes del budismo tibetano) Michael Roch (autor del libro *El tallador del diamante*, que te recomiendo después de esta lectura) no existe ningún conflicto entre espiritualidad y dinero: «Existe una idea predominante de que tener éxito y ganar dinero es incorrecto para los que pretenden llevar una vida espiritual. Según el pensamiento budista, no es el dinero en sí lo que es erróneo o malo. La verdad es que alguien con recursos puede beneficiar más al mundo que alguien que no los tiene».

He tenido la suerte de conocer al maestro budista Michael Roch quien me ha enseñado mucho sobre economía de la felicidad. Insistió en que extendiera sus enseñanzas en el mundo. De este modo creé el programa «Economía de la Felicidad» que enseña paso a paso cómo crear la verdadera riqueza en los negocios. Espero conocerte en la próxima convocatoria. A continuación se exponen algunas de sus enseñanzas, que él recibió, a su vez, de los antiguos sabios tibetanos, quienes antes lo aprendieron del Buda.

El éxito duradero, sólido y real… sólo es posible para personas autorrealizadas que amplían su visión del «yo» hasta convertirlo en el «nosotros». Cuando un empresario deja de ver diferencias entre «yo» y «tú», acaba buscando el bien común: tuyo y mío, porque en realidad son lo mismo (no hay nadie más allá de un superyó compartido). Y aquí llega la clave de la economía espiritual: cuando te obsesionas por dar a los demás lo mejor de ti (o de tu negocio) y buscas su felicidad y su satisfacción tanto como la tuya, entonces se pone en marcha un engranaje invisible que hace que tu negocio prospere como nunca antes. ¿Por qué? Porque al universo entero le interesa más el bien común que el de alguna de sus partes.

En la economía espiritual, lo que haces es «anecdótico», es más importante la intención y por qué y para quién lo haces. Esa intención es una semilla kármica que asciende del inconsciente al consciente y del consciente a la realidad. Sé que parece muy místico, pero si has llegado hasta este punto del libro, es que estás preparado para oírlo y asimilarlo. Te aseguro que hacer las cosas bien es útil, pero te prometo que plantar una poderosa intención (el bien común) mientras las haces es lo que posibilita el éxito final. Y con todo lo que tiene que ver con el dinero sucede lo mismo.

Intención feliz, acción feliz, resultado feliz, dinero feliz. (pruébalo y disfruta mientras acaece).

El mundo de los negocios es una amalgama de personas entre quienes, sin duda, hay un inmenso colectivo de creatividad, innovación, iniciativa y diferentes talentos. Los empresarios son personas que «luchan», vencen sus miedos, se entregan a su intuición… gente que se trabaja a sí misma cada día porque en su contexto no hacerlo sería un suicidio económico. Ahora, imaginemos que, además de talento, esas personas llevan su corazón a sus negocios y los dirigen desde sus más profundos valores. Pues bien, esto ya ha empezado a ocurrir. Te aseguro que hablo con muchos empresarios, y muchos,

muchísimos más de los que te imaginas, llevan una práctica espiritual de meditación cada mañana.

Conceptos como dinero feliz, marketing espiritual, emprendedor social, liderazgo desde el alma, emprendedores con corazón, bien común, economía de la felicidad, ética… entran ahora en la economía (en la economía espiritual). Después de leer este libro, tiene más sentido relacionar la economía a valores esenciales que no hacerlo. Espíritu y materia van de la mano, son las caras de una misma moneda. Ahora entiendes que separar conciencia y dinero es un error y el origen de los males de la vieja economía. Puede parecer un comentario extraño, pero te aseguro que cuando una persona despierta o, de manera consciente, enciende el televisor y escucha lo que se dice en esa «caja tonta», se queda tan atónita que cree que acaba de conectar con otro planeta.

La espiritualidad ocupa una dimensión superior a la mental y la emocional, es la causa de todos los efectos que experimentamos en lo que conocemos como «realidad». Y es el sustrato donde se apoya todo lo material. El mundo visible existe gracias al mundo invisible (alguien tenía que recordarlo). La riqueza es una percepción, y, por tanto, una realidad (ocurre lo mismo con la pobreza).

> La espiritualidad no puede ser algo con lo que a veces nos entretenemos, un pequeño compartimiento de la vida. Tiene que estar en el centro, de manera que afecte a todas las demás partes.
>
> STEPHEN COVEY,
> autor de liderazgo.

Mi consejo es que no esperes que una institución internacional o un gobierno resuelva los problemas financieros de la gente, porque sencillamente no va a ser así. La nueva economía tampoco va a nacer por decreto desde un ministerio, ¡no sabría crear algo mejor de lo que hay! Si ellos son parte del problema, ¿cómo van a resolverlo? El cambio de la economía será el resultado del movimiento social, generado por la ciudadanía consciente o despierta (no grita, no se queja, no es una víctima); más aún, por los sabios del corazón, y esto no es una contradicción, ya que son los únicos que pueden enseñarnos la verdadera causa de la prosperidad y la riqueza. La humanidad no vive desde la prosperidad porque aún no conoce «la causa de las causas» o la verdadera causa de la riqueza.

Para ilustrar el tema de este capítulo, permíteme narrar un relato que resume las dos mentalidades antagónicas en la economía: la social y la especulativa. Al final de la narración, decide a cuál te apuntas.

En unas montañas de la antigua china, vivía un ermitaño retirado del mundo,

aislado de la codicia de los hombres, hastiado de la bajeza de sus congéneres, que sólo le querían por sus poderes mágicos, pues Xian-Ho, era alquimista.
Un día de primavera, llegó al umbral de su gruta un pastor extraviado.
—Me perdí en la tormenta hace unos días y desde entonces he estado vagando perdido por estas montañas –le dijo el pastor a Xian-Ho–. ¿Podrías acogerme esta noche e indicarme cómo volver mañana a mi poblado?
Xian-Ho se apiadó de él y le dio cobijo, comida y ropa para que se abrigara. El pastor, durante la cena, le explicó que estaba desesperado, que su rebaño se había desperdigado en la gran tormenta y que debía volver con las manos vacías a su casa, donde su familia le esperaba hambrienta, pues él se dirigía a la gran ciudad para vender el ganado. El hombre lloró desesperado su desgracia y se quejó a los dioses por su mala fortuna. Xian-Ho le dijo:
—No te preocupes, pastor, ni culpes a los dioses por tus desgracias. Ahora, duerme y descansa, y por la mañana lo verás todo diferente. Ya lo verás.
Durante toda esa noche, Xian-Ho estuvo preparando pociones y realizando conjuros sobre una piedra, hasta que el sol salió por el horizonte. El pastor despertó, le agradeció la ropa, el cobijo, la comida y el agua y se dispuso a marchar montaña abajo.
—Espera, pastor, tengo algo para ti –le dijo Xian-Ho, y le entregó un objeto del tamaño de su mano envuelto en tela.
El pastor destapó el regalo y vio con sorpresa que entre sus manos se hallaba un lingote de oro de suficiente valor como para poder pasar varios años sin necesidades tanto él como su familia. Las lágrimas acudieron a sus ojos, emocionado.
—Eres demasiado generoso, mago, me has salvado a mí y a mi familia.
—No me lo agradezcas, sólo espero que te sea útil.
—Pero, mago, dime solo por curiosidad, ¿de dónde has sacado tanto oro? –preguntó el pastor con un brillo codicioso en la mirada.
—Mientras dormías, trasmuté la materia de una piedra en oro, algo que no hago casi nunca, pero pensé que esta vez servía a un buen propósito. Por la mirada en tus ojos, creo que empiezo a arrepentirme.
—Entonces –dijo el pastor con el gesto torvo, amenazante–, ¿puedes fabricar todo el oro que quieras? ¿Puedes fabricarme más?
—Sí, podría, pero no sería justo con el mundo, ¿no crees? Uno debe crear sus propios beneficios, trabajarlos y merecerlos. Si creara más oro para mi riqueza, rompería el equilibrio de la naturaleza. Lo he hecho para ayudarte a restablecer tu equilibrio, para que puedas comprar más animales y puedas vivir de ellos y para que tu familia no muera de hambre.
—Pero podría ser rico, muy rico… –El pastor pronunciaba esas palabras mientras se acercaba al mago blandiendo un cuchillo.
Xian-Ho hizo un gesto y pronunció unas palabras en un idioma olvidado y el pastor de repente se convirtió en un pájaro, que salió volando. Por la mejilla de Xian-Ho se deslizó lentamente una lágrima mientras le veía alejarse en el cielo azul.

El mago alquimista representa el talento y las actitudes disciplinadas, honestas y serviciales. El pastor ejemplifica las actitudes negativas y dañinas de las personas e instituciones que pervierten la economía.

Resumamos los tres pasos para entrar en la economía espiritual de riqueza ilimitada y conseguir toda clase de beneficios:

- Escucha a los demás, obsérvalos, entiéndelos para saber qué necesitan y desean. Sitúalos en el centro de tus intenciones. Busca su éxito, su prosperidad, su felicidad… Si haces esto en los negocios, serás muy rico.
- Cámbiate por los demás, como si cambiaras de cuerpo y de vida. Asume su vida como la tuya propia y su bien como el tuyo propio. Muestra empatía, ponte en su lugar. Olvida el «yo» y céntrate en el «nosotros». Si haces esto en los negocios, serás muy rico.
- Da un paso más allá, imagina que los demás y tú sois «uno», que no hay distinciones. En realidad, ahora no hay nadie con quien cambiarse; todo lo que haces lo haces para el Uno. Si haces esto en los negocios serás muy rico.

Y un secreto adicional: elige lo que quieras conseguir (sea lo que sea) y después busca a alguien (persona o empresa) que quiera lo mismo que tú. Después ayúdale a conseguirlo. Seguidamente haz tu trabajo y espera: conseguirás todos tus deseos.

Trabaja para los que te rodean (socios, proveedores, empleados, clientes) como si trabajaras para ti mismo, porque en realidad es así. Recuerda que somos UNO, y todo irá más que bien, ya que formarás parte de la economía espiritual de riqueza ilimitada.

Para acabar, siento que la solución de los problemas financieros pasa por integrar la espiritualidad y la economía. Ahora toma tu decisión. ¿A qué te apuntas? ¿A vivir desde el materialismo o desde la esencialidad? Yo lo tengo claro desde hace años (y me va muy bien).

Estoy convencido de que hay una solución espiritual para cada problema, incluidos los económicos. ¿Dónde está esa solución? En una conciencia diferente a la que sufre el problema. De hecho, no hace falta ninguna solución, sólo es necesaria una conciencia diferente, que carece del problema.

El hecho de que no hayamos encontrado las soluciones no significa que no existan, sino que no están disponibles en el actual nivel de conciencia. Creo que las personas no solucionan sus problemas no porque no sepan cuál es la solución, sino porque no saben cuál es el problema.

Marketing consciente o espiritual

Los negocios empiezan a darse cuenta de la importancia de comunicarse emocionalmente

con sus clientes, de empatizar con ellos y también con la comunidad. Tal vez porque las crisis hacen que la gente escuche más, ahora los directivos entienden que sin esa conexión emocional pierden influencia y clientes.

Las empresas, como las personas, harían bien en desarrollar su inteligencia emocional, porque todo lo que consigan tiene que ver con las personas, y éstas son seres emocionales.

Ignorante no es el que no sabe leer y escribir, sino el que no sabe gestionar sus emociones.

Pero, ¿por qué conectar con sus emociones? Sencillo: para saber qué necesitan. Y poder servirlas.

Tal vez te digas que todo esto está muy bien, pero que no sabes cómo llenar tu tienda de clientes y la caja registradora de tu tienda llevando una vida espiritual. ¿Rezando? Para responder tendré que dar una vuelta de tuerca más y proporcionarte algunos ejemplos de lo que significa en la práctica el marketing consciente o espiritual:

- Levantándote por la mañana, cumpliendo una misión (y no simplemente yendo a trabajar).
- Empezando cada día con la intención de servir y resolver problemas a los clientes (no de facturar).
- Confiando, sin ninguna duda, de que entrarán las personas que necesitan lo que les ofreces y también las precisas para mantener tu negocio a flote.
- Bendiciendo y agradeciendo cada moneda y billete que se gasta la clientela en tu negocio.
- Mirando a las personas como seres humanos que necesitan ayuda y no como meros clientes.
- Enfocando cada acción no en vender más, sino en servir más y mejor.
- Dando todas las facilidades para retroceder en una venta si el cliente pide una devolución.
- No ofreciendo algo a quien no lo necesita y preferir ayudar a vender.
- Sosteniendo el hábito de mejorar, no tan sólo para crecer o prosperar, sino porque es lo que se espera de ti.
- Desapegándote de los resultados y centrándote en disfrutar del proceso.
- Sabiendo que no se trata sólo de cerrar una venta, sino de elevar la vida del cliente (cuando él suba, todo su círculo te visitará).
- Tomando los negocios como un juego. Los resultados y las ventas están en función de la diversión (a más diversión, más ventas, y a la inversa).
- Haciendo cada día una acción para el bien de tus clientes, proveedores, empleados…
- Pensando en todo momento que su éxito es tan importante como el tuyo (son lo mismo).
- Sonriendo más.

Ahora te voy a entregar las llaves del reino. El marketing consciente o espiritual son todas aquellas acciones de promoción que realizas mientras mantienes en mente:

- La intención de atraer al cliente ideal, que valora, usa y saca provecho de tus productos y servicios.
- La intención de ser útil, aportar valor y mejorar su vida con tus productos y servicios.

Si no olvidas estas dos nobles intenciones, tu marketing estará iluminado, bendecido por la fortuna y atraerás (de un modo que ni tú sabrás explicar) a más y más clientes perfectos hacia tu negocio.

No te pido que cambies tu estrategia de marketing convencional, sino tu actitud mientras la aplicas (marketing espiritual). Aunque he de revelar que es más importante lo que piensas, sientes y dices que lo que haces. Sé que cuesta asumir una afirmación como ésta, pruébalo y saca tus propias conclusiones.

¿Dónde aprendí esto? En los libros que dicen que los buenos cocineros en los monasterios budistas ponen todo su amor mientras preparan la comida y trasladan sus buenas intenciones a quien la come. En consecuencia, la comida sabe mejor y nutre más a quienes la ingieren. El marketing espiritual sigue esta misma pauta: plantar impresiones o semillas de bondad.

Pon amor en lo que haces, mientras lo haces, y lo recibirás de vuelta. Es el karma. Lo que trato de decir es que mientras escribas en tu post, redactes tus cartas de venta, grabes tus vídeos promocionales, escribas tu libro, acudas a una reunión, hagas una oferta, diseñes tus productos y servicios, des una conferencia, rehagas tu web… etcétera, intentes activar las dos nobles intenciones que se han mencionado antes, ya que iluminarán tu negocio. Y lo bendecirán con el éxito.

Imagina ahora quién es tu cliente ideal (toma un cliente real como referencia de la clase de cliente que quieres), y, ahora, con esa imagen, concreta en tu mente, diseña tu acción de promoción. Lo que ha ocurrido es que le hablabas a uno, pero estabas atrayendo a muchos (todos los que son como él/ella). Porque cuando te comunicas con tu mejor cliente, empiezas a atraer a más personas como él o ella (o empresas).

Trabaja por el bien del mundo. Trata siempre de conducir a la gente hacia el éxito en lo que desean y tendrás tanto éxito que ni te lo creerás. Por ejemplo, si quieres ser feliz, ayuda a otros a serlo. Si quieres ser rico, ayuda a otros a que lo sean. Si quieres aprender, ayuda enseñándoles… Con su éxito vendrá el tuyo por sí solo. Eso es todo.

No hay nada más que entender, excepto que somos UNO. Ahí está la razón de que funcione. Se basa en los mismos principios que la antigua tradición hawaiana de la sabiduría Huna, el Ho´oponopono (búscalo en Internet).

¿Por qué? Porque la línea que se extiende entre tú y yo es una fantasía irreal. Cuando lo asimilas, el marketing espiritual se convierte en tu prioridad. Y sí, de vez en cuando haces cosas, marketing convencional, para promocionarte, pero sólo para ocupar tu tiempo.

El marketing consciente o espiritual es válido para todo tipo de negocios y profesiones. Como comprobarás, tiene efectos notables: se traduce en más dinero, y lo

bueno es que es dinero feliz. Ya sé que no es científico, pero, ¿quién dijo que la ciencia puede explicar todo? La ciencia aún desconoce de qué esta hecha la materia, y si falla en eso, me temo que está muy lejos de explicar conceptos más sutiles.

¿No te ha ocurrido nunca que estás pensando continuamente en algo y resulta que la solución está en otro lado? Está fuera de tu cabeza, más abajo, en tu corazón. La buena respuesta llega cuando te preguntas: ¿cómo me siento con esto?, y ¿cómo me gustaría sentirme? Supongo que sabes a qué me refiero. Bien, pues creo que obstaculizamos muchas soluciones queriendo dar con ellas a base de pensar y pensar. Pensar está sobrevalorado. Me parece absurdo creer que podemos solucionar cualquier asunto sólo con pensar en ello. Si eso es todo lo que vas a hacer, te estás perdiendo una fuente de inteligencia muy superior, la intuitiva.

Éste es un dato científico: el corazón genera un campo magnético 5.000 veces más potente que el del cerebro. ¿No te dice nada? A mí me dice que pensar en exceso bloquea nuestras sensaciones. ¿Cómo vas a atraer algo a tu vida con más rapidez? ¿Con un pensamiento o con una emoción? Yo lo tengo claro, los expertos en la ley de la atracción también. ¿Y tú?

Las organizaciones y los profesionales que fluyen consiguen una inspiración y unos resultados que no se obtienen desde la fuerza, sino desde el poder interior. Por esa razón, la gente de éxito siempre parece disponer de más energía y motivación que las personas que carecen de un propósito diferente al de ganar dinero.

No es una casualidad que:

- Lo que necesites te llegue en el momento justo.
- Aparezcan personas que te ayudarán.
- Se produzcan ventas inesperadas.
- Tengas una idea brillante que ha salido de la nada.
- Una cantidad de dinero llegue cuando te hace falta.

Sin duda, *algo hace no sabemos qué* desde la inteligencia pura. Durante los próximos siglos avanzaremos en la economía espiritual. Tal vez se enseñe en las escuelas de negocios, lo que estaría bien. Creo que vienen buenos tiempos para las personas que desean gestionar un negocio iluminado.

El empresario místico

Esto tampoco me lo enseñaron en la facultad de ciencias económicas. Es algo que se aprende en la vida, justo cuando empiezas a atar cabos y te das cuenta del gran engaño y

que has estado perdiendo el tiempo aprendiendo teorías desvinculadas con el mundo real. Alguien tendría que unir el mundo académico y la realidad.

Mucho después leí a Gay Hendricks, autor de *La nueva mística empresarial*, una buena persona, con un buen fondo, y autor de más libros de los que podría citar aquí. A continuación se muestra un resumen de su certero trabajo.

Seguramente te estás preguntando: ¿mística?, ¿negocios?, ¿es eso posible? Yo soy reconocido como un experto en conciencia-dinero, y después de escribir sobre el tema durante muchos años, me he dado cuenta de que ambos conceptos constituyen una asociación perfecta. Cara y cruz de la misma moneda. Lo que no entiendo es cómo no hemos unido esos conceptos antes.

Pero, ¿qué es un empresario místico? Es aquel que vive cien por cien desde la perspectiva espiritual, incluidos los negocios. Como vive con pragmatismo espiritual, le es muy fácil compaginar sus tareas mundanas con sus aspiraciones de realización personal. Y cuando entra en el mundo de las corporaciones y los negocios, lo hace con el fin de enriquecer su vida, su espíritu, su corazón.

Sé que cuando se menciona la palabra «empresario», asaltan muchos prejuicios del imaginario colectivo: alguien despiadado, egoísta y centrado en objetivos puramente materialistas. Los humoristas dibujan a un gordinflón que fuma puros y lleva sombrero de copa. No es realista. He conocido a muchos empresarios por mi trabajo en la banca, y puedo asegurar que la gran mayoría son personas sensibles y de valores elevados, con el deseo de contribuir socialmente. Ni rastro del puro o el sombrero de copa.

Lo más importante que hay que entender es que la mística también cabe en la economía. Hablo de un misticismo pragmático, basado en hechos y no en palabras.

El empresario místico mantiene la conexión entre su naturaleza espiritual y el mundo en el que vive. Va de lo material a lo espiritual. Tiene los pies en el suelo y, a la vez, la cabeza en las estrellas. Son aparentemente dos realidades que son la misma. Lo visible y lo invisible se hallan entrelazados. Ahora, mi sermón cuántico. Funciona así: sembramos semillas en lo invisible, creamos el futuro, y, acto seguido, volvemos a lo visible para vivirlo. Ahora imagina resolver los problemas del futuro en esa dimensión sutil para después regresar a la realidad material y vivir su solución. La economía espiritual significa la oportunidad del desdoblamiento del tiempo y el espacio para que siembres la riqueza que deseas experimentar en el aquí y ahora.

Emprender en la economía desde la espiritualidad proporciona una ventaja desproporcionada respecto a quienes no lo hacen. Proporciona éxito en el cien por cien de los proyectos e iniciativas económicas. No entiendo cómo la gente aún mira hacia otro lado.

Es un fenómeno de alcance mundial. Más y más personas se dan cuenta de la importancia de no ser una persona en casa y otra distinta en el lugar de trabajo, llevando una vida fragmentada e incoherente que les hace pagar un peaje muy alto. Buscan la

armonía entre la vida profesional y la personal.

La humanidad, la sensibilidad y la bondad son cualidades inherentes en cualquier ser, y no veo la razón para que afloren en la vida familiar pero no en la profesional. Ser una persona en casa y «otra» en el trabajo crea una herida psíquica muy dolorosa y que tiene graves consecuencias.

No sé tú, pero yo un día, hace años, me cansé de ser una persona diferente, dependiendo del sitio en el que estaba y las personas con las que me encontraba. Y decidí ser quien era, estuviese donde estuviese y con quien me hallase, y, casualidad o no, se me acabaron todos los problemas. Y pasé a experimentar una paz infinita.

Pero también muchas personas carecen de la fuerza del compromiso porque no están alineados con sus valores y no han respondido a esta pregunta: ¿para qué estoy en el mundo? El primer paso es saber cuál es el objetivo en la vida. Sin una misión es fácil perderse.

Desde fuera, los empresarios místicos son vistos como creadores de «milagros», parecen tocados por la mano de Dios. Y así es, pero no más de lo que cada persona puede hacer. Como fluyen, se quitan de en medio, se hacen a un lado, no se «estorban». Sus decisiones se basan en la intuición, que no es más que la conexión con su sabiduría interior. Como no están gobernados por su ego, crecen y permiten crecer a las personas con las que entran en contacto. Como escuchan activamente para aprender, entienden, y, por tanto, son entendidas. Como dejan de buscar la aprobación ajena, son reconocidos. Como son perseverantes en su misión, la fortuna también lo es con ellos y no deja de bendecirles de muchas maneras.

El empresario místico sabe que pueden escogerse los pensamientos y las actitudes. Ha aprendido que para conseguir prosperar ha de ayudar a prosperar a otros. Es el «dar para recibir», o, lo que es lo mismo, contribuir a la vida de los demás, añadiendo valor como prioridad. Y como ayudan con perseverancia a que otros consigan lo que quieren, ellos mismos obtienen lo que se proponen. Es lo que llamo «perseverancia iluminada».

El empresario místico se centra en lo que ama (no estudió una carrera porque tiene «salida» o empieza un negocio porque es «rentable»). Toma sus decisiones desde el corazón. No siempre acierta, pero nunca se equivoca, porque seguir al corazón jamás es un error (al margen de los resultados).

Cuando alguien hace lo que ama en la vida, la vida empieza a amar a quien lo hace. Los empresarios más prósperos son los que hacen lo que más les gusta. Se preguntan sistemáticamente: ¿de lo que me apasiona, qué añade un valor real a las vidas de las personas? El empresario místico toma decisiones a partir de esta pregunta: «¿Conduce esta decisión a un mayor bienestar y al bien común?».

Si no me crees, busca en Google «cómo son los emprendedores» y encontrarás blogs con listas y listas repletas de estas palabras: *apasionados, confiados, ilusionados, optimistas, pacientes, empáticos, con autoestima, creativos, resilentes, visionarios…* y muchas otras

calificaciones que no tienen que ver con habilidades que se hayan aprendido en una facultad o escuela de negocios, sino con su desarrollo personal (inteligencia emocional y espiritual).

Si eres emprendedor, piensa en crear la clase de empresa en la que te gustaría ser un empleado. Si eres empresario, reinventa tu modelo de negocio para cumplir con la anterior condición. Éste es el modelo de negocio con mayores probabilidades de tener éxito.

Entrevisté al venerable Lama Ngawang Dorje Dondrub, maestro de la tradición Vajrayana de budismo tibetano y ligado al linaje Sakya, para conocerle: (www.sanghaactiva.org). Entre muchas otras cosas, apoya a empresarios con técnicas específicas que permiten el autoconocimiento y el desarrollo personal para que puedan ejercer sus tareas de forma positiva contribuyendo al beneficio de toda la organización y del entorno social.

Sé que algunos empresarios desean hacer el bien, aunque no saben cómo hacerlo, lo que acaba creándoles más problemas. Por ejemplo, si un empresario quiere mejorar el ambiente de su empresa pero los empleados malinterpretan su buena intención, entonces puede empeorar el clima. Está claro que con desear algo no basta; también hay que saber cómo hacerlo.

Hablé de todo esto con el Lama Dondrub y lo que sigue es lo que me contó.

Le pregunté con qué casos se encontraba cuando enseñaba a empresarios. Me dijo que recordaba un caso de un empresario que en una época de bonanza se le ocurrió compartir beneficios con los empleados. Cuando era su cumpleaños, les daba un sobre con dinero, sin más. Un día llegó la crisis y dejó de regalar sobres, pero los empleados no lo quisieron entender. La cuestión es que lo que creó era un mal sistema para compartir los beneficios. Un 80% de los empresarios a los que enseña reconoció que había tenido problemas con los incentivos económicos. El resto lo resolvió pidiendo algo a cambio: propuestas de mejoras que, de tener éxito, revertirían en un porcentaje en los trabajadores. Algo a cambio de algo con lo cual todos sentían que era más justo.

Una de las cosas que preocupan a los empresarios es tratar de convertirse en un líder desde el corazón y que su autoridad pueda resentirse. Bajo el punto de vista del budismo, según me comentó el Lama Dondrub, la mejor herramienta del líder es su ejemplo, permanecer bien consigo mismo y tomar decisiones alineadas con su yo interno. Un auténtico líder tiene en cuenta su mundo interior, que es lo que le hará sentir bien consigo mismo. Su autoridad proviene de compartir ese mundo interno. Y se trasmite por la forma en que mira a los ojos a su gente. Un buen líder, continuó el Lama, es bueno sin esforzarse en serlo, porque tiene el poder interno que dicen los budistas. Su corazón es su centro de toma de decisiones. Sin duda, un líder es alguien a quien vale la pena escuchar, pero para llegar a eso, debe pasar por un proceso de autoanálisis, de introspección y desarrollo personal, concluyó el Lama Dondrub.

Quise saber cuáles son los consejos que les da a los empresarios para centrar su ánimo, reducir el estrés, mejorar su claridad mental, rendir más… El Lama me dijo que debían tener claro cuál es su objetivo último. Y también los de sus trabajadores. Si en sus objetivos no están incluidos los de sus trabajadores, llegan los problemas y las tensiones. Para él, es vital tener esos objetivos claros y dedicar tiempo a la visión de su empresa. El empresario debe tener tiempo para estar consigo mismo, lejos del día a día. La claridad mental es fruto de vivir el presente, alineado con los valores y trabajando de acuerdo con la visión. Sin esta coherencia, la meditación sólo es un remedio, pero no la cura. Sin embargo, añadió el Lama Dondrub, cuando estás conectado con tu mensaje interno, no hay tensión, ni estrés, porque estás disfrutando con lo que haces.

Le pregunté qué consejos le daría a un empresario que desea hacer el bien y a la vez ganar dinero. Con una pacífica sonrisa, me indicó que hacer el bien debe ser el principal objetivo del empresario, y que el dinero no debería ser nunca un objetivo, sino un instrumento para el bienestar común. Ganar dinero positivo, que permita a la gente conseguir la felicidad, y no dinero que tensione. Sin duda, hay personas que han sufrido tensiones para ganar dinero. Según el budismo, si alguien gana dinero es por karma. Es parte de un ciclo en el que el dinero va y viene, y, para que venga, ha tenido que ir antes. El Lama Dondrub perdió la sonrisa cuando mencionó esto: cuando recibes, si no das, estás parando el ciclo y te empobreces.

Estaba conmovido por la paz interior que desprendía el Lama Dondrub. La conversación que tuvimos me impresionó. Sin duda, el budismo tenía una respuesta para cualquier problema, incluidos los económicos. «Lama —quise saber su opinión—, ¿cuál sería la clave para que un negocio sea feliz para su propietario, sus empleados y sus clientes, para todos a la vez?». Me respondió que la felicidad se multiplica cuando se comparte. Y que la clave es tener en cuenta la felicidad durante todo el proceso. «Es importante que la gente sepa que puede ser feliz», añadió. Cuando una persona sabe que puede ser feliz, encuentra las estrategias para serlo. Lo malo es que hay quien cree que en el contexto del trabajo no se puede ser feliz, así que no buscan estrategias para ser felices, simplemente claudican. Una «empresa feliz» lo es porque todos lo desean. El «negocio feliz» es un camino, un proceso, una forma de trabajar. Se reconoce por una lucecita que, una vez encendida, se puede mantener fácilmente y lo contagia todo, tanto lo profesional como lo personal. Y entonces uno descubre que la felicidad depende de cada uno. «Sabes, Raimon —me confesó el Lama Dondrub—, yo trabajo con empresas, pero es una excusa, porque mi foco son las personas. Las empresas sólo son un grupo de personas en busca de la felicidad. Y lo bueno de todo esto es que cuando son felices no necesitan "protegerse" con el odio».

Me despedí del Lama Ngawang Dorje Dondrub impresionado por sus palabras y su sabiduría. Me pregunto por qué en mis cinco años en la facultad de económicas nadie me habló ni una sola vez de la felicidad ni de la «economía budista de la felicidad». Lástima de

tiempo perdido.

De capitalismo al talentismo

Creo que los mayas se referían a esto: estamos en el amanecer de una época en la que todo estará muy claro, o vives desde el amor (y eso obtendrás) o vives desde el temor (y eso mismo conseguirás).

Llevando la idea un paso más allá, cada vez es más difícil deshacerse de la magia que tenemos para producir nuevas realidades. Tu magia es manifestar lo que crees. Pero, ¿qué es lo que estás construyendo a tu alrededor ahora mismo? ¿Lo que quieres o lo que no quieres? A eso se reduce todo.

La clave en esta era en la que todo se está poniendo muy claro es enfocarte en lo que quieres conseguir. Aunque parezca extraño, puedes ir contra corriente y «desmentir» las noticias deprimentes que inundan los medios con una actitud extraordinaria y con tu ejemplo. Ninguna de esas noticias está diseñada para aumentar tu bienestar, sino todo lo contrario. No hace falta que escuches a los que están hipnotizados por la realidad que cocrean cada día, y que además no les gusta sin ser conscientes de ello. Ellos no pueden comprender su inmenso poder creativo y el lío en que se han metido.

Ahora mismo estás rodeado de infinitas oportunidades. Atraviesan el espacio donde estás en todas direcciones. Es como una lluvia de estrellas fugaces y tú estás en medio de esa tormenta de prosperidad. Centellean para ti. Cuando te das la vuelta, se apagan. Cuando vuelves a mirarlas, vuelven a brillar para ti. ¿Puedes ver su luz? Te están diciendo: «Estoy aquí para ti».

Si repasas las mejores empresas actuales, comprobarás que fueron creadas en tiempos de crisis. Cuando todo iba mal. Porque es precisamente entonces cuando hay que tirar de la creatividad y el talento, y no del dinero. Repito, estamos inmersos en el talentismo, no en el capitalismo.

Si aún tienes dudas, lee el libro de Juan Carlos Cubeiro: *Del capitalismo al talentismo* (del que este capítulo toma prestado el título). Cubeiro escribe que el consumo pasará de tangibles a intangibles. Todo un respiro para el planeta Tierra. El autor describe las cuestiones fundamentales de la «actitud del éxito» en este nuevo paradigma en el que se requiere un cambio de actitud, nuevos valores y aplicar otro enfoque en lo económico (más economía conductual y del bien común), además de nuevas competencias laborales y profesionales.

Ahora toma nota. Una de las principales causas de la crisis es la energía negativa colectiva. Comportamientos, en todos los niveles de la sociedad, enfocados a corto plazo, en la ganancia inmediata, la especulación sin aportar valor, el consumismo, la codicia, sacar ventaja de la nada, el egoísmo y el materialismo. Produce náuseas.

La gente quiere saber cómo mejorar su economía. Lo que no sé es si va a gustarle la respuesta. Siempre he pensado que no hay problemas, sólo hay soluciones incómodas. Cuando hay cambios, se produce una ruptura con el pasado. Tiene su lógica, ya que para hacer una tortilla, antes hay que romper la cáscara del huevo. Ya ha ocurrido otras veces. Esto es un «reset económico» (lee a Richard Florida, él lo captó) que se tomará unas décadas antes de dar paso a una nueva economía reseteada.

En la nueva economía, las personas serán menos dependientes de un empleo y de un empleador. ¡Piénsalo!, puesto que será una gran liberación. A pesar de que aún en estos momentos la gente sigue suplicando un empleo, pronto tendrá que asumir que no es «la buena receta» para mejorar su economía. ¿Puedes aceptar que la gente dependa de sus habilidades, de su talento, de su creatividad y de su compromiso y pasión? Incluso de hacer el bien. Sin duda, de servir.

Antes de la revolución industrial, había más autónomos, emprendedores, artesanos, gente entregada a una profesión por la que sentía devoción. Eran más independientes, vivían de su habilidad o conocimiento. Es como funcionaban las cosas antes de la revolución industrial, que taylorizó el empleo, masificó la ocupación, convirtió a las personas en piezas de cadenas de montajes desvinculadas del resultado final y de una misión clara.

Hubo un tiempo en que las personas atendían la llamada de sus vocaciones y después dedicaban su vida a ellas, pero en algún momento lo olvidamos y empezamos a buscar «empleos seguros» y a compensarnos con el consumismo para soportar la gran falta de significado.

Es hora de vivir con significado y la economía lo reflejará. Ésta es la premisa de la economía espiritual.

Llamada a la acción:

Céntrate en lo que amas y tu economía mejorará. Obsesiónate cada día por hacer el bien, mejorar la vida de alguien, y tu economía mejorará. Si no me crees, consigue una docena de buenos libros de espiritualidad. Mejor unos cien, para ir a lo seguro. Y entenderás. Leer este libro habrá valido la pena si le das a todos tus problemas, incluidos los económicos, una solución espiritual.

He estado sentado junto a ti
mientras leías este libro.
Ahora está llegando el momento de despedirnos.
Hasta que volvamos a reencontrarnos
en mi próximo libro o en alguno de mis seminarios webinar o presenciales, te propongo que visites
mis blogs y leas los artículos semanalmente,
pues yo también desearía seguir
en contacto contigo.
Ha sido un placer.

Gracias.

Acerca del autor

Raimon Samsó es licenciado en ciencias económicas, director del Instituto de Expertos, y autor de 12 libros de desarrollo personal y 10 *ebooks*. Es experto en expertos y en conciencia-dinero.

Ha trabajado en tres multinacionales y tres bancos durante quince años. En un giro de 180º, abandonó su empleo, que ya no cuadraba con sus valores, y empezó desde cero en una nueva profesión como autor y conferenciante.

Hoy es reconocido como el autor de referencia para los emprendedores que desean crear proyectos con alma. Dirige el Instituto de Expertos, donde entrena a profesionales que desean vivir de su pasión y ser una referencia en su mercado.

Imparte programas presenciales y *on-line* para todas aquellas personas que desean profundizar en los conceptos de sus libros.

Entre los beneficios de sus servicios e infoproductos destacan:

- Éxito con su programa «Cita en la Cima».
- Libertad financiera con su programa «El código del dinero».
- Ser una autoridad con su programa «Expert@».
- *Coaching* para el éxito profesional.
- Libros y *ebooks* que cambian vidas.
- Vídeo y cursos *on-line* de impacto.
- Generar prosperidad duradera con su programa «Economía de la Felicidad»

También pronuncia conferencias de motivación en empresas e instituciones para el desarrollo del potencial de sus equipos humanos.

Como escritor, inició su carrera en el ámbito del crecimiento personal en la década de 1990.

Es autor de doce libros:

- *Taller de amor* (1995), uno de sus libros más vendidos.
- *Volver a la alegría* (1997).
- *Manual de prosperidad* (2000).
- *Dos almas gemelas*, novela finalista del primer premio de narrativa *new age* Robin Book en 1998.
- *Juntos* (2002), su segunda novela.
- *El Maestro de las Cometas* (2003), un relato breve.
- *Cita en la cima: el método de los deseos cumplidos* (2007).

- *Cien preguntas que cambiarán tu vida en menos de una hora* (2007).
- *Siete estrategias para sacar partido a los libros de auto-ayuda* (2009).
- *El código del dinero* (2009), su best seller.
- *¡Adelanta tu jubilación! Retírate con libertad financiera* (2011).

Es colaborador habitual en Catalunya Ràdio en el programa *L´ofici de Viure*, de Gaspar Hernández. También escribe en las revistas *Esencial*, *De Dona*, *Universo holístico*… y en el suplemento semanal de *El País*.

Webs del autor

- www.elcodigodeldinero.com
- www.institutodeexpertos.com
- www.raimonsamso.com
- www.coachingparamilagros.com
- www.tiendasamso.com

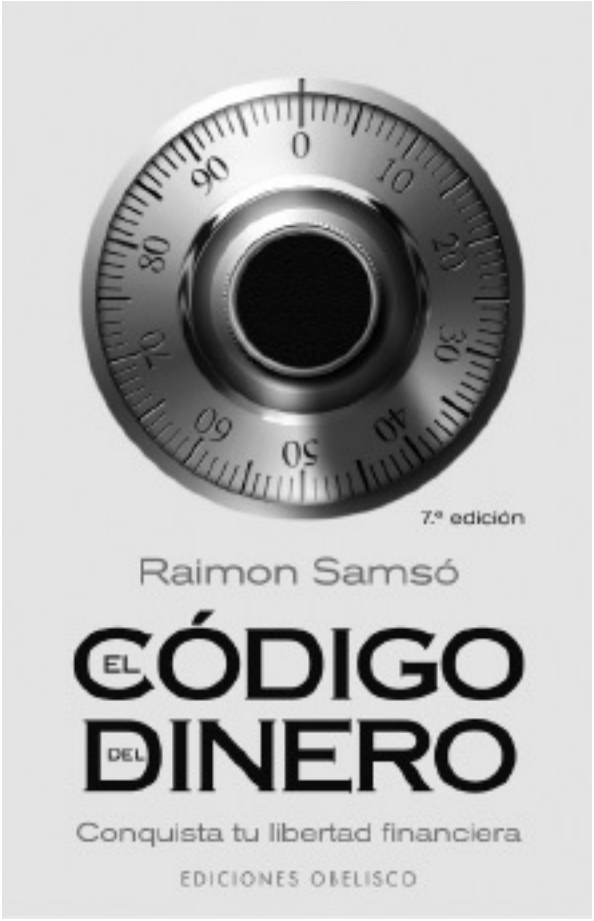
Programa «Economía de la Felicidad»

Si te ha gustado este libro, ves un paso más allá y participa en el programa intensivo que te mostrará:

- Cómo salir de la economía de la incertidumbre
- Cuál es la causa de la verdadera prosperidad
- Cómo ganar dinero desde la ética y los valores
- Cómo aplicar el marketing consciente a tu negocio
- Cómo ayudar a otros y prosperar a la vez.

Y en definitiva, te enseñará a formar parte de la economía de la felicidad basada en antiguos textos o sotras budistas de los sabios del Tibet. Consulta la próxima edición en: www.elcodigodeldinero.com.

Otros titulos de la colección



¿Quieres alcanzar la independencia financiera? ¿Te gustaría duplicar tus ingresos en un año? ¿Deseas conocer los secretos de los emprendedores de éxito? *El código del dinero* contiene todo lo que necesitas saber para conquistar tu libertad financiera.

El código del dinero te revelará lo que nunca te han enseñado en la escuela, en la universidad o en casa sobre el dinero: estar al mando de tu economía, hacerla prosperar y ser libre. Un libro muy oportuno en estos momentos de incertidumbre económica y precariedad. Un manual ameno, riguroso y práctico que más allá de los utilísimos consejos prácticos para sacar mayor partido de nuestros ahorros, nos muestra cómo el desapego y la libertad aportan abundancia y prosperidad de forma natural. Porque, como dice el sabio, «no es más rico quien más tiene, sino quien menos necesita». Raimon es un maestro en este sentido.