

1er. Capítulo
Piensa, es gratis
Joaquín Lorente



Piensa, es gratis es un potente despertador y animador del cerebro de personas, grupos y empresas.

Joaquín Lorente

PIENSA, ES GRATIS

84 ideas prácticas para
potenciar el talento

Índice

Prólogo ²¹

Principio 1

Piensa, es gratis ²⁵

Principio 2

La suerte es el azar aprovechado ²⁷

Principio 3

**El triángulo del éxito: una idea,
bastante olfato y mucho coraje.
El del fracaso: muchas ideas,
bastante olfato y cero coraje** ²⁹

Principio 4

**El conocimiento es un motor parado.
Lo que lo mueve es la actitud** ³³

Principio 5

**El futuro es el tiempo que nos queda para
hacer lo que no habíamos hecho antes** ³⁵

Principio 6

**Si quieres conocer a tu mejor profesor
de energía, mírate al espejo** ³⁷

Principio 7

**Los buenos recuerdos, arrullan.
Los grandes proyectos, despiertan** ³⁹

Principio 8

**El pragmatismo es
el tren de aterrizaje de los sueños** ⁴¹

Principio 9

**En el límite de tu fuerza empieza
tu debilidad** ⁴³

Principio 10

**En muchas empresas hay exceso
de papel y déficit de piel** ⁴⁵

Principio 11

**Si no sabes lo que persigues,
nunca sabrás adónde vas** ⁴⁷

Principio 12

**Como mínimo, el 51 %
de la vida es puro intercambio.
¿Qué tienes para cambiar?** ⁴⁹

Principio 13

**La genialidad rompe lo establecido.
Si todo lo mides por lo
conocido, jamás la alcanzarás** ⁵¹

Principio 14

**Si no ofreces un cielo,
jamás tendrás creyentes** ⁵³

Principio 15

**Una marca se hace creando
actos de fe ⁵⁵**

Principio 16

**Triunfar es convencer de que aquello
que ofreces interesa ⁵⁷**

Principio 17

**Una marca es un valor
en la mente del consumidor ⁵⁹**

Principio 18

**Una marca siempre es la
continuidad de quien la conduce ⁶¹**

Principio 19

**Para convencer de algo a
los demás, quien lo explica debe ser
el primer convencido ⁶³**

Principio 20

**Siempre sobra tiempo para fracasar;
el del triunfo siempre es escaso ⁶⁵**

Principio 21

**A la competencia siempre hay que odiarla,
pero jamás despreciarla ⁶⁷**

Principio 22

**No vendas porquería. Cuando lo haces,
lo que más apesta es tu futuro** ⁶⁹

Principio 23

**Si no despertamos con la utopía,
nos dormiremos con la realidad** ⁷¹

Principio 24

¿Comes o te comen? ⁷³

Principio 25

**Cuando te enfrentes, conoce
profundamente a quien tienes enfrente** ⁷⁵

Principio 26

**En la empresa sólo hay tres momentos:
crecer, permanecer y diluirse.
¿Cuál está viviendo la tuya?** ⁷⁷

Principio 27

**Sólo existe una razón por la que vendes:
convences más que tu competidor** ⁷⁹

Principio 28

**Tu gran competidor también se equivoca.
¿No te parece fantástico?** ⁸¹

Principio 29

Sólo lo concreto motiva ⁸³

Principio 30

Cuando no pasa nada, no pasa nada ⁸⁵

Principio 31

**Los pájaros pían, los perros ladran,
las ranas croan, los humanos hablan.
Y los más inteligentes,
mientras lo hacen, expresan cosas** ⁸⁷

Principio 32

**Si no tienes credibilidad, no tienes zapatos.
Y el camino está plagado de piedras** ⁸⁹

Principio 33

**Sentir no es pecado:
es el orgasmo del intelecto** ⁹¹

Principio 34

**La oreja es el receptáculo de la
obediencia. El emisor de tu capacidad
de ser y decidir es tu boca** ⁹³

Principio 35

**El dial del consumo se mueve
entre el 100 % racional y el 100 % emocional.
Encontrar el punto es empezar a sintonizar
con el consumidor** ⁹⁵

Principio 36

**Cada vez hay menos creyentes
y más consumistas basculantes** ⁹⁷

Principio 37

Los directivos de paso nunca consiguen ser directivos de peso ⁹⁹

Principio 38

Un triunfador es mucho más que un trabajador: es un obseso ¹⁰¹

Principio 39

Un directivo es alguien que aporta valor a su compañía. Si no lo hace, sobra ¹⁰⁴

Principio 40

¿Necesitas un gran reto? Toma nota: todo puede hacerse mejor ¹⁰⁶

Principio 41

Las cosas no son lo que son, sino lo que la gente piensa que son ¹⁰⁸

Principio 42

Por cada cosa que sabemos, ignoramos infinidades. Y cuantas más cosas nos interesan, más desconocimiento nos acompaña ¹¹⁰

Principio 43

Hazle caso a Arquímedes: usa palancas ¹¹²

Principio 44

**Vigila la calidad de tu energía.
La positiva hace avanzar; la negativa
frena y hace retroceder** ¹¹⁴

Principio 45

**La inspiración sin trabajo es
la excusa divina de los vagos** ¹¹⁶

Principio 46

**Cuanto más te alejas de la gente,
menos la conoces** ¹¹⁸

Principio 47

¿Eres conocido o reconocido? ¹²⁰

Principio 48

**Los microchips son compatibles
con las gambas** ¹²²

Principio 49

**La universidad es un rompehielos.
Los osos hay que salir a cazarlos** ¹²⁴

Principio 50

**Por cada empresario que sabe
crear valor para su marca, hay otro
que la manosea y destroza** ¹²⁶

Principio 51

**Un objetivo concretado en más de
dos líneas es una miopía** ¹²⁸

Principio 52

La gente sólo sigue lo que entiende ¹³⁰

Principio 53

**Al trabajo hay que llegar limpio,
digerido y leído** ¹³²

Principio 54

**Si ante cada reto actúas
como la gran oportunidad de tu vida,
al final acabarás encontrándola** ¹³⁴

Principio 55

**¿Cuántas veces le has
propuesto al jefe una mejora concreta
para la empresa?** ¹³⁶

Principio 56

**La vida complica las cosas.
Las personas y empresas eficaces
lo son porque saben simplificarlas** ¹³⁹

Principio 57

**Cuanto más limitado es
un jefe, más limita a su equipo la
posibilidad de pensar** ¹⁴¹

Principio 58

**De los errores no sólo hay que aprender:
hay que ganar** ¹⁴³

Principio 59

**Los virreyes incommunicados
acaban con los imperios** ¹⁴⁵

Principio 60

¿Creas o copias? ¹⁴⁷

Principio 61

**Las marcas, por encima de todo,
deben ser fortalezas** ¹⁴⁹

Principio 62

**¿Odias la publicidad?
El día que tengas algo que vender
la desearás como el aire** ¹⁵¹

Principio 63

**¿Te has preguntado exactamente
para qué inviertes en publicidad?** ¹⁵³

Principio 64

**El marketing es un sistema;
la publicidad, un arte** ¹⁵⁵

Principio 65

**La comunicación es el arte
de hacerse entender** ¹⁵⁷

Principio 66

**De vez en cuando hay que preguntarse...
¿cómo vamos de credibilidad?** ¹⁵⁹

Principio 67

**No siempre gana el más fuerte.
En el mercado, el acierto y el éxito
tienen barra libre** ¹⁶¹

Principio 68

**Avanzar es la mejor forma
de no retroceder** ¹⁶³

Principio 69

**Para «ser» hay que contar
consigo mismo. Para «existir» hay que
contar con los demás** ¹⁶⁵

Principio 70

**La libertad crea expansión.
Las limitaciones larvan mezquindad** ¹⁶⁸

Principio 71

**El esfuerzo para obtener
resultados es directamente proporcional
a la madurez del mercado en que
se compete** ¹⁷⁰

Principio 72

Sin personalidad eres una mosca ¹⁷²

Principio 73

**Cada uno es la dirección que toman
sus pensamientos** ¹⁷⁴

Principio 74

**La vida es lucha. Si no te sientes
luchador, considera el apearte** ¹⁷⁶

Principio 75

**Sólo nacer, toda idea novedosa
es candidata a cadáver** ¹⁷⁸

Principio 76

**Las grandes imágenes impresionan;
las grandes palabras presionan** ¹⁸¹

Principio 77

**El éxito tiene un alto componente étlico:
vigila que no te emborrache** ¹⁸⁴

Principio 78

**Lo peor del miedo es que
te derrota sin luchar** ¹⁸⁶

Principio 79

**¿Sólo tienes un problema? ¡Qué suerte!
Ahora sólo debes encontrar la solución** ¹⁸⁸

Principio 80

**Todo negocio se sustenta en dos piernas:
credibilidad y rentabilidad** ¹⁹⁰

Principio 81

¿Mandas o convences? ¹⁹²

Principio 82

**La frase oportuna es el machete
que abre camino en la selva** ¹⁹⁵

Principio 83

**El orgullo es un fijador de pelo
que atraviesa el cráneo** ¹⁹⁸

Principio 84

¿Empezamos a pensar que debemos pensar? ²⁰⁰

Prólogo

Este libro lo ha escrito quien hasta hace poco fue un inmenso *workaholic*, un alcoholico del trabajo, cuando después de cuarenta y cinco años de magníficos, grandiosos y constantes desafíos, batallas y experiencias, decidió descubrir una vida más sensata.

La sensatez, ese sillón íntimo y confortable donde reposa el cerebro sosegado, me aconsejó que no me podía largar llevándome la esencia de todo cuanto aprendí. Tenía que escribirla y ofrecerla a quien le pudiera interesar, no como relato de batallas para la historia sino, ojalá, como cerros de experiencia a quien pueda motivar. Por eso, éste es un libro de entrega.

Mientras vivimos, aun sin ser conscientes, todos vamos escribiendo nuestro libro. Éste yo lo inicié a los quince años, cuando empecé a trabajar como mensajero en la actividad que me enloquecía: la de crear y escribir publicidad. Desde entonces han pasado cincuenta años, el tiempo que ha tenido que transcurrir para que ahora lo tengas ante tu cerebro.

He tratado de que cada una de sus raíces se origine, penetre y se clave en la vida. A medida que vayas avanzando, observarás que sus ochenta y cuatro principios pertenecen a tres ramas que te ofrecen distintos frutos. La mayoría son principios para descongestionar y excitar la actitud íntima. Algunos se refieren al mundo empresarial. Y tan sólo tres sobrevuelan la publicidad.

Vengas de donde vengas y vayas adonde vayas, pienso que todos te tienen que interesar. El ser humano es un poliedro que a ratos busca su proyección, a ratos la suma con la de otros para construir

y vivir un proyecto común —la actividad profesional— y en ciertos momentos necesita hacer saber que es y existe. Por eso creo que de todos los principios podrás extraer savia para tu camino, porque éste es un libro escrito para el provecho y el bien de quien lo lea.

Sus principios transpiran y exhalan vivencias y experiencias, mías y de otros muchos con quienes tuve oportunidad de hacer y remar. Está escrito desde el tajo y la trinchera, la rasante calle y la gloriosa vida. Está todo lo que aprendí por mí mismo y lo que me inhalaron personajes excepcionales. En esos largos años vendí presidentes de gobierno y refrescos, frigoríficos y calentadores, pasta y bonos del estado, coches y autopistas, bancos y sofás, pañales y diuréticos, aire y raíces, emociones y razones, infinitos y finitos... juro que no te exagero si te digo que lo vendí casi todo.

Ahora, a vida ya oteada, me queda el inmenso placer de haberme entendido y compenetrado con seres a los que, sirviéndoles, tanto me sirvieron. Personajes que algún día la vida reconocerá como excepcionales en la construcción de nuestro país: Isidoro Álvarez y su leal e hiper-pragmático Juanjo Lagares; Antonio Corbella y su constante creatividad e intransigencia con la inconsciencia; Pere Astals y su permanente vuelo aterrizado; Vicente Tardío y su serena y asegurada responsabilidad; José Ángel Sánchez Asiaín y su increíble visión del futuro planeada por un histórico Manolo Sánchez del Valle y un contemporáneo Javier Bernal... estoy hablando de corporaciones empresariales tan trascendentes y bien templadas como El Corte Inglés, Sgaim, Clas, Allianz o BBVA, entre otras muchas.

En estas páginas también está el talento y el carácter de muchísimos más, porque la vida es un

permanente ejercicio de influencia y transmisión. Son la gente que me marcó y me hizo a través de su instante y sus vivencias esas cumbres de energía que, sin a veces mutuamente saberlo e incluso aceptarlo, nos rozan y nos hacen.

Sólo deseo, estimado lector que, cualquiera que sea tu circunstancia y momento, este libro te impregne y te sirva. Sólo por esto lo escribí. ¿Se le puede pedir algo más profundo y constructivo a la vida?

Principio 1

Piensa, es gratis

El 75 por ciento de nuestro cuerpo es agua, pero no hay que deprimirse. En la cúspide tenemos una masa blancuzca y gelatinosa cuyo peso oscila alrededor de los 1.300 gramos y a la que la naturaleza, siempre tan sabia, decidió proteger con una hermética y durísima caja, un auténtico búnker óseo. Estamos hablando de la más fascinante y poderosa máquina del universo: el cerebro humano.

A diferencia del resto de los animales que desde su origen siguen y seguirán en su estado primitivo, el actual imparable desarrollo científico, tecnológico y material, así como la hiperoferta de conocimientos, creencias, filosofías, bondades y maldades que nos envuelven, tienen su único origen en la más fascinante capacidad del cerebro humano: la de pensar.

Pensar es nuestra energía suprema, y nuestros pensamientos, ajustados a cada circunstancia, son determinantes en la conducción de nuestras vidas. Sin pensar seríamos simples vegetales; sin tratar de utilizar un mínimo de nuestra calidad pensante, puros animales. Debe de ser por ello que a quienes no ejercen esta capacidad, y cuando lo hacen sólo son capaces de desarrollar brutales instintos primarios, los calificamos como «bestias».

Ahora, cuando estamos entrando en este libro, es necesario recordar un hecho que, de tan conocido, a veces es lastimosamente olvidado. En un mundo en que el dinero es el instrumento más poderoso

para poseer y disponer, en el que prácticamente todo tiene un precio y por todo hay que pagar, la capacidad que todo lo decide, dirige y conduce, el poder de pensar, es un don natural. Todos lo poseemos y, como todo lo que procede de la naturaleza, en su origen no cuesta absolutamente nada: es gratis.

La suerte es el azar aprovechado

A quien no crea en el azar conviene recordarle que, desde un punto de vista matemático, todos y sin excepción somos una inconsecuencia del destino.

Por si lo dicho suena a descalificación o agravio, me explicaré: somos el resultado de una gloriosa eyaculación de nuestro padre en la que, entre cuarenta millones de espermias, uno sólo, concreto y determinado fecundó en el único y glorioso óvulo que nuestra madre, aquel mes y no otro, desprendió de entre los más-menos doscientos mil con los que inició su pubertad. El resultado de todo ello, si nos miramos al espejo, lo tenemos frente a nuestras narices: somos puro azar.

Puntualizado el origen, confieso que el azar siempre me obsesionó hasta tal punto que, siendo muy joven y leyendo al sagaz y brillante Winston Churchill, hice mía y para siempre una gigantesca frase: «La suerte es el cuidado de los detalles.» Debo reconocer que su sentencia me ayudó mucho. Hacer la llamada telefónica exacta en el momento preciso, interesarse por una cuestión concreta cuando los competidores dormían la siesta, ser infatigable hasta conseguir la precisión en lo grande y por supuesto y sin excusa en lo ínfimo, saber cuándo el dormir era descanso y cuándo se convertía en freno... aquellos mil mínimos detalles que tensan las neuronas y la

acción para ofrecer más que los demás, las entendí como determinantes para conseguir eso que algunos simplifican como «tener suerte». Era el cuidado de los detalles.

Bien apuntalado Churchill en el cerebro, y puesto que este libro es mío y no suyo, decidí encontrar mi propia definición de la suerte. Y para ello la conecté con el azar, el mismo que hizo que naciéramos y el mismo que constantemente se cruza en nuestro caminar.

¿Qué es el azar? Es la conexión inesperada. Y toda conexión contiene y arrastra hechos y circunstancias que, a su vez, conectadas con las nuestras, abren nuevos espacios, posibilidades, conflictos u oportunidades.

Para tener suerte hay que estar constantemente atento y vigilante respecto al azar. Hay que tener las antenas del cerebro bien limpias y estiradas.

El azar, los realmente despiertos lo cazan al vuelo. Les basta una mirada, una sonrisa, un «¿por qué no?», la insinuación de una posibilidad para, como mínimo, contemplar la conveniencia de anudar el contacto y tal vez recorrer y aprovechar un nuevo camino o atajo, porque lo que no se prueba jamás se conoce. Los eremitas, en su soledad, no le dan la menor oportunidad al azar.

Y cuando todo ha funcionado, uno recuerda que su suerte empezó porque detectó y estiró del invisible hilo del azar.

Off the record, pienso que las principales razones del éxito y la trascendencia de Internet son porque se ha convertido en el mayor provocador de azar de la historia.

**El triángulo del éxito:
una idea, bastante olfato
y mucho coraje.
El del fracaso: muchas ideas,
bastante olfato
y cero coraje**

Es lógico que muchos pretendan el éxito en lo que emprenden.

Pero el éxito siempre se encuentra al final de una carrera de obstáculos repleta de exigencias, contratiempos, zancadillas e incomprensiones que hay que estar dispuesto a asumir y afrontar. La base de los podios está construida con materiales fundamentalmente humanos: tesón, esfuerzo y una inquebrantable voluntad, fraguados con la inteligencia y la sagacidad.

Imaginemos una pirámide. En su cumbre, ese vértice superior que coincide con nuestro cerebro, fijamos nuestro gran objetivo, aquello que queremos conseguir. Es una sola cosa: concreta, lineal, sin laberintos, porque la dispersión es el mejor sistema para caer golpeado y rodando hasta el duro suelo.

A veces, una vez iniciado el descenso hacia las fases del desarrollo, podemos vislumbrar nuevas perspectivas que ni sospechábamos. Cuando

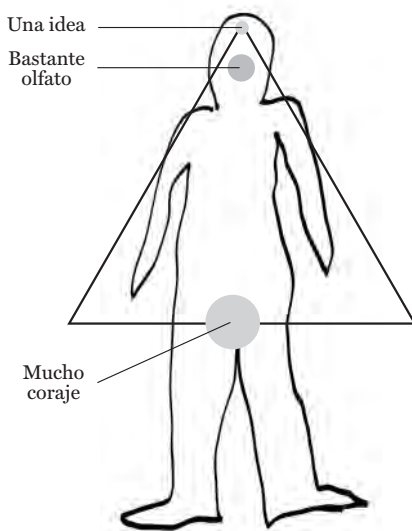
eso ocurre, lo importante es regresar a la cumbre y cambiar nuestro vértice, tomando conciencia de que nuestra intención inicial cambió. Habrá que reprogramarse mentalmente para el nuevo objetivo, siempre uno, siempre nítido, siempre allí, desafiándonos. Las metas sólo son eso.

Iniciado el descenso, muy pronto nos encontraremos con nuestra nariz, imprescindible para husmear los ambientes propicios y los adversos de nuestro entorno competitivo. La nariz nos tiene que servir para oler tempestades, adentrarnos en las esencias humanas, detectar tufos maliciosos y percibir los, muchas veces, ocultos matices que envuelven a nuestros interlocutores.

Ese don innato y desconocido que algunos definen como «sexto sentido», posiblemente se encuentre en la nariz. No en vano, junto a los ojos para

LA TEORÍA DEL TRIÁNGULO

El del éxito



explorar y los oídos para entender, es el órgano que más próximo se encuentra al cerebro.

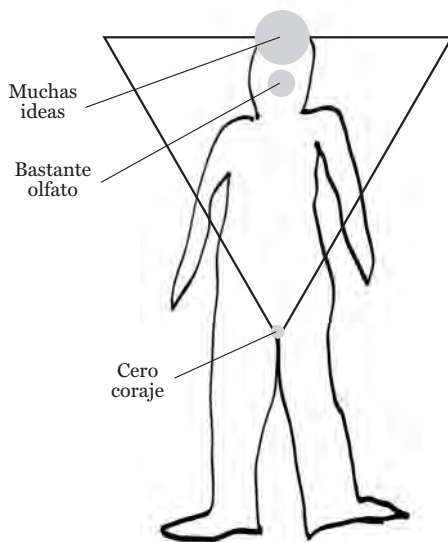
Por último llegamos a la base de nuestra pirámide, que a efectos de visual metáfora física situaremos exactamente a una distancia de algo más de un palmo por debajo del ombligo. Allí es donde se concentra la osadía pragmática y el tesón incombustible, aquel que no conoce más límite que el del agotamiento capaz de autoalimentarse para generar, ante las situaciones más desfallecedoras, nueva osadía pragmática y tesón incombustible.

Así se hizo y así se seguirá haciendo la historia. Todas las mujeres y hombres con dotes de liderazgo poseen este triángulo. Muchos lo ocultan pero lo practican. Otros, por su rol social o su ego, acaban mostrándolo.

Hoy, la cantidad, versatilidad y profundidad

LA TEORÍA DEL TRIÁNGULO

El del fracaso



de conocimientos al alcance de muchos tiende a invertir el triángulo del éxito. En la parte superior, es decir en el cerebro, el vértice de lo concreto y simple ha quedado sustituido por una ingente cantidad de análisis, estudios, encuestas, hipótesis, macro y micromodelos, comités, subcomités y mil y un discernimientos y teorías. La visión única, aguda y erecta ha sido aplanada y muchas veces aplastada por un exceso de conocimientos que a su vez incorporan nuevas dudas, un ejercicio permanente que, entre otros fines, tiene el de mantener económicamente a sus propagadores.

Si descendemos hasta el olfato, nos encontraremos que ha sido ampliado no de forma natural, sino con numerosos filtros que más tupidos se vuelven cuanto más poder se da a los generalmente temerosos niveles medios del organigrama. El resultado es un exceso de barreras que dificulta la respiración natural, que casi siempre pasa a ser asistida.

Cuando llegamos a la base de la pirámide, es fácil observar que ésta se invirtió y sólo queda un mínimo puntito de osadía y tesón, cualidades que, en determinados ambientes, acostumbran ser socialmente entendidos como ejercicios sudorosos y malolientes y, en el mejor de los casos, como vulgares exotismos biológicos en fase de decadencia.