

¿Por qué no nos dejan trabajar desde casa?

David Blay Tapia



DAVID BLAY TAPIA

¿POR QUÉ NO
NOS DEJAN TRABAJAR
DESDE CASA?

© David Blay Tapia

© ¿Por qué no nos dejan trabajar desde casa?

ISBN papel:

ISBN digital:

Impreso en España

Editado por Bubok Publishing S.L.

Índice

Prólogo. Por qué escribo este libro	7
Capítulo 1. Educados para sentirnos culpables	9
Capítulo 2. Horas perdidas en la oficina, dinero perdido en la empresa	31
Capítulo 3. El inicio: Busca tu lugar para trabajar	51
Capítulo 4. Trabaja por objetivos, no por horas	63
Capítulo 5. Adelantar trabajo. ¿Sí o no?	75
Capítulo 6. ¿Cómo consigo vencer las distracciones?	89
Capítulo 7. Las redes sociales como herramienta de trabajo, no de distracción	101
Capítulo 8. ¿Y cuándo descansamos?	115
Capítulo 9. El ejercicio físico, fundamental para concebir nuevas ideas	129
Capítulo 10. Mejora tu formación	141
Capítulo 11. Cómo trabajar si tenemos niños	153
Capítulo 12. El futuro es freelance	165

Prólogo. Por qué escribo este libro

Hubo un tiempo, no hace demasiado, en el que estudiar una carrera era sinónimo de tener trabajo. Y, además, esa labor tenía que ver de forma directa con aquello que habías estudiado. Si, por alguna razón, no conseguías un empleo que te gustara o satisficiera, siempre podías optar a otros menos apasionantes pero mejor remunerados. Hoy sigue habiendo casos de esta índole, como el de los diversos colectivos que trabajan en empresas auxiliares del automóvil cuando hay un incremento de producción en las fábricas que las grandes marcas poseen en España. Pero cada vez son más aislados.

Antes no era necesaria una altísima cualificación para afrontar según qué tareas. Pero muchas personas presentaban currículos brillantes, por encima de las exigencias del puesto requerido. Y esto no se veía como un problema, sino como una virtud: la de poder contar con un trabajador inteligente que además de hacer bien su labor podía darte ideas para mejorar tu rendimiento empresarial.

Hoy, sin embargo, TODO ha cambiado. El paro es muy alto prácticamente en todo el mundo. Para trabajar como camarero exigen un buen nivel de idiomas (algo lógico si la mayoría del turismo es extranjero). Y hasta personas con carrera y algún máster no son capaces de encontrar su lugar.

Pero más problemática todavía es la situación de la gente de mediana edad, despedida recientemente y ubicada en un limbo laboral del que es casi imposible salir. Unas empresas no los quieren contratar por estar sobrecualificados. Y otras, por no ser capaces de adaptarse a los ‘nuevos tiempos’.

Aun así, en esos nuevos tiempos (y éste es el objetivo de este libro) no están equivocados los trabajadores. Quienes erran son las empresas. Lo demuestra el número creciente de fracasos en la apertura de ‘nuevos’ negocios que en realidad se basan en los ‘viejos tiempos’. Y en el hecho de seguir considerando que trabajar más horas es sinónimo de trabajar mejor. Un error fatal para la mayoría de ellas.

Un amigo me pasó un artículo hace muy poco tiempo, cuyo titular era ‘El 75% de las profesiones serán nuevas en los próximos 10 años’. ¿Esto significa que no habrá sitio para los fresadores, los mecánicos, los libreros o los redactores de periódicos en papel? Sí lo habrá. Pero no supondrán, como hasta hace una década, el motor de cualquier economía. Hoy existen Interim Managers que entran en una empresa con problemas, la reflotan y cuando acaban el trabajo se van a casa. Community Managers que crean conversaciones en redes sociales con clientes de cualquier marca. CEO de start-ups que te hacen la vida más fácil a través de una APP en el móvil. Y una fiebre del emprendimiento basada en un solo razonamiento: busca trabajo de lo que te guste, porque tienes las mismas posibilidades de encontrarlo que si buscas del que no te guste.

Internet y las redes sociales lo han cambiado todo. Pero todavía nos falta el paso definitivo: que nos permitan tra-

bajar desde casa. ¿Cuántos estáis leyendo esto y trabajáis en vuestra oficina con un ordenador y un teléfono? ¿Y cuántos tenéis en casa un ordenador y un teléfono? Pues eso.

Capítulo 1. Educados para sentirnos culpables

Quizá no sea culpa nuestra. Ni siquiera de nuestros padres o nuestros abuelos. Pero hay una realidad en las generaciones que nacieron antes del siglo XXI: metieron determinadas frases en nuestro imaginario colectivo que repetimos como un mantra. Y ya sabemos que de la repetición llega el convencimiento.

Seguro que os suenan: ‘El trabajo dignifica’. ‘A quien madruga Dios le ayuda’. ‘¿Trabajas para vivir o vives para trabajar?’. ‘Cuando uno se queja de su trabajo, que lo pongan a no hacer nada’. ‘El mejor remedio contra todos los males es el trabajo’. ‘El trabajo duro purifica el espíritu’... Podría seguir dando ejemplos, pero posiblemente no sea necesario.

Con todo, ni nuestros padres ni nuestros abuelos disfrutaron de una de las suertes que se nos ha otorgado a nosotros: la capacidad de realizar nuestras gestiones laborales diarias desde cualquier lugar remoto. Ellos, como nosotros ahora, vivieron grandes crisis. Tuvieron que subsistir con lo justo. Y se enfrentaron a nuevos retos a medida que iban creciendo personal y profesionalmente. Pero JAMÁS tuvieron la oportunidad de compaginar su vida familiar y laboral. Su día a día siempre tuvo que estar ligado a un campo agrícola, a una oficina o a un coche y un maletín si su trabajo era eminentemente comercial. Por lo tanto, les fue IMPOSIBLE conjugar el verbo que tanto preocupa a nuestra generación: conciliar.

Uno de los ejemplos más claros del antiguo régimen puede encontrarse en el desgarrador libro ‘Historias de la cadena de montaje’, escrito por el estadounidense Ben Hamper. El americano no es un autor al uso, puesto que sólo ha escrito sus memorias una vez que ha perdido toda su razón de ser laboral. Pero el resumen aglutina todos los estereotipos de la era 1.0, que pese a parecer tan lejana todavía subsiste en la mayoría de las filosofías empresariales actuales.

Hamper nació y creció en Flint, el sancta sanctorum de la industria automovilística de Estados Unidos. Su abuelo y su padre trabajaron en la cadena de montaje de General Motors y él, pese a intentar deshacerse de la ‘tradición’ familiar, acabó siguiendo el mismo camino. Su retrato es el de muchos obreros del sector de las cuatro ruedas, pero es altamente trasladable a la mayoría de la sociedad occidental. A saber: una jornada tediosa y repetitiva, horarios incompatibles con la vida social, papel de la esposa como criadora de niños a los que apenas ves crecer y necesidad de que llegue el fin de semana para emborracharte y olvidar tus problemas. Así durante 20 años. Hasta que lo antiguo, por obsoleto e inmovilista, quebró. Curiosamente, con los jefes preguntándose cómo podía haber ocurrido tal cosa.

El americano es el máximo exponente del considerado éxito vital hasta hace muy poco tiempo: una persona con un trabajo estable y un sueldo digno, que forma una familia y contribuye a la comunidad. Algo por lo que hoy mucha gente mataría. Sí, estoy usando el verbo adecuado. Mataría. Tal es la desesperación de la mayoría de las personas que no saben ya qué hacer para encontrar un trabajo digno. Y de lo que se aprovechan las compañías que buscan la maximización de sus beneficios, no el bienestar de sus integrantes. Bajo el sentimiento de culpa que te imbuje la sociedad

(es recurrente la sentencia ‘Da gracias por tener trabajo’, como si no te hubieras ganado el tenerlo y no te merecieras mantenerlo con tu esfuerzo diario), fuerzan a aceptar condiciones muchas veces inasumibles. Y te hacen creer que tu concurso es imprescindible detrás de un escritorio o en una sala de reuniones. Que hay que trabajar más horas que antes con menos sueldo y la mitad de personal porque los sacrificios son necesarios en esta era. Y, curiosamente, los accionistas y grandes directivos viven con salarios, pluses y reparto de ganancias récord, mientras plantean ERE’s o ‘flexibilizan’ el trabajo. Lo que significa, en román paladino, que vas a percibir menos dinero por un trabajo cualificado. Aunque seas de los mejores de tu promoción. O el más innovador en tu sector.

Todas estas circunstancias han desembocado en una generación a la que se ha educado en un alto complejo de culpabilidad. En teoría, por las facilidades tecnológicas, podrían disfrutar de la vida mucho más que sus progenitores. Su trabajo es mucho menos físico. Disponen de mil opciones de ocio antes inexistentes y a precios sensacionales (¿cuánto costaba un fin de semana en Florencia cuando no existían vuelos low cost ni comparadores de hoteles en internet?). En muchas ocasiones disponen de la ayuda de padres y abuelos a la hora de criar a sus hijos. Y hasta, en situaciones extremas, pueden volver a casa de los mismos a vivir de su pensión, lo suficiente alta y estable para llegar a fin de mes.

Muchos, además, han adoptado el deporte como forma de vida. Comen más sano. No fuman. Beben un gintonic por placer, no por acumular copas en el cuerpo. Cuidan las amistades verdaderas y las otras las desechan para tratar de encontrar la felicidad. Y, a veces, hasta encuentran su

camino laboral soñado poniendo en marcha empresas impensables hasta hace sólo 10 años.

Y pese a todo, se sienten mal cuando tienen días libres. No paran de mirar el teléfono por si su jefe les han mandado un correo de última hora. Para estar pendientes de algo que tenían que recibir de un cliente. Lo hacen incluso cuando comen con su pareja o quedan con amigos. Porque les dicen que la tecnología es mala. Que dessocializa. Que es un yugo que te hace llevar el trabajo siempre auestas. Y creen que cometen una irresponsabilidad si no están pendientes del smartphone. Algo que, por cierto, no ha sido fomentado por ellos, sino por sistemas de trabajo basados en dejarlo todo para última hora, provocar reuniones en festivos o ceder los puestos directivos a personas sin capacidad de visión periférica. De los que nunca usan 15 minutos en sus despachos para pensar en la estrategia a medio y largo plazo, sino a los que se les ocurre algo y tiene que hacerse ya, aunque la tarea que estás realizando en ese instante sea más importante y productiva.

Es especialmente sangrante el caso de las profesiones que dependen de la tecnología. Y, aunque parezca lo contrario, el mejor caso para explicar este nuevo 'poder' de las empresas sobre sus trabajadores es el de aquel oficio que debería denunciar estos abusos.

EL CASO DEL PERIODISMO.

No es la profesión más común. Ni siquiera la mejor valorada. Un reciente estudio señala que es la menos atractiva después de la de leñador, aunque hay tantos estudios procedentes de tantas fuentes durante tantos días que ya no sabes si es verdad o una gracia para salir en los medios.

Lo que poca gente sabe es que, al menos en España, el sector de la prensa es el que más empleo ha destruido después de la construcción. Ni siquiera el financiero o el hostelero ha sufrido un descabezamiento similar. Y el mercado todavía sigue ajustándose. Lo que en términos no técnicos y económicos viene a significar, sencillamente, que sigue habiendo despidos y creciendo la precariedad laboral.

Vaya por delante que ésta es mi profesión. A la que amo. En la que sigo trabajando, a pesar de la crisis. Y donde no tiene absolutamente nada que ver lo que empecé haciendo en 1996 con lo que hago ahora. Lo que no significa que deje de ser periodismo lo que hago en la actualidad. Pero es un periodismo adaptado a las nuevas circunstancias. Ni mejor ni peor. Ha evolucionado como lo han hecho la atención al cliente, los seguros o la venta de automóviles.

Muchísimas personas, con gran parte de razón, dicen que los actuales medios ejercen una labor muy pobre. Que apenas hay investigación, ni reportajes que valgan la pena. Que todos los periódicos sacan las mismas noticias y únicamente se diferencian por la defensa a ultranza de diferentes ideologías. Por no hablar del periodismo deportivo y su radicalización entre ‘pro’ y ‘anti’ de cualquier cosa.

A todas las personas que nos acusan de ello quisiera explicarles algo con un ejemplo muy sencillo: antes había tres periodistas para escribir tres páginas. Hoy hay sólo uno, que además cobra menos que antes, para hacer esas mismas tres páginas. Trasladado a una cadena de montaje, si antes 100 operarios colocaban cada hora 500 parabrisas, hoy sólo hacen ese mismo trabajo 30. Una vez entendido esto, la pregunta es sencilla: ¿son más o menos seguros los coches que salen de las fábricas? Pues lo mismo ocurre con los diarios que salen de las rotativas.

Por propia experiencia y por conocimiento del mercado: el 70% de los periodistas en España no cobran ni 1.000 euros al mes. Yo no lo hice trabajando en sitios como Europa Press, COPE o Punto Radio y seguiría sin hacerlo si no fuera un profesional autónomo con varios clientes en cartera.

En ese caso, la segunda pregunta es: ¿qué podemos esperar del periodismo hoy? Con menos gente que nunca, menos cualificada (no por calidad sino por experiencia) y saturada de trabajo... ¿vosotros qué haríais? Pues lo que hacen ellos. Cumplir su trabajo lo más decentemente posible e irse a casa. Pero seguramente no podríais innovar en la empresa. Ni buscar un ascenso en base a actuaciones meritorias. Ni siquiera pedir un aumento de sueldo, viendo cómo han despedido a compañeros no hace demasiado.

A ello se le une una circunstancia que ha convertido la crisis del periodismo en un círculo vicioso difícil de gestionar: cada vez hay menos dinero en las empresas, que cada vez invierten menos en publicidad. Eso significa que cada vez hay menos ingresos en los medios tradicionales, por lo que despiden a gente, sobre todo a la más cara. Es decir, a la mejor (salvo algunas excepciones). Si esto ocurre hay menos gente y de menor rango para hacer el mismo producto, que obviamente tiene una calidad inferior. Y como no hay posibilidad de mejorarlo, cada vez se ingresa menos porque no es un soporte atractivo. Así hasta la desaparición. Lo expliqué en su momento en mi blog, que como es estrictamente personal me permite escribir lo que me dé la gana.

Hay periodistas buenos, regulares y malos.

Exactamente en la misma proporción que arquitectos buenos, regulares y malos. O que abogados buenos,

regulares y malos. Aunque se haya extendido la generalización de la crisis del periodismo, lo cierto es que hay de todo. Como siempre ha habido.

Es por eso que hay gente que da noticias y otra que no. Y medios que dan más noticias que otros, porque tienen mejores periodistas o simplemente no contratan becarios como mano de obra barata para copiar y pegar en lugar de instruirles en cómo buscar información.

Sin embargo, para entender la crisis del periodismo aquellos que no están dentro del mundillo deben saber varias cosas, concernientes a quiénes dirigen ahora los medios, qué tipo de sueldos se pagan, qué horarios se realizan y sobre todo quién debe vender el producto.

El primer apartado es sencillo: los ERE los realizan directivos que no son periodistas. ¿Esto qué significa? Que se cargan a la gente en función de lo que cobran, no de lo buenos que sean o de la capacidad que tengan de atraer lectores oyentes-televidentes-clicks a su medio. Con lo cual ocurren cosas como las de El País: un periódico rentable donde despiden redactores a causa de las pérdidas de las otras empresas del grupo y encima a muchos de los que echan eran aquellos a quienes la gente quería leer cada día.

Apartado dos: los sueldos. Pondré mi caso para que nadie se ofenda. Nunca, NUNCA, en un medio de comunicación de los llamados clásicos he llegado

a ganar 1.000 euros. Superé esa cifra trabajando en una productora, pero fue en época pre-crisis. Para que os hagáis una idea, alguno de los últimos afectados por la extinción de una radio tenía 598 euros de sueldo base, trabajando un mínimo de seis días a la semana. ¿Esto a qué lleva? A gente quemada o con poca experiencia que no consigue (no porque no quiera, sino porque muchas veces le falta rodaje) elevar el nivel de su medio para que éste tenga más fans y, en consecuencia, genere más publicidad.

Apartado tres, los horarios, aunque de esto es de lo que menos nos tenemos que quejar porque sabemos que son así desde que queremos ser periodistas. Pero es bueno que la gente lo sepa, más que nada porque no hay profesional al que no le hayan preguntado alguna vez en su vida ‘Ah, pero ¿tú trabajas el uno de enero?’. Por poner el caso de deportes, todos los fines de semana del año (o casi todos) se trabaja. Y muchas veces se realiza una jornada normal y luego se cubre un partido a las 10 de la noche, llegando a casa pasadas la una de la madrugada. ¿Que lo hacemos con gusto? Muchísimas veces. Pero los sueldos y la escasa flexibilidad de los jefes anteriormente mencionados van restando ilusión día a día. Y respecto a lo del uno de enero, siempre contestamos lo mismo: ‘¿Tú quieres escuchar la radio o ver la tele ese día? Pues alguien tiene que estar ahí’.

Pero el último apartado, después de esta introducción, es el que considero más importante. Pongámonos en un medio ideal: multimedia, con profesionales de

alto nivel, buenos sueldos y un prestigio a prueba de bomba. Es decir, el New York Times. Pues resulta que la web del NYT ¡no es rentable! Y mi pregunta es: ¿eso es culpa de los periodistas? A lo que respondo rotundamente NO.

No es trabajo de los periodistas saber cómo monetizar uno de los sites más visitados del mundo. Como no lo es encontrar nuevas formas de financiación para los medios. Tampoco decidir si hay que dar un impulso a lo digital en detrimento del papel. Y ni siquiera convertir su medio en un negocio próspero.

Porque eso, TODO ESO, es función de los comerciales y los directivos. Y los primeros paran en seco su trabajo cuando llegan a sus objetivos mensuales (sea el día 2 o el 24) y los segundos han demostrado que sólo saben despedir a la gente, porque nadie en TODO EL PLANETA ha sido capaz de no despedir a algún periodista durante 2012.

Así que acabo como empiezo. El futuro del periodismo ¿depende de los periodistas? Y mi respuesta, por desgracia, es NO. Porque los periodistas SÍ están haciendo bien su trabajo. Pero al final los que se quedan en sus puestos son los que están siendo incapaces de hacer bien el suyo.

Más allá de la empresa periodística tradicional hay, sin embargo, un mundo nuevo que florece. Basado en tres parámetros básicos: ofrecer algo viejo con una calidad inusual en estos tiempos, ofrecer algo nuevo a menor coste que lo

viejo o especializarse en perfiles inexistentes hasta hace poco tiempo y por lo tanto no saturados laboralmente.

En el primer caso, es paradigmático el caso de revistas de papel como Esquire, Forbes o Panenka. Las dos primeras pertenecen al grupo Spain Media, que creó Andrés Rodríguez para traer a España publicaciones que llevaban años triunfando en Estados Unidos. Cuando comenzó aquí lo tenía todo en contra: la crisis del sector, la caída de anunciantes, la negativa de la gente a pagar por algo que puede tener gratis en internet... Pero dio algo que el resto no daban. Diferenciación y calidad. Hoy Esquire es la revista para hombres (y mujeres, como ellos mismos dicen) más leída del país. Y Forbes es rentable. Algo diferente fue el caso de Panenka, donde una serie de redactores afectados por el cierre de la histórica Don Balón entendieron que la gente es muy futbolera. Y que no quiere consumir cada día si Messi calza botas naranjas o Cristiano lleva gorra con traje, sino conocer historias del deporte que tanto les apasiona. Contadas, a ser posible, por gente que admiran y a la que siguen fielmente en redes sociales. En ello se basaron, pero en lugar de hacer una tirada fija (con el riesgo de perder dinero si no vendían un determinado número de ejemplares) plantearon dos opciones de venta: directa, donde te imprimían la revista o te la mandaban a casa o por suscripción. Esto supuso GRATIS un estudio de mercado sobre cuánta gente quería su producto. Y resultó que era mucha, así que hoy ya venden en los principales kioscos de las principales ciudades.

El segundo caso decidió extinguir lo que muchos querrían hacer desaparecer en sus oficinas: el súper directivo obsoleto que no es capaz de adaptarse a los nuevos tiempos y toma decisiones erróneas que van arruinando a la empresa, mientras él sigue cobrando un salario desproporcionado

con la realidad y provocando despidos de gente que sí hace bien su trabajo. Un claro ejemplo es ElDiario.es, un medio de comunicación online donde todos los redactores cobran un sueldo decente y donde entra la publicidad suficiente para que no haya pérdidas. ¿Cómo? Al contrario que en El Mundo o El País, destinando el dinero a los trabajadores, no a una cúpula fuera de la realidad. Lo explica maravillosamente su director, Ignacio Escolar, en esta entrevista concedida a la edición digital de Forbes en agosto de 2013.

Los medios están en crisis. Internet no paga redacciones. Los periódicos no se venden. La prensa está comprada. No es fácil encontrar mensajes de aliento para el periodismo. Y llega Ignacio Escolar y suelta a bocajarro que *eldiario.es*, el periódico *online* que fundó hace menos de un año, ya ha empatado los números. Tienen 1,4 millones de lectores al mes según Comscore y acaban de alcanzar los 5.000 socios, que pagan 5 euros mensuales (básicamente por apoyar el proyecto, aunque además reciban a cambio en su casa la revista en papel que se edita trimestralmente o tengan cierto adelanto temporal en algunos contenidos). Están ahora en un gasto anual en torno a un millón de euros y sus ingresos, procedentes fundamentalmente de la publicidad, ya cubren ese gasto. No pierden dinero.

¿Cómo lo han logrado?

“Actuando como si fuésemos libres”, dice Escolar. En *eldiario.es* saben lo que quieren ofrecer: han demostrado su músculo frente a la prensa establecida

con exclusivas como la entrevista grabada en vídeo a Hervé Falciani, el ex informático del HSBC que robó los datos de evasores fiscales de toda Europa. Y saben el modelo que han elegido para hacerlo. “Tan rojos que éramos y al final hemos salido todos empresarios” dice sonriendo tras enumerar los medios que han surgido de la mano de ex trabajadores de *Público*: *Mongolia*, *Líbero*...

¿Qué piensa al oír que hay crisis en los medios?

Que es verdad. Eso no significa ni que vayan a morir ni que no se puedan empatar los números. Hay que pensar qué es un diario otra vez. Cuando era un producto basado en la producción industrial y la distribución física no podías pedir sólo las páginas que te interesaban de varios periódicos. Eso hacía que la gente comprase un único diario.

Desde que la distribución es por Internet no se lee un único diario y tiene más sentido tener una redacción enfocada a un área. Eso permite medios mucho más baratos en los que además la propia redacción es la dueña de la empresa que edita. Dicen que Internet no da para pagar redacciones. No es verdad que no dé para pagar redacciones. Lo que no es soportable es el coste de algunos ejecutivos que cobran cada uno lo que *eldiario.es* gasta en total en un año. Se pueden pagar redacciones, no la planta noble que tenían los periódicos de papel.

¿Ayuda que se haya hundido el kilo de periodista?

Todos cobramos menos de lo que cobrábamos en otros sitios. Pero pagamos a todo el mundo y no hay ningún sueldo por debajo de 1.000 euros. No estamos pagando menos que cabeceras bastante más consolidadas.

Es usted el principal accionista. ¿Es importante mantener el control?

Somos 16 accionistas de los que el 90% trabaja en la redacción. Los que no, son sobre todo amigo que nos han apoyado. Por estar, está como accionista incluso mi madre. Yo soy el principal accionista porque, como director de *Público*, aprendí que quien manda en la redacción es el editor, el dueño, no el director. En *Público*, vi cosas que yo no habría hecho de haber sido el dueño y que fueron la semilla del cierre. Cuando le dices a un montón de gente que deje su trabajo y se venga contigo te haces responsable de ellos. No hay nada peor que la responsabilidad sin el poder.

¿Cuánto se ha vendido ya la prensa a la publicidad?

Lo que está pasando ahora es que muchas empresas de comunicación se endeudaron durante los años buenos y se han encontrado con que los anunciantes son sus dueños, se sientan en el consejo de administración. De toda la vida, en los medios de comunicación españoles (y en los extranjeros ya ni te cuento) ha habido capacidad para desafiar a un anunciante, para decir tengo una información y la

voy a dar. Lo que es muy importante es marcar tú mismo desde el principio cómo es la relación y a qué tienes derecho si eres anunciante. En nuestro caso te da derecho a tener una audiencia muy cualificada, muy amplia y ya está. Al final el modelo se basa en que la veracidad que el lector le otorga a la información también se la da a la publicidad en cierto sentido. Si combinas información y publicidad o si te pones al servicio del anunciante, ni su anuncio vale mucho, ni tu medio vale gran cosa.

¿Qué piensa de cómo se cerró ‘Público’?

Que no estuvo a la altura ni del pasado ni de la fundación del periódico. Fue impresentable. No tiene sentido que una empresa no tenga dinero para pagar a los trabajadores y sí para invertir en Internet. Se habla de que importantes cabeceras españolas podrían hacer de pago su contenido.

¿Eso es bueno?

Desde luego para nosotros sería positivo. Nos ayudaría a crecer. De todas maneras yo no creo en el modelo de pago en Internet. Siempre se pone como ejemplo al *New York Times*, que no es que sea el mejor periódico de EE UU, es el mejor periódico del mundo. El modelo tiene que ser que la gente te apoye porque ve necesario que existan medios independientes.

La tercera opción ha conseguido que muy buenos profesionales encuentren acomodos que no se planteaban hasta

hace muy poco tiempo, aunque también ha hecho proliferar una serie de cursos para enseñar determinadas aptitudes que parece que pueda tener cualquiera. Y no es así. Existe el convencimiento en España que la comunicación, la publicidad o el diseño puede hacerla cualquiera. Seguro que alguno de los lectores de este libro contrató a su sobrino como Community Manager por 100 euros, no le fue bien y cuando quiso buscar a un profesional receló de él porque la experiencia previa no había sido satisfactoria. El paralelismo es sencillo: cualquier aficionado a la fontanería puede arreglar un grifo si gotea, pero usted no lo contrataría si tuviera un escape de agua en su chalet de la sierra. Esta realidad social, en la que parece que cualquiera puede ser bueno en tareas creativas, la refleja un artículo escrito por el diseñador Xavi Calvo en el periódico digital Valencia Plaza en abril de 2014.

Como diseñador prefiero decir que un cartel no es adecuado, que no cumple su objetivo de comunicar algo (la comunicación de un mensaje es la esencia del diseño, no confundir con el arte), pero hay que reconocer que carteles horripilantes pueblan nuestras calles y desprenden nuestras ya mal acostumbradas retinas. Pero claro, esto es lo que opina un diseñador, y no lo que la mayoría del público detecta.

Tenemos un problema de educación visual. En entornos en los que un valor (pongamos el diseño) es maltratado, el paso del tiempo consigue que se pierda conciencia de qué está bien o mal (diseñado) ya que lo mediocre se convierte en estándar. Así, en pocas décadas, Valencia ha pasado de lucir unos sublimes

carteles de fallas a vulgares obras de aficionados con ordenador.

Pero alguien hace esos malos carteles, ¿no?

Desprofesionalizar los encargos a la hora de contratar diseño lleva a la destrucción de un sector. No darle importancia a la comunicación de una empresa o institución lleva a corto plazo a una situación donde ya no se echa en falta hacer las cosas bien, y no ser consciente de la pérdida de calidad suele llevar a ese bucle del que es difícil reponerse, y lo peor es acostumbrar a que hacer las cosas mal no está tan mal. Es lo que veo que ha ocurrido al no cuidar la aplicación del diseño a rótulos comerciales, a carteles institucionales o incluso al mundo del envase.

Como en muchas profesiones creativas, la falta de criterio crea una falsa noción de que cualquiera puede hacerlo, el caldo de cultivo ideal para que el intrusismo aparezca en este destructivo bucle que tanto temo. Como remate, cuando ambas partes entran al juego de la ausencia de buen criterio proliferan también los concursos especulativos de diseño, mala práctica donde las haya que da por sí misma para otro artículo.

Recientemente estuve en Oporto. Mucha gente define las grandes ciudades portuguesas como si la España de los 50 se hubiese congelado, como un viaje en el tiempo a una bella decadencia, y lo cierto es que pude disfrutar de una de mis obsesiones, la tipografía

aplicada a fachadas y a rótulos con una maestría que ya me gustaría ver en las calles de mi avanzada (nótese la ironía) ciudad.

Se ha perdido el arte de la rotulación para destacar un comercio frente a la competencia, nos hemos acostumbrado a rótulos que no ofrecen nada, una salida al paso de poner el nombre del negocio cara a la calle sin pensar en la función que debe cumplir. Es lo peor que le puede pasar al diseño, deja de ser diseño para ser una palabra escrita, un dibujito o una idea mal plasmada.

Opino que es bueno y necesario ser críticos con esta situación de diseño de saldo. De hecho, uno de mis miedos es que el silencio de un sector a manifestarse públicamente termine con no tener elementos buenos, ejemplos buenos a la hora de hacer un balance o de criticar. Sería lamentable que llegase un momento en el que un diseñador que empezase sólo pudiese ver buen diseño echando la vista atrás y no tuviese un momento contemporáneo como buen modelo.

No me refiero a despellejar cualquier atisbo de falta de profesionalidad o el uso de Comic Sans. No creo tampoco que señalar a quien no haya contratado a un diseñador vaya a beneficiar a nadie y uno es libre de hacer uso de los sectores y de los profesionales que le venga en gana o que económicamente pueda permitirse, así que en este sentido y a modo de autocrítica es momento de que seamos los diseñadores

los que entendamos que el problema es nuestro y, como tal, pensemos qué está en nuestra mano por cambiar el panorama.

En España los apoyos institucionales se han diluido con los años, las administraciones públicas ligadas al diseño se fueron por otras órbitas o directamente se estrellaron y los organismos que gestionaban diseño y empresa han desaparecido entre canibalismos gubernamentales víctimas de malos asesores y pésimos directivos. Por otro lado, el asociacionismo profesional no está demostrando saber reaccionar ante una realidad de cambios de fórmulas y modelos, y es fuera de estos círculos donde surgen propuestas más interesantes que incitan al intercambio de opinión, conocimiento y debate.

Se apuesta, además, poco a nivel institucional por la crítica del diseño, algo que sin duda haría madurar a la profesión, y acercaría la sociedad a este mundo tan mal entendido e incomprendido a veces que es el del diseño y la comunicación visual.

Este problema de educación visual no sólo aniquila el criterio de una sociedad al juzgar un diseño sino también a la hora de valorar la función del diseño como herramienta comunicativa. ¿Y qué hace falta para recuperar una buena cultura visual? ¿Podemos reeducar nuestras retinas o nos damos por perdidos y convertimos las escuelas de diseño en hamburgueserías gourmet?

Hace falta mucha labor pedagógica. Y no sólo somos los diseñadores los que nos tenemos que dedicar a ello con nuestros clientes sino que hay armas que en buenas manos pueden hacer buena tarea. La televisión es un medio que al igual que destruye criterios (y neuronas) también es capaz de reeducar. Una caja erróneamente llamada tonta que ha demostrado que a base de insistir en una temática es capaz de relanzar todo un sector como el de la gastronomía en tiempo récord.

En apenas meses hemos visto que todo canal, público o privado, tiene su propio programa de cocina. Formatos de otros países, programas nuevos, copias de copias, adaptaciones, realities, concursos... Toda la parrilla televisiva actual está tocada por el mundo gastronómico, lo cual, a su vez, inunda las redes sociales y ha coincidido con un momento de eclosión y a la vez de afirmación de grandes talentos patrios con nombres y apellidos, convirtiendo la cocina en el fenómeno del momento dando el salto de los medios especializados al público general. Ahora hay un crítico de cocina en cada casa y tras cada cuenta de Twitter.

Por otro lado, para que la gastronomía haya llegado a triunfar en la televisión nacional primero ha pasado por otra importante fase de aceptación popular como fue la publicación de crítica gastronómica en prensa, ese paso necesario para ser materia de interés cultural.

En buenas manos, y entendiendo el diseño como un ejercicio teórico y de valor cultural, los programas o espacios de tv orientados al público general educarían visual e intelectualmente al espectador, además de ayudar al sector del diseño, lo cuál favorecería directamente al tejido empresarial nacional, ya que el buen diseño utilizado de forma inteligente es una importante ventaja competitiva a la hora de vender tanto local como internacionalmente productos y servicios.

Si consumimos diseño, ¿por qué no existe la crítica de diseño como algo popular, al igual que la gastronómica, cinematográfica o literaria?

No sé si esta ausencia de criterio general es causa o consecuencia de que si bien lleva un par de décadas debatiéndose de fronteras hacia afuera cómo debería ser la crítica del diseño gráfico, en España no existe un histórico en el análisis del diseño gráfico (al igual que la profesión como tal llegó tarde). Es un problema que no va tanto por reinventar el sector sino por generar foros de debate a varios niveles y motivar la crítica y la autocrítica. Pensar, al fin y al cabo, que es lo que le falta al diseño de saldo que ha convertido al diseñador en un mero técnico de herramientas informáticas.

Estas apocalípticas líneas son realmente una llamada a las armas. A perder el miedo a empuñar la crítica, razonar, a veces ganar y a veces perder, discutir, aprender a argumentar como la mejor defensa y

generar debates. Será bueno para toda una sociedad, no sólo para el diseñador.

El diseño no es sólo el dibujo impreso, la etiqueta o el cartel, es el proceso que lleva a una solución final. Porque como dice **Juli Capella**, “todo está diseñado pero no todo está bien diseñado”.

Critiquemos, que algo queda.

La conclusión a este capítulo inaugural es muy sencilla. Ya no trabajaremos como lo hacían nuestros abuelos. Quizá, incluso, ni siquiera como lo hacían nuestros padres. ¿Es esto malo? En absoluto. Aunque desprenda un pequeño tufo catastrofista, este libro trata sobre todo lo contrario. Somos la primera generación de la historia que va a tener la oportunidad de trabajar desde su casa (muchos de nosotros, no todos) y, si nos dejan, ser MUY productivos y además poder compaginar nuestra vida laboral con la personal. La cuestión es si ‘los que mandan’ están preparados para aceptar que somos los suficientes responsables para hacer bien nuestro trabajo sin que nos vigilen como a niños del colegio. Y, para ello, debemos primero evidenciar los errores laborales que cada día más se cometen en muchísimas empresas. Y que (esto es lo que deberían entender) les hacen perder dinero y competitividad. Algo que vamos a demostrar en el siguiente capítulo.

Capítulo 2. Horas perdidas en la oficina, dinero perdido en la empresa

España es esto. Ni más ni menos. Comencemos por leer un artículo ante el que cualquiera de nosotros dará cabezadas pensando ‘esto ya lo he vivido’.

Mucho se ha debatido acerca de uno de los males que aquejan a la economía española, pero se han tomado pocas medidas al respecto. ¿Por qué la productividad española es baja? ¿Cómo se podría mejorar?

Consideremos el caso de Ana. Ella entró de joven a trabajar en una oficina, sin haber terminado sus estudios, ya que “no le gustaba”. De esto hace ya más de veinte años.

Cuando empezó su carrera, aún no había ordenadores, así que aprendió a manejar por su cuenta la máquina de escribir y manejaba la calculadora como nadie, como le gustaba decir a su jefe, Paco.

En la oficina tenían un horario “a la española”, es decir, a jornada partida. De nueve a una y media, y de tres y media a ocho, de lunes a viernes, y el sábado por la mañana, de diez a dos, es decir, cuarenta y nueve horas.

Desde hace unos años, su jefe ha considerado que con trabajar de lunes a viernes era suficiente, con lo cual algo ya se ha mejorado. De todos modos, en muchas ocasiones, Ana se queda hasta las nueve o diez de la noche, y si hace falta va el sábado o incluso el domingo.

La empresa ha crecido en estos años, y ahora Ana es la responsable de administración, y tiene dos personas a su cargo. Aunque le falta formación en algunas cosas, como tiene mucha experiencia y conoce la empresa y el programa de gestión que utilizan como la palma de su mano, va solucionando las cosas, le cueste el tiempo que le cueste.

Sin embargo, ahora ya no está muy contenta en su empresa. Hace unos meses tuvo su primer hijo. Tras la baja maternal, se reincorporó al trabajo, teniendo que pelear con Paco por la hora de lactancia que le correspondía, y teniendo alguna trifulca con él cada vez que tenía que ir al médico con el niño.

A Ana le da pena estar todo el día sin ver a su hijo, y además se le ha acabado la hora de lactancia. En ocasiones aún tiene que quedarse hasta tarde, repasando las cuentas, ya que el programa de gestión que tienen es muy sencillo y ella no tiene un gran conocimiento en hojas de cálculo, pero nada no se arregle dedicándole un poco de tiempo.

Comentándolo un día con una amiga del colegio a la que se encuentra por la calle, ésta le dice que ha llegado a un

acuerdo con su jefe, y ahora hace horario de mañana, con lo cual por las tardes está con sus hijos.

Ilusionada, Ana se lo propone a Paco, su jefe, que se niega en redondo.

—Parece mentira, Ana, que me propongas eso, tantos años aquí, ya sabes la cantidad de trabajo que tenemos atrasado, y aún me propones trabajar menos horas...

—Pero Paco, trabajando de siete a tres sólo sería una hora menos, y seguramente el trabajo que haga en las nueve horas a jornada partida sea capaz de hacerlo en ocho por la mañana, y además estoy dispuesta a cobrar un poco menos por esa hora que no trabaje...

—Sí, seguro que vas a hacer el mismo trabajo... Entonces, qué me estás diciendo, ¿que ahora te rascas la barriga? Lo dicho, sabes que hay mucho trabajo atrasado, así que no se hable más.

Ana se va para su casa desolada. Tras unos días meditándolo, le dice a su jefe que deja el trabajo. A Paco le cuesta entenderlo. Un día su empleada de toda la vida le hace una petición bastante absurda, y a los pocos días se va de la empresa.

Paco contrata a Inés, una joven licenciada con varios años de experiencia en una empresa de la competencia. Inés es organizada y tiene un buen dominio de la informática.

En poco tiempo, consigue organizar de otra manera el departamento, y saca adelante todo el trabajo que tenían atrasado. Además, prepara unas hojas de cálculo dinámicas vinculadas al programa de gestión a través de ODBC, con lo cual tiene unos informes bastante interesantes “en tiempo real”, sin tener que dedicarles infinidad de horas.

Gracias a lo cual le sobra tiempo para hacer aún más tareas. Parece que las cosas han mejorado bastante.

Sin embargo, hay algo que preocupa a Paco.

Esta chica siempre sale a las ocho en punto, no hace ni un minuto de más. Donde estuviera Ana... Ella sí que trabajaba...

Tras estar una temporada meditando sobre su futuro, Ana se ha preparado, ha hecho la carrera de Administración y Dirección de Empresas, y un curso de Excel avanzado.

Hace poco ha encontrado trabajo en una empresa que sí valora el esfuerzo, pero que lo que en verdad aprecia es la contribución al valor que hace cada empleado. Está contenta. Y trabaja horas de más si la situación lo requiere, pero no por que sí.

El modelo productivo en España ha estado basado demasiado tiempo en dos sectores, el del turismo y el de la construcción, de un bajo valor añadido. Esto, unido a la gran temporalidad que hay en España y la

poca productividad provoca que la crisis esté teniendo en nuestro país efectos mucho más grandes sobre el empleo.

Por lo tanto, y de cara al futuro, es necesario sentar las bases para que la productividad española esté al nivel que le corresponde.

Porque la competitividad de España no depende sólo de los costes salariales (muchos piden que se abaraten los despidos, y algunos, que se bajen los sueldos a los trabajadores).

Se trata de construir un modelo productivo competitivo, y para ello hay que invertir en bienes de capital (maquinaria, ordenadores...), I+D+i pública y privada (nuestro país aún está lejos de los punteros), infraestructuras y telecomunicaciones (la Bandaancha de este país también está muy lejos de las de nuestro entorno), y en formación, gracias a la cual sin duda somos también mucho más productivos, como lo era Inés.

Lo que no hay que confundir es productividad con horas de trabajo (si acaso, operan en sentido inverso, si alguien hace el mismo trabajo en menos horas, es más productivo).

Tampoco se pueden confundir productividad y producción: la productividad sería la producción por unidad (por hora, por ejemplo). Así, si Inés tiene una productividad de 2 y Ana de 1, pero Inés trabaja

cuatro horas, y Ana 10, la producción de Ana (10) será superior a la de Inés (8).

Después de leerme miles de post como éste y de mantener largas conversaciones con amigos y conocidos, hemos llegado a una conclusión común: de las ocho horas que en teoría se trabajan en nuestro país, cada día desaprovechamos casi cuatro. Y no estoy exagerando. Por eso muchas veces hay que quedarse en la mesa hasta altas horas de la noche. Cuando no haría falta en la mayoría de los casos.

Pero desgranemos esta teoría para demostrar lo que decimos. Quien no se vea identificado puede replicarme en mi cuenta de Twitter @davidblaytapia. Con gusto debatiremos sobre ello. Partimos de la base de una jornada partida habitual, en la que una persona trabaja de 9 a 14 y de 16 a 20 horas. Algo que, de inicio, ya excede las ocho horas diarias ‘reglamentarias’.

9-9:30.- Llegada a la oficina. Cafecito con los compañeros. Comentario sobre el partido de fútbol o la serie de anoche. PRODUCTIVIDAD: -30 minutos

9:30-11.- Inicio real del trabajo. Podríamos descontar los primeros 15 minutos consistentes en encender el ordenador, leer todos los mails y comenzar a ordenar las ideas. Pero supondremos que esto entra dentro del trabajo puro. PRODUCTIVIDAD: 90 minutos

11-11:30 (que acaba siendo 11:45).- Parón para almorzar. Da igual si es un sándwich traído de casa o un bocadillo con cacao y carajillo consumido en el bar de abajo. El parón es obligatorio y suele alargarse. Lo demuestra la pro-

verbal frase de uno de los componentes de la mesa ‘vamos a subir ya que nos van a echar la bronca’. PRODUCTIVIDAD: -45 minutos

11:45-13:15.- Segunda fase del trabajo matinal. Realización de llamadas o informes, alguna reunión aislada y previsión del trabajo que nos dejaremos para la tarde. PRODUCTIVIDAD: 90 minutos

13:15-14:00.- Como consideramos que ya hemos cumplido nuestros objetivos matinales, desembocamos en gestiones diversas (habitualmente de índole personal). Esto es: hablar con los abuelos para decirles que no llegamos y que recojan a los niños del colegio, entrar en Facebook a ver qué han puesto nuestros amigos hasta el momento, contestar los WhatsApp que nos han ido llegando, concretar la cita con algún amigo para comer, salir a hacer alguna gestión en el banco alegando que hemos dejado todo hecho... PRODUCTIVIDAD: -45 minutos.

16-16:30.- Llegada al trabajo tras una copiosa comida fuera de casa o después de una pequeña e insuficiente siesta en nuestro domicilio. Nos hace falta un café. Nos lo tomamos con los compañeros mientras comentamos qué planes tenemos para el fin de semana, lo cabrán que es nuestro jefe o cómo nos hace la vida imposible el de Recursos Humanos. PRODUCTIVIDAD: -30 minutos

16:30-19:00.- Aunque parezca mentira, este es el período de mayor actividad. No solemos merendar en el trabajo, así que nos centramos en cerrar las tareas que hemos dejado pendientes por la mañana o adelantar otras para ir menos

cargados al día siguiente. Suele haber alguna reunión o alguna llamada de un superior a su despacho, pero lo cierto es que la tarde parece ofrecer menos presión que la mañana, donde todo el mundo necesita las cosas para ya mismo. PRODUCTIVIDAD: 150 minutos

19-20:00.- Estamos cerca ya de salir de la oficina, cansados por haber trabajado a tope por la tarde y consideramos que hemos cumplido nuestro papel por hoy. Esta, si miramos los historiales de los ordenadores, es una de las horas más activas en redes sociales. Pero también la que se aprovecha para consultar por internet el viaje que queremos hacer en el próximo puente festivo o para encontrar gangas en ropa o accesorios. Al fin y al cabo, no podemos ir de tiendas con el horario que tenemos. PRODUCTIVIDAD: -60 minutos.

Sumemos pues. Nuestras horas trabajadas REALES suman cinco horas y media. O lo que es lo mismo, sobre una jornada de nueve horas tiramos a la basura tres y media. Multipliquemos estas cifras por los días de trabajo anuales (una media de 300) y concluyamos un dato altamente preocupante: perdemos al año más de 30 días mientras estamos trabajando. Sin contar festivos, fines de semana y vacaciones. Poco más hay que decir.

¿Cuál es el problema de esto, aparte del más que evidente? La realidad es que no es sólo uno, sino que confluyen varios. La mayoría de los trabajadores afirman en distintas encuesta no sentirse realizados con el trabajo que hacen. Ni siquiera los grandes directivos, que por mucho dinero y poder que acumulen aseguran estar quemados por la responsabilidad y las decisiones difíciles que deben tomar.

Tendemos a creer en la afirmación que señala que una persona aumenta su incompetencia a medida que sube de categoría empresarial. Pero muchas veces no analizamos que aquello por lo que ascienden a esa gente es lo que menos pueden poner en marcha desde su nueva posición, como consecuencia de los viajes continuos, las reuniones interminables y el incesante papeleo al que deben hacer frente. Algo que antes no debían realizar y que limita absolutamente el talento que exhibieron, que tanto sirvió a la empresa y que llevó a ésta a la decisión de otorgarles más galones. Un ejemplo claro es el economista Fernando Giner. Durante 10 años fue director de la Escuela de Negocios Estema, pero lejos de sentirse realizado acabó ejerciendo el papel de un gestor más que el de un ideólogo para mejorar las prestaciones del centro. Consciente de que podía ayudar mucho más a la sociedad como freelance, dejó un cargo seguro y bien remunerado para establecerse como consultor externo. Hoy, apenas un lustro después, es una referencia en los medios de comunicación. Pero sobre todo ha revolucionado el emprendimiento en la ciudad de Valencia. Apadrina la Operación Emprende de la Asociación de Jóvenes Empresarios. Ha escrito libros sobre principios básicos para emprender y los errores más habituales de las pymes. Y ha fundado la escuela Capitol, destinada a promover una nueva formación profesional basada en la realidad de la sociedad del siglo XXI. Todo ello sin oficina fija, disponiendo de su tiempo solamente para proyectos que le apasionan. Y contagiando su entusiasmo y su capacidad de hacer ver que sí se puede mirar al futuro con optimismo a gran parte de los jóvenes de la sociedad. El colectivo más pesimista con respecto a sus posibilidades laborales inmediatas.

Pero más allá del contento o descontento de las personas, este capítulo habla del problema real de las empresas: contabilizar el rendimiento por las horas ‘trabajadas’ y no por los objetivos conseguidos. Mucha gente es infeliz porque apenas puede ver a su familia. Porque no tiene tiempo para tomar una cerveza con los amigos. Porque hasta le es complicado poder llegar a hacer una compra de urgencia con el supermercado abierto. Y en gran parte la responsabilidad del fracaso del modelo laboral recae en los directivos. Muchos de ellos no son capaces de sentarse en su sillón media hora al día para definir QUÉ QUIEREN EXACTAMENTE. Y como no se sabe, el trabajo del día a día de una persona media se basa en ir solventando ‘lo que va saliendo’ o en el ya clásico ‘apagar fuegos’. ¿Cuántos tienen el lunes un planning de lo que deben hacer durante la semana? ¿Y cuántos, si lo tuvieran, cuando acabaran lo que les toca cada día tendrían la valentía de marcharse a su casa, viendo que otros compañeros o hasta su jefe no lo hacen?

Hablaremos de cómo establecer objetivos cuando trabajemos en casa más adelante, pero hagámonos antes una nueva pregunta. ¿Cuántos de vosotros seríais más felices y productivos si supierais que si sois rápidos podréis disponer de más horas para vuestra vida personal, sin los remordimientos derivados del presentismo reinante y del yugo invisible de la presión ejercida sobre el primero que se levanta de la silla para irse de la oficina?

Esto permitiría poder quedar a almorzar con un amigo (o un cliente) sin estar mirando la hora por si te cae una bronca. Poder entrar más tarde sin ningún tipo de mirada penetrante para poder despedirte de tu hija cada día en la guardería. Acabar algún día tarde porque no has conseguido finalizar lo que debes entregar, sí, pero muchos otros días

pronto. Trasladado a un perfil comercial, sería como si la empresa te dijera que debes facturar en ventas 2.000 euros cada mes. Y, una vez conseguido (da igual que sea el día 12 o el 27) tuvieras el poder de decidir si quieres seguir para ganar un extra o si prefieres parar y dedicarte a tu familia, tus amigos o a ti mismo. Al fin y al cabo, has hecho lo que se te ha pedido. Y eres rentable para tu compañía.

EL TRABAJADOR Y LA EMPRESA PIERDEN DINERO.

Cualquiera que hoy quiera poner en marcha un nuevo negocio sabe de sobra la primera frase que le soltarán: ‘¿Pero tú sabes cuánto dinero cuesta únicamente levantar la persiana?’. A saber: inscripción en los diversos registros, cuotas varias, Seguridad Social o pago de Autónomos, pago de gestoría y notario, luz, agua, gas, teléfono, internet, posiblemente sueldos de personal, alquiler del espacio, seguros. Es posible que puedas ahorrarte algo de esto si te decides por un coworking, pero en la mayoría de los casos (negocios de venta al público, por ejemplo) esta opción es directamente inviable.

Esto es lo que muchas veces los trabajadores no valoran de los empresarios, a los que muchos (yo incluido) no paramos de darles palos. Esos propietarios no sólo deben lidiar con los problemas del día a día, sino también con sufragar una serie de gastos fijos mensuales que van a tener que pagar como si se tratara de un impuesto revolucionario. Si facturan millones de euros, maravilloso. Pero si no ocurre así (casi el 90 por cien del tejido empresarial español lo constituyen pequeñas y medianas empresas) el lastre obligatorio es brutal. Sin sumarle el hecho de que las administraciones públicas, que deberían velar por sus

ciudadanos, han hundido a muchos de estos negocios por retrasarse de manera indecente en el pago de trabajos que les encargaron.

Lo que no parece ver esta generación, habitualmente formada por directivos de entre 50 y 70 años, es que esos costes en la mayoría de los casos se pueden ahorrar. Si bien es cierto que una tienda o un restaurante no pueden obviamente acogerse a esta opción, muchísimos otros sectores sí podrían hacerlo. Gestorías, consultorías, empresas de trabajo temporal, oficinas logísticas, empresas de servicios... Así hasta un largo etcétera que DILAPIDAN su dinero en costosas oficinas ahorrarían muchos miles de euros al año y mejorarían la calidad del trabajo y el humor de sus trabajadores si los enviaran a casa. Y, como estamos en una sociedad llena de incrédulos, voy a poner un ejemplo lo suficientemente potente como para que no exista ninguna duda al respecto. ¿Alguien conoce Amazon? Básicamente es la mayor empresa de distribución del mundo. ¿Alguien es consciente de que cuando llama a un agente porque ha tenido un problema puede estar atendiéndole desde su domicilio en bata y zapatillas? La cuestión a la que nos lleva esto es ¿y qué? ¿Ha dejado de llegar algún producto por eso? La respuesta es sencilla: NO. Este artículo del 25 de abril de 2014 publicado por José Mendiola en El Confidencial lo explica claramente. Por si sigue habiendo incrédulos. Es cierto que Amazon tiene unas oficinas centrales inmensas (acordes a sus ingresos). Pero no necesita abrir delegaciones en todos los rincones del mundo. Esa es la principal diferencia de filosofía entre lo antiguo y lo nuevo.

A todos nos ha pasado. Llegar a un bar con ganas de distraerse de la lidia diaria, pedir una caña, y

toparse con un camarero con el día torcido, o el mes, o el año... Malos modos, gesto de hastío y tirando la caña con cara de fastidio y nos devuelve el cambio sin mirarnos y hablando con otro habitual con más galones que nosotros. Es inevitable sentir una punzada de rabia por el desdén gratuito recibido del otro lado de la barra. Uno no quiere que le hagan una reverencia, pero una sonrisa o un trato amable es lo mínimo que se puede exigir en una relación cliente-proveedor.

Y esta anécdota tan cotidiana la tiene muy bien estigmatizada una de las figuras más destacadas en el comercio *online* mundial: Jeff Bezos. El fundador de Amazon no oculta en ningún momento su obsesión por la atención al cliente y quiere asegurarse de que todos y cada uno de los empleados de la firma están a gusto en su trabajo.

Hace unos días nos hicimos eco del **desafortunado incidente** protagonizado por un desganado transportista de US Airways que se enfrentó a un cliente a causa de un desencuentro en el punto de entrega, hasta llegar a amenazarle por escrito. Un desastre que cobró dimensiones épicas en las redes sociales y que la firma de Bezos no quiere ver en sus filas ni por asomo.

Del peculiar CEO conocemos también el respingo en la espalda de sus empleados cuando reciben **un correo** suyo con una **interrogación** en el campo asunto, y que generalmente suele ocultar reclamaciones sobre

una tostadora en mal estado o cualquier asunto menor a ojos de cualquier directivo de alto rango. Pero no para Bezos, que hace del asunto un auténtico *casus belli* interno para el que conviene prepararse adecuadamente.

“Te pagamos si te vas”

Pero volvamos al asunto del bar y el camarero desganado. ¿Qué está sucediendo exactamente ahí? Pueden ser muchas las causas, desde un salario muy bajo hasta un trato despótico por parte de un jefe sin formas que hace que el empleado lo pague con los clientes. En Amazon no se paran a analizar qué puede estar detrás de un empleado desganado: simplemente eliminan el problema de raíz.

Y lo hacen de una forma muy llamativa: cada año que el empleado pasa en la firma se le ofrece una cantidad por abandonarla, y así, transcurridos los primeros 365 días, el responsable de recursos humanos sienta al afectado en su despacho y pone sobre la mesa 2.000 dólares. “Son tuyos si te vas”. Un importe que no sustituye a las indemnizaciones ni prestaciones que marca la ley, sino que sirven como cebo para demostrar el verdadero interés del empleado por seguir siendo un *amazonian*. Si supera esta prueba no puede relajarse puesto que los cinco años siguientes será tentado nuevamente hasta llegar a la cifra de 5.000 dólares.

“No queremos que acepte la oferta”, explica Bezos, pero se trata de una buena muestra del compromiso

del empleado con la firma. El de Albuquerque ha vuelto a destacar el excelente resultado de este sistema en su carta anual a los accionistas de la firma.

En ella también se destaca que Amazon potencia también que los empleados trabajen desde casa, a diferencia del Yahoo de Marissa Mayer, que quiere a todos fichando y bajo su atenta mirada. De esta manera, los clientes de la firma en Estados Unidos que contacten por teléfono con el servicio post venta de la firma es posible que sean atendidos por alguien enfundado en su bata y con las zapatillas de casa. A Bezos no le importa cómo se trabaje sino que incide en el resultado, respetando para ello las preferencias de cada uno.

La regla de las dos Pizzas

Jeff Bezos no respeta ningún tratado de gestión y aplica sus propios principios, no sólo en la atención al cliente, sino también en la gestión interna de los grupos de trabajo. El directivo quiere que sean dinámicos y reducidos ¿cómo de reducidos? El CEO ha hecho célebre la conocida “regla de las dos Pizzas”: el grupo debe poder ser alimentado como máximo por un par de pizzas en el caso de que las reuniones se alarguen, de esta manera se asegura un número reducido de participantes.

Según la visión de este genial emprendedor, los equipos de unas cinco personas son perfectos para fomentar la creatividad y el debate, y en los grupos

mayores los participantes pueden tender a cohibirse y acatar la mayoría.

El creador del Kindle detesta también la aceptación borreguil de las máximas expuestas en una reunión: si uno quiere trabajar en Amazon que se olvide de hacer la quiniela mentalmente en una reunión porque se le exigirá una visión crítica, con independencia de que quien exponga la idea sea su jefe directo. Bezos estimula precisamente una sana confrontación incluso cuando llegue a tensar el ambiente o crear situaciones incómodas.

“Los líderes están obligados a mantener un espíritu crítico y desafiar las decisiones cuando no estén de acuerdo”, explica. La idea es evitar a toda costa lo que el directivo califica como “cohesión social”, por la que las decisiones se adoptan más por no generar conflictos y terminar pronto la reunión. Único e irrepetible.

Pero, por si fuera poco lo que hemos ido exponiendo, vayámonos ahora a centrarnos en el binomio contratador-contratado. Y, sobre todo, en el dinero extra que no se percibe como gasto pero que se queda por el camino a diario.

Comencemos por los empleadores, que en la mayoría de los casos sostienen varios pluses a día de hoy innecesarios. Para empezar, un extra por desplazamiento para aquellos que van en coche cada día, algo extremadamente común en grandes ciudades. A lo que se suele unir el apoyo con cheques gourmet por el hecho de que la oficina suele estar tan lejos que impide ir, comer y volver desde casa, así que

se compensa a los empleados con ‘dinero’ para tomar un menú diario. No asumimos en este apartado gastos de mejora basados en cursos pagados a nuestro personal, porque por desgracia es una tendencia muy poco común en la sociedad laboral española.

A este respecto, consideramos que el gasto medio de gasolina es de 80 euros a la semana (tirando por lo bajo y sin tener en cuenta que sube cada día sin cesar) y que se ‘subvenciona’ la mitad del mismo. Y que se suele dar un importe diario de ocho euros para comer. Lo que sumado a los 10 meses reales que ya hemos calculado que se trabaja, tendría un sobrecoste anual para la compañía de 2.000 euros por persona. Si imaginamos una empresa con 40 trabajadores, este número de contratados evidenciará que la cosa va bien, pero también que hay una partida ABSURDA de 80.000 euros anuales que podría ahorrarse.

Pero vayámonos también a la parte del currante. Que, más allá de los gastos que debe afrontar por trabajar a 20 kilómetros de casa, añade otros motu proprio que van mermando su capacidad adquisitiva casi sin darse cuenta. Hagamos recuento de los mismos.

GASOLINA.- Si nos subvencionan 40 euros, nosotros pagamos otros 40. Gastamos 400 al año sin contar las reparaciones derivadas del uso de nuestro vehículo que no asume la empresa.

CAFÉ.- ¿Café? Sí. Parece una tontería pero no lo es. Pongamos que nos tomamos dos al día en las infames máquinas que se colocan en cada oficina. Y que su precio medio es de 0’80. Aunque no lo creamos gastamos 32 euros al mes, lo que supone un coste anual de 320.

ALMUERZO.- La cultura española suele pedir a media mañana un combinado de bocadillo, refresco o cerveza y

café o infusión. Los bares, sabedores del negocio seguro, han establecido una tarifa estándar media de cuatro euros. Y conocen que la gente acude no sólo porque tiene hambre, sino por salir unos minutos del entorno laboral y (por qué no admitirlo) rajar a gusto de compañeros y jefes. Así que en circunstancia normales gastamos 80 euros al mes en este ámbito. O, lo que es lo mismo, 800 al año.

COMIDA.- Partamos de la (muy optimista) base de que tenemos un menú diario de ocho euros pagado por la empresa. Pero contabilicemos algo muy común: un día a la semana queremos darnos una alegría y comemos por el doble de ese importe. 32 euros al mes/320 al año supone este tema.

Si nos fijamos, a causa de tener que desplazarnos desde nuestra casa incurrimos en gastos que no valoramos en su justa medida, pero que restan a nuestras cuentas alrededor de 1.840 euros anuales. ¿Podemos pasar sin salir a almorzar, sin tomar cafés con los compañeros o sin succulentas comidas? Sin duda sí, pero no lo hacemos porque entendemos estas rutinas como una liberación del trabajo diario, no como un coste asociado al mismo.

En resumen, por trabajar desde casa cada empresa se ahorraría 2.000 euros anuales por trabajador y cada trabajador 1.840. Aunque esto no es lo importante, sino si el teletrabajo es productivo para nuestro negocio. El problema es que, como ocurre con los niños y el buen uso de las redes sociales, nadie ha dado formación a los directivos para explicarles el por qué del positivismo de esta decisión. Y tampoco a aquellas personas que han tenido que emprender por convicción o necesidad nadie les ha explicado cómo ser realmente productivos en estas circunstancias. A ello nos vamos a dedicar en los próximos 10 capítulos. Uno por

cada uno de los consejos necesarios para trabajar desde casa de forma eficiente. Y, sobre todo, para ser más felices de lo que somos ahora.

Capítulo 3. El inicio: Busca tu lugar para trabajar

Para la mayoría de las personas que están leyendo este libro, el primer planteamiento que vamos a realizar va a resultar chocante. El motivo es muy sencillo: han trabajado toda su vida en una oficina o montados en un coche. O lo que es lo mismo, nunca han tenido que preocuparse de cuál iba a ser su espacio laboral. Éste estaba muy claro y venía muy bien definido. Entrabas en una nueva empresa y tenías todo preparado: tu mesa, tu silla, a veces incluso un despacho. Y a ello se le unía un teléfono, un ordenador y hasta un archivador de documentos. Todo estaba dispuesto, pero a la vez coartaba uno de los principios de la creatividad. Porque tú NUNCA escogías dónde ubicarte. Y a veces esta decisión marcaba la diferencia entre aislarte de los estímulos externos residuales o darles más importancia de la que tienen y acabar pensando más en ellos que en las tareas a realizar.

Posiblemente por primera vez en la vida vas a tener la oportunidad de crear tu espacio de trabajo. Es cierto que muchas veces acompañabas tu mesa de fotos familiares, objetos cotidianos o hasta flores y te decías que con esa personalización acababas incluso rindiendo mejor. Pero no era tu sitio. Tenías a alguien al lado que te molestaba. Estabas demasiado a la vista del jefe, lo que te incomodaba profundamente. Te situabas cerca del lavabo, a donde en un momento u otro acuden todos tus compañeros, con la

consiguiente desconcentración. O, simplemente, no tenías cerca una ventana y te daba la sensación de estar en un búnker perpetuo sin ser capaz de ver la luz del sol.

Es aquí, en esta primera decisión, donde vamos a forjar nuestra capacidad de adaptación al nuevo medio. Porque, elijas lo que elijas, en tu mente va a estar programado como un espacio de ocio al encontrarse en tu domicilio. Y tendrás que resetearlo para no caer en una de las complicaciones más habituales de los que inician su andadura doméstica: creer que estás ‘en casa’ en lugar de estar trabajando.

Vamos a partir para ello de tres premisas: cómo vestirse, qué horarios seguir (aunque esto lo tocaremos en profundidad en el siguiente capítulo) y dónde colocarse. Aunque pueda parecer banal, la primera cuestión es la que más rápido viene a la mente de aquellos que realizan su transición. ¿Trabajo en pijama o me visto? Pese a sonar a broma, no lo es. Ésta es siempre la primera pregunta que te hará la gente cuando sepan dónde ubicas tu nuevo lugar de trabajo.

En esta tesitura, como en todos los comienzos, es recomendable hacer lo que a uno le dé la gana. Y me explico. Cuando nos vamos de vacaciones a la playa (o a un chalet en el monte, tanto da), los primeros días los utilizamos para deshacernos de las rutinas que tanto nos encorsetan en nuestro día a día laboral. No sólo por levantarnos o comer más tarde, sino a nivel de vestimenta. No nos quitamos el pantalón corto o el camisón hasta que vamos a salir de casa, pero en ningún momento lo percibimos como algo indecoroso o antihigiénico. Es a lo largo de los días, una vez adaptados a la nueva situación, cuando ya no nos sentimos tan ‘revolucionarios’, cuando ya hemos pasado el período de ‘no estoy currando y hago lo que me apetece’ y simplemente comenzamos a derivar hacia

un decoro mayor. O lo que es lo mismo, a ponernos el bañador, la camiseta o el chándal después de desayunar, aunque no vayamos a abandonar la vivienda hasta dos o tres horas más tarde.

En el caso del inicio laboral en casa ocurre lo mismo. Han sido muchísimos años de trabajo en una oficina ajena, a veces vestidos de manera más formal de la habitual, con gente que no es de nuestra familia y a veces ni siquiera de nuestro círculo de amigos y con horarios establecidos y altamente rígidos. El primer pensamiento que nos vendrá a la mente es el de hacer todo lo que no se nos ha permitido realizar en esa etapa y, como el duelo, es algo que hay que pasar. Es más, es algo que se va a convertir en una fuerza positiva futura, porque sólo desembarazándose de la sensación de que sigues trabajando y siendo eficiente pero que no tiene que ver con los yugos que impone la sociedad occidental es como daremos el paso definitivo hacia la verdadera productividad. E incluso hacia la conciliación familiar, si ésta fuera necesario (en el caso de las personas solteras, este concepto se sustituye por un mayor tiempo de ocio sin estrés ni culpabilidad).

Por lo tanto, si te apetece trabajar en pijama los primeros días o incluso semanas o si no quieres quitártelo durante 24 horas seguidas, no estás haciendo nada malo ni eres un 'homeless'. Forma parte de un proceso mental del que nadie nos ha hablado porque nadie nos ha enseñado a trabajar desde casa, como nadie ha instruido a los niños de 12 años sobre cómo usar las redes sociales y por eso se hacen fotos sin camiseta y las suben a internet. Si has tomado la decisión (o no has tenido más remedio) empieza a pensar que lo que hagas en tu lugar de trabajo, que será desde hoy tu casa, no necesita reportes ante nadie. Tú y sólo tú decides

cómo hacerlo y no se te juzgará porque lo hagas en shorts o con batín (aunque algunos te criticarán, fruto seguramente de la envidia de no disponer de esa oportunidad), sino por los resultados que obtengas.

Ahora bien, si han pasado tres meses y no te quitas la ropa de cama, hay que replantearse la filosofía. Ocurre con muchísima gente que, como les han acostumbrado (casi diría que obligado) al ritual despertador-ducha-café-coche-oficina, necesitan seguir haciéndolo para sentir que están trabajando y no de semi-vacaciones. Es un síndrome muy común el de aquellos que te dicen ‘es que en casa siento como que no trabajo’ o ‘me despisto con todo y acabo no rindiendo como debería’. Lo que nos lleva a la segunda premisa de la que hablábamos: qué horarios seguir, si es que hay que seguir algún horario. A lo que yo digo rotundamente NO.

Cuando por primera vez en tu existencia, en un día laborable, decidas no ponerte el despertador y levantarte cuando quieras, ya estás asumiendo internamente algo que no eres capaz de realizar en tu día a día: que sabes que hay cosas por hacer pero que con un día entero por delante pueden hacerse de sobra. O lo que es lo mismo, que empezar a las nueve o las diez de la mañana cada día no es lo que te hace mejor trabajador, sino el hecho de conseguir realizar tus tareas de una forma profesional. ¿Qué significa esto? Que vas a dejar atrás la ‘economía de los horarios’ por ‘la productividad de los objetivos’. Y, si bien profundizaremos en este aspecto un poco más adelante, conviene aclarar un concepto. No somos mejores cuando trabajamos más tiempo, sino cuando lo hacemos de manera más eficiente. O trasladando el ejemplo al fútbol, algo que casi todo el mundo entiende: ¿quién era mejor delantero, el Romario

que no se movía más de 10 metros cuadrados pero en ese espacio y con un esfuerzo determinado marcaba 30 goles por temporada o Gonzalo Higuaín, que 20 años después se acercó mucho a los guarismos del brasileño pero que corría ocho kilómetros por partido y posiblemente erraba alguna de sus oportunidades ante el portero por el cansancio acumulado? Pese a no ser futbolistas exactamente iguales, la metáfora es sencilla. Si el brasileño hubiera trabajado físicamente como el argentino, no hubiera llegado fresco a lo realmente importante, que era definir las oportunidades. ¿Era por eso menos rentable que el ex jugador del Madrid? En absoluto. Posiblemente lo fuera más. Porque tiraba tres veces a puerta y marcaba una, mientras ‘El Pipita’ necesitaba el doble de lanzamientos entre los tres palos para obtener exactamente el mismo resultado.

¿Qué ocurre, sin embargo, con este tipo de personas en el entorno laboral habitual? Que como dan la sensación de trabajar menos, suelen ser blanco de las iras y envidias de sus compañeros. O incluso de la mala percepción de sus jefes, que los ven levantarse de su silla antes que ellos y juzgan que no tienen el mismo compromiso que el resto. Pero esto por fin puede terminar. Hoy día nadie va a juzgar lo que hagas por el tiempo que tardes en conseguirlo, sino simplemente por si lo consigues o no. Si, como le ocurre a muchas personas, eres capaz de hacer el mismo trabajo que un compañero en menos horas, dispondrás de más tiempo para ti. Y si por el contrario eres de aquellos que necesitan un marchamo temporal mayor, no te agobiarás viendo como los otros se marchan a casa mientras afuera se hace de noche y tú sigues sentado en tu silla. Por primera vez, tendrás la capacidad de decidir qué haces cada día. Porque no contarás los minutos, sino las tareas a realizar.

Pero vayamos a la parte principal de este capítulo iniciático. ¿Dónde trabajo en mi propio domicilio? ¿Me habilito un despacho? ¿Me instalo en la cocina? ¿Utilizo la mesa del comedor? ¿Puedo estar sin remordimientos en el sofá o en la cama? ¿Es la terraza un lugar confortable y adecuado o me descentraré? Vamos a dar respuesta a todas estas cuestiones.

Para empezar, la aspiración básica de familia en España se sitúa en torno a dos aspectos homogéneos: tener una media de dos hijos y buscar un piso con al menos tres habitaciones. Esto, en otro tiempo, sería algo bastante factible de conseguir, merced a la bonanza económica vivida hasta 2007. Pero hoy día, no nos engañemos, es más bien poco habitual. Y entre la gente joven, que es quien está cambiando el mercado laboral, mucho menos si cabe.

La realidad es que muchas personas menores de 30 años no han podido emanciparse todavía de casa de sus padres. Que aquellos que han conseguido hacerlo o bien comparan piso o han alquilado una vivienda pequeña con el escaso presupuesto del que disponen. Y que los casados y con hijos muchas veces no tienen la suerte de haber comprado en el pasado una casa donde queden espacios libres, pues muchos de ellos hicieron su primera inversión con vistas a sacar una rentabilidad de una futura venta y establecerse en algo más grande pero la crisis se llevó por delante esta idea.

Por todo ello, partiremos del concepto de que no disponemos en casa de un espacio libre que ‘redecorar’ para convertirlo en nuestra oficina. Para aquellos afortunados que sí cuentan con de él, obviamente pueden ir pasando al siguiente capítulo (aunque algunos aspectos de éste les servirán para poner las cosas en orden). Pero para muchos de los lectores que se enfrenten por primera vez al reto de trabajar en casa y lo hagan en estas especiales circunstancias,

pasamos a analizar las distintas posibilidades. Casi todas ellas, por cierto, perfectamente válidas. Será una cuestión de gustos y de sensaciones la que nos lleve a decantarnos por una opción u otra.

EL SOFÁ. Sin paños calientes, comenzamos por uno de los grandes tabúes del denominado ‘teletrabajo’. Al igual que hemos hablado anteriormente de la necesidad mental de iniciar nuestro periplo trabajando en pijama y no poniendo el despertador (ambas cosas de manera temporal, todo sea dicho. Lo explicaremos en el cuarto capítulo), necesitaremos durante unos días apoltronarnos en un lugar que no sea una silla de oficina ni una mesa impersonal. Es, además, una buena decisión para comenzar a ir amontonando en la cabeza, porque los tendremos a la vista, posibles lugares donde establecernos en un futuro próximo. Pero el período no debe exceder de la primera o, como máximo, la segunda semana. Por varias razones: no será éste nuestro lugar habitual, con lo que deberemos pensar en él como algo muy temporal y casi como un juego para liberarnos de la rigidez de los últimos tiempos. No permite tener las cosas que necesitamos a mano, con la incomodidad que ello supone a la hora de tener que levantarse constantemente o no poder apoyarnos bien para redactar cualquier nota. Y, sobre todo, porque suframos o no de las cervicales, si extendemos algo más del tiempo previsto esta posibilidad nos encontraremos con frecuentes visitas al fisioterapeuta a causa de los dolores que sufriremos en la espalda. Así pues, el sofá podría ser (no de forma obligatoria,

porque podemos escoger ya desde el inicio otra ubicación) una suerte de placentero transbordo antes de llegar a nuestro destino real.

LA CAMA. Sin ningún género de dudas, la peor opción, la menos recomendable y hasta me atrevería a decir la única que no contemplaría jamás. Es cierto que, en determinadas circunstancias (hace un frío del carajo, tienes gripe o has comprado una preciosa mesa que se adapta a tu colchón desde el suelo o el somier) puede plantearse como una idea para un día concreto. Pero nunca para un uso continuado como espacio laboral. Entre otras muchas cosas, porque para adquirir un hábito real hay que levantarse, asearse y desayunar, lo mínimo para ponerse en marcha. El dormitorio es sagrado, salvo que tengas uno de 80 metros cuadrados estilo ‘suite’ con sofá, escritorio, televisión y minibar. Debe usarse para dormir y relajarse, pues en caso contrario puede inducir a trastornos de sueño y a no saber distinguir las horas de descanso de las de trabajo. Uno de los principales peligros, por cierto, que afronta la gente que comienza su andadura en su propia casa.

LA TERRAZA. Si la hubiera o hubiese, puede convertirse en un extraordinario lugar, aunque dependiendo de en qué ciudad vivamos y si la tenemos cerrada con ventanales o no solamente podremos utilizarla durante unos meses determinados. Imaginemos un lugar de costa, con sol más de 250 días al año y temperaturas no muy extremas. En España existen muchos perfiles de

esta índole en Cataluña, la Comunidad Valenciana, Murcia o Andalucía. En ese caso, sin duda entre los meses de marzo y octubre (es decir, dos tercios del año) podría convertirse en el espacio ideal por dos motivos. Para empezar, porque nos da la sensación de esta al aire libre, no encerrados entre cuatro paredes. Algo que, psicológicamente, podría no parecernos importante acostumbrados a nuestras clásicas oficinas pero que mejora la percepción laboral y hasta el humor de las personas. Un ejemplo muy claro es la diferencia entre aquellos que trabajan en un lugar con muchas ventanas y mucha luz y aquellos que se encuentran ‘encerrados’ en sitios que podrían ser calificados de deprimentes. Además, nos permite no fijar la mirada en ninguna estancia de las que recorreremos habitualmente cuando ‘vivimos’ en casa y no cuando trabajamos en ella, lo que impide que estemos constantemente pendientes de si el suelo está o no fregado, si queda ropa por recoger o si la nevera nos está ‘llamando’ para tomar un pisolabis de media mañana. En caso de residir en lugares menos cálidos, podemos optar por ‘cerrarla’ y calefactarla o enfriarla con estufas o aire acondicionado si vemos la posibilidad de haber encontrado nuestra ubicación idónea.

LA COCINA. Otro de los enclaves menos recomendables, aun cabiendo la posibilidad de disponer de un gran espacio. Uno de los errores más comunes y más perdonables ☺ de aquellos que comienzan a ejercer su faceta profesional en casa es el de verse tentados a hacer pausas cada poco tiempo. Algo, por cierto, que es

absolutamente necesario y en lo que profundizaremos debido a su gran importancia en la búsqueda del equilibrio en la nueva situación. Y, en la mayoría de esos parones, la cercanía de una nevera y una despensa cuyo contenido conocemos y sobre la que nadie nos dirá que no ‘actuemos’ es una fuerza demasiado grande para ser evitada. Es por eso que debemos alejarnos de espacios que nos generen pensamientos no asociados al trabajo. Y la cocina es, junto con el dormitorio, el más peligroso en este sentido. Existen ejemplos muy claros y habituales que convierten los descansos en malas prácticas, tanto para la productividad como para la propia salud. Al inicio de este libro enumerábamos el café de inicio de jornada, el almuerzo de las 11 de la mañana y el café de primera hora de la tarde. Pero existe una propensión a relacionar ‘tomar algo’ con parar de trabajar. Y que desemboca habitualmente en una ‘picadita’ hacia las 13 horas porque empieza a entrar el hambre de la hora de comer o en una merienda compuesta de un sándwich a media tarde, cuando jamás nos hemos planteado realizarla en una oficina. Esto conlleva dos riesgos inmediatos: añadir dos interrupciones más a las habituales, con el consecuente problema de desconcentración e incrementar la ingesta habitual de alimentos, lo que si no se compensa con ejercicio físico habitual puede ocasionarnos trastornos de salud a nivel de peso o de aumento de niveles de elementos como el colesterol o los triglicéridos.

EL COMEDOR. Sin duda, en caso de no disponer de una terraza de las características anteriormente

mencionadas, es el sitio perfecto. Es cierto que es la estancia donde mayor tiempo pasamos cuando estamos en casa, pero no es menos verdad que nuestros hábitos van a cambiar desde el mismo momento en que nuestro piso o chalet pasan a ser también nuestro lugar de trabajo. Lo que antes veíamos como el lugar donde tirarnos en el sofá para ver la televisión o para organizar una cena de amigos, hoy puede ser el aliado excepcional. En general, suele ser el enclave más exterior de la vivienda, lo que de por sí nos aporta luz y vista a la calle, dos intangibles que no lo son tanto a la hora de encontrarse a gusto en un espacio concreto. Asimismo ya dispone de una mesa donde, no nos engañemos, nunca comemos porque se utiliza principalmente para cuando vienen visitas, siendo la cocina el emplazamiento más cómodo y habitual para estos menesteres. De hecho, tanto si somos ordenados como si nos cuesta algo más no tener papeles desperdigados, la pulcritud interna nos obligará al final de cada jornada a dejar el espacio en buenas condiciones, lo que redundará en un buen inicio para la autodisciplina que poco a poco nos iremos imponiendo. Podemos incluso, si no queremos usar las sillas de que disponemos, adquirir un buen sillón de oficina que cuando finalice nuestro día podamos trasladar (igual que el portátil o las carpetas que tengamos en la mesa) a cualquier otra estancia sin problemas.

Capítulo 4. Trabaja por objetivos, no por horas

Si realmente recapitulamos una semana de nuestra vida sentados en la oficina, veremos que no sabemos hacia dónde vamos, ni qué queremos conseguir. Es decir, nos dedicamos habitualmente a aquello que hemos dado en llamar ‘apagar fuegos’.

Cuando aparecemos el lunes en nuestro lugar de trabajo, salvo si estamos inmersos en un proyecto muy concreto con unos tiempos de ejecución fijados e inamovibles, nuestra rutina es fácilmente reproducible: cuando hemos dejado atrás el café inicial que ya hemos mentado en páginas anteriores, encendemos el ordenador. Esperamos a ver los correos electrónicos que nos entran en la bandeja de entrada de nuestro mail. Sobre ellos, contando los no respondidos la semana anterior y los recién llegados, objetivamos nuestras primeras horas de jornada laboral. Y, una vez hemos cerrado nuestras primeras ‘gestiones’ diarias, vemos si tenemos algo pendiente. Una reunión con un cliente, por ejemplo. Una llamada sobre algo que deberíamos haber realizado o sobre una cosa que no nos han hecho llegar. Un informe que nos pidió nuestro jefe sin fecha definida y que usamos como comodín cuando nos pregunta qué estamos haciendo. O directamente nada, porque ha bajado tanto el volumen de faena que no tenemos nada que hacer y nos dedicamos a cotillear en Facebook. Hay días, efectivamente, que nos aparecen tal cantidad de ‘marrones’ que no damos

abasto, pero se llaman así precisamente por eso. Porque no están en la agenda y trastocan lo que se supone que es el devenir habitual de nuestra jornada.

¿Es culpa nuestra este ritmo en el que llevamos inmersos desde hace años? Por una parte sí, porque habla muy mal de la planificación laboral de los empleados. Pero gran parte de responsabilidad, en realidad la parte mayoritaria, recae en los directivos. Cuando ascienden a alguien que era muy bueno haciendo algo nos agarramos a la teoría de que cada vez será peor. Y efectivamente así es. Pero no ocurre esto porque esa persona no tenga la capacidad de gestionar mayores responsabilidades. Al contrario, seguramente es el individuo indicado, pero a mayor cargo más papeleo, más reuniones presenciales ‘roba-tiempo’, más viajes de empresa para cerrar acuerdos que podrían concretarse vía Skype y menos posibilidades de pensar en una estrategia a corto, medio y largo plazo.

Ése, y no otro, es uno de los grandísimos y gravísimos problemas de la empresa española. Se supone que aquellos denominados ‘jefes’ deben dirigir equipos, pero también determinar hacia dónde va la compañía. Volviendo al símil deportivo, fácilmente entendible, su figura equivaldría a un entrenador de baloncesto que llega desde el segundo equipo a la primera plantilla. Allí, de repente, se encuentra con una premisa muy clara: debe salvar al equipo del descenso y tiene 12 jornadas para conseguirlo. O sea, tiene un objetivo claro, definido y cuantificable en tiempo y forma. Sabe que debe trabajar para mejorar algunos aspectos que no funcionan en la plantilla, como la defensa. Pero, al margen de entrenar, cada día se sentará en su despacho a observar qué hace el rival contra el que van a jugar. Y enviará a ayudantes a espiar a aquel al que se enfrentarán en dos semanas.

Y en casa o en la misma cancha, mientras DELEGA una parte de la sesión táctica, utilizará 15 minutos diarios para pensar si quiere ganar los próximos partidos inmediatamente o puede perder algunos de ellos a costa de crear un plan físico que permita llegar a los suyos mejor que al resto a la recta final de la temporada. Creará una ESTRATEGIA. Precisamente aquello de lo que adolecen la mayoría de las empresas, demasiado sometidas a los rigores del día a día para darse cuenta de que si no saben dónde quieren estar en tres meses quizá sólo duren dos y medio. Y el fantasma de los despidos, los impagos o el cierre llegue rápido, mientras ellos se preguntan cómo es posible si trabajan de sol a sol y se dejan la vida (incluyendo la personal) para sacar adelante el negocio. Por no hablar de que sólo reaccionan a lo que hace la competencia cuando ya les han comido la tostada y obligan a redireccionar el ritmo de trabajo hacia algo semi-desconocido para su equipo, con la ineffectividad que ello conlleva.

Urge un cambio de mentalidad, que debe empezar por dos aspectos fundamentales: sentar un día a todos los empleados, esté la empresa o no en crisis, e invitarles a participar de ella preguntándoles qué errores ven y cómo se pueden arreglar para que todos puedan mantener sus empleos y sus sueldos. Y, sobre todo, crear directivos que sean conscientes de la necesidad de dedicarse a pensar cada día. Sin vergüenzas ni miradas de desaprobación. Incluso plantando un sofá en el despacho o poniendo los pies encima de la mesa y cerrando los ojos como si estuvieran durmiendo. CADA DÍA debe pensarse qué hay que hacer. Qué cosas son urgentes para que el barco flote y cuáles no suponen un peligro real. Con quién hay que seguir manteniendo alianzas y con quién no, por mucho que llevemos 20 años cola-

borando con ellos. Porque a quien se suele preparar en las escuelas de negocio para dirigir es (como su propio nombre indica) a los dirigentes, que tienen la responsabilidad de hacer funcionar a los trabajadores.

En este sentido, nos preguntábamos ¿en 2011! acerca de para qué sirve hoy día un MBA si para lo que te prepara es para liderar una empresa boyante, no una problemática. Y resulta que, por desgracia, estas últimas son la mayoría en estos tiempos.

Hubo un tiempo en España en que proliferaron centros específicos destinados a aquellos que querían convertirse en grandes ejecutivos de grandes corporaciones. Es cierto que seguían (y siguen) existiendo carreras en las Universidades como Económicas, Empresariales o ADE, pero también que la enseñanza en nuestro país es tan genérica que habitualmente te quedan dos salidas tras el paso por la facultad: trabajar para aprender de verdad o especializarte en lo que realmente quieres haciendo un Master.

Lo curioso es que, a pesar de que el 95 por cien del tejido empresarial nacional está compuesto por Pequeñas y Medianas Empresas, ha habido un éxito innegable de IESE o Estema y de cursos MBA y otras siglas de diversa índole.

Sus enseñanzas, en gran parte, van destinadas a grandes planes de marketing y empresa, a cómo sacar el máximo rendimiento de una corporación, al incremento de las ventas y los clientes... En

definitiva, a mejorar o iniciar una época de bonanza viniendo de una situación que puede ser considerada ‘de crucero’.

Sin embargo, creo que no escapa a nadie que desde 2007 estamos sumidos en una crisis galopante. Que las palabras ERE, Concurso de Acreedores, aplazamiento de la deuda o reestructuración de funciones y objetivos nos suenan (por desgracia) a todos. Y que la cosa no tiene pinta de cambiar de un momento a otro. Más bien todo lo contrario.

Y es en estas circunstancias donde nos planteamos la pregunta que titula este post. ¿Para qué sirven AHORA las escuelas de negocio? Porque es indudable que hoy más que nunca deberían ser el referente formativo de la gente que nos tiene que sacar de esta situación. ¿Pero lo son realmente?

La interrogación viene al hilo del inmovilismo académico y la falta de cintura que suele tener la enseñanza en nuestro territorio. Han pasado cuatro años desde lo de Lehman Brothers y, salvo casos aislados (en forma de Curso en experto en gestión de empresas en crisis, en Estema) los principales ‘reclamos’ siguen siendo MBA en Dirección de Empresas, Masters en dirección económico-financiera o de dirección de personas.

No sé si alguien se ha dado cuenta de que nuestros estudiantes son los que tienen que gestionar el cambio de ciclo económico. Pero deberían comenzar

a cambiar su formación desde YA porque, mirando los cursos arriba citados, o espabilamos pronto o no habrá empresas que dirigir ni dirección económico-financiera que realizar ni mucho menos personas con las que trabajar.

Una vez introducidos los conceptos, pasamos a preguntarnos: ¿Y cómo me afecta esto si trabajo desde casa? ¿Si soy mi propio jefe, cuándo me paro a pensar? ¿Si no lo soy y he encontrado una empresa que fomenta el teletrabajo, quién me marca los objetivos? ¿Lo hace mi superior o debo hacerlo yo? ¿En este último caso, se lo comunico al inicio de la semana o voy haciendo marcha mientras él/ella me hace llegar tareas complementarias? Muchas preguntas, como siempre. Y muchas respuestas que dar.

Comencemos por lo básico y lo más probable. Aquellos que trabajan desde casa son, en un porcentaje altísimo, autónomos cuasi independientes en empresas unipersonales o con un socio y/o un empleado como máximo. Es decir, que partiremos del precepto de que estamos estableciendo un plan de trabajo semanal, quincenal o mensual para alguien que va a autocontrolarse, a autoevaluarse y a depender únicamente de su capacidad para llevar adelante su negocio. Que viene a ser la misma cosa que su economía profesional, que lógicamente incide de manera directísima en la personal/familiar.

¿Cómo afronto mi primera datación de objetivos y a qué plazo los marco? Mi sugerencia es que lo conveniente es mirar el calendario semana a semana. Que el domingo, después de cenar o antes de dormir, veamos todo lo que hemos ido apuntando en la agenda para la semana siguiente. Como inciso diremos que es necesaria una agenda portable

o de mesa para que no se nos olvide nada. O, en su defecto, APPs de las que existen a miles en nuestros dispositivos móviles. Si se nos ocurre algo o alguien nos pide una cita, lo apuntamos inmediatamente. Será la única manera no solo de que no se nos pase, sino de encontrarnos una mayor facilidad a la hora de planificarnos el futuro.

Dicho lo cual, debemos establecer tareas claras para cada día. Habrá semanas donde nos sobre el trabajo. Y otras en las que nos tengamos que calentar la cabeza para ver qué podemos hacer ante la ausencia de opciones. En cualquiera de los dos supuestos, debemos saber qué queremos hacer cada día y por qué. En el próximo capítulo hablaremos de los beneficios o perjuicios de adelantar trabajo, pero ahora nos centraremos en cómo cambiar nuestra forma de operar a diario.

La opción uno indica que nos sobran las tareas. Incluso que no damos abasto para abarcarlas todas y nos entra nuestro ya clásico agobio. Debe entenderse que esta situación es cíclica. Y que no siempre irás hasta arriba como no siempre te preguntarás qué se te puede ocurrir para no estar semi-inactivo. Pero poniéndonos en este caso, lo primero que debemos afrontar (y para lo que nos sirve hacerlo el domingo por la noche, cuando no estamos presionados por las ansias y lo vemos todo con mayor perspectiva) es priorizar. Esto no significa poner todo lo importante entre el lunes y el martes y agobiarnos si no hemos conseguido cerrarlo todo satisfactoriamente. Más bien al contrario. Por primera vez en nuestra vida podemos marcar los plazos, adaptarlos a nuestra mayor o menor carga diaria, controlar nosotros cuándo queremos enviar las cosas y no al contrario. Es el momento de aprovecharlo para acabar con las sufridas jornadas de ocho horas.

Pongamos por ejemplo una semana cualquiera de un asesor financiero que ha decidido tener citas en su despacho solamente una vez a la semana y el resto de los días asistir a sus clientes por mail o telefónicamente, que es algo que ya hacía en la gran mayoría de su tiempo cuando se plantaba en su oficina. Sabe perfectamente que esa semana entra en vigor una nueva ley del IVA que debe estudiar para explicar a su gente y comenzar a aplicarla. Que debe cerrar el papeleo de una empresa que está a punto de cerrar (y que, por cierto, en su mayoría puede tramitar por vía telemática. Aunque no supone un problema porque al poder ordenar su tiempo está en disposición de acudir al registro cuando él decida). Que es urgente que viaje a una ciudad cercana, lo que hará en tren y no en coche para poder seguir trabajando gracias a sus dispositivos móviles. Y que, por primera vez en semanas, le apetece tomarse una tarde libre el viernes.

Además, siempre deja lugar a los imprevistos. Porque SIEMPRE hay alguno. Cada día. Un correo con una necesidad imperiosa. Una llamada con un asunto por resolver. Una persona que necesita que la acompañe a realizar un trámite que no entiende. O hasta una comida surgida de una charla informal que tanto puede convertirse en almuerzo como en desayuno y hasta en café a media tarde, sin tener que dar explicaciones a nadie ni sentir que te escaqueas de tu trabajo. Porque ESTÁS TRABAJANDO.

Así pues, un plan tipo en base al conocimiento previo de todos estos asuntos podría llevar al lunes el papeleo, posiblemente lo más engorroso pero también lo más urgente. Algo que, una vez realizado, la dará la sensación de que el resto de la semana es más liviano, lo que incluso influye psicológicamente en el mejor hacer de las cosas. Aprovecharía una jornada de semi-relax para realizar el

viaje previsto el martes, evitando que surja algo que complique la semana y le impida ir. Y, de paso, estudiando en el tren la nueva ley del IVA, pues pocas oportunidades más tendrá de estar tan tranquilo. El miércoles lo dedicaría a atender a la gente en la oficina, preguntado a su personal sobre si existe algún asunto que deba ser resuelto con premura, al tiempo que les reúne durante una hora para explicarles los cambios jurídicos en la ley que estudió el día anterior y que todavía conserva fresca en la memoria. O que ha reflejado en un documento que trabajó en el trayecto de vuelta y del que hace partícipes mediante copias. Un día más tarde puede dedicarse enteramente a asuntos menos urgentes que siempre vas dejando en el tintero y que, cuando menos te lo esperas, te explotan en la cara porque se convierten en plazos inmediatos. Incluso puede ir planificando la agenda de la semana siguiente, no sólo en base a los compromisos externos que le han llegado sino fijándose en la estrategia a un mes que trazó en su día. Y el viernes, tras levantarse más tarde de lo habitual y desayunar tranquilamente, únicamente debe focalizarse en contestar los correos importantes que le lleguen, en concretar citas y poco más. Al fin y al cabo, ¿alguien puede decirle que no ha trabajado lo suficiente? ¿Qué no ha sido rentable? ¿Qué le ha faltado eficacia? Rotundamente NO.

Esto, como observará el lector, lo cambia todo. Por un lado el paradigma de la productividad, donde con los despidos masivos se ha pedido a la gente que ha conservado su puesto trabajar más horas por el mismo dinero. O incluso por menos. Cuando es evidente que los ERE's se han continuado sucediendo, por lo que la respuesta no estribaba en estar más tiempo, sino en aprovecharlo mejor. Y por

otro, el de la responsabilidad de las cúpulas directivas de las empresas (salvo cuando hablamos de autónomos). Sus 'propietarios' son los que más cobran en plantilla. Los que mayor responsabilidad tienen, sí, pero también de los que dependen las decisiones últimas para mantener a flote un proyecto o hundirlo definitivamente. Y, curiosamente, los despidos se ceban en los trabajadores, responsables indirectos de la mala gestión de sus jefes, infinitamente peor pagados y en muchos casos mucho más eficientes y resolutivos que estos.

Respondiendo a las preguntas planteadas anteriormente, analizamos una por una sus respuestas.

¿Y cómo me afecta esto si trabajo desde casa? Si eres empleado por cuenta ajena, tu jefe debe marcarte unos objetivos a cumplir, en connivencia con la información que tú le facilites. Y evaluar eso es más sencillo que calibrar el trabajo actual. Casi es una comparativa con un perfil comercial. Si debes vender siete móviles en una semana, o lo consigues o no lo consigues. Una vez establecida esta primera respuesta, obviamente hay condicionantes externos a analizar (de ahí la necesidad de poner en copia a tu superior en TODAS las gestiones que hagas y de realizarle un informe semanal, algo casi considerado tabú en la actualidad). Pero en general si tenías que hacer una gestión y la has hecho no hay más que hablar. Has cumplido con tu trabajo. Y no tienes porqué seguir alargando tu jornada.

¿Si soy mi propio jefe, cuándo me paro a pensar? Tres pensadas de 15 minutos a la semana son más que suficientes para establecer una estrategia. Ya hemos hablado

del domingo. Otra, sin duda, debe llegar a mitad de semana, cuando evaluemos de un vistazo qué hemos hecho hasta ahora, qué nos queda por realizar y si nos va a dar tiempo o no. En cuyo caso habrá que preguntarse por qué ocurre lo segundo. Y una tercera, con el relax de la llegada del fin de semana y las gestiones concretadas durante la misma y apuntadas en la agenda, el viernes antes de ‘cerrar la paraeta’. Sea a las 12 de la mañana o a las once de la noche.

¿En caso de trabajar por cuenta ajena, comunico a mi jefe mi plan (para unirlo al suyo) al inicio de la semana o voy haciendo marcha mientras él/ella me hace llegar tareas complementarias? Como hemos argumentado, quien sabe cuáles son los objetivos de la compañía, los plazos en los que deben cumplirse, el rol de cada trabajador en todo ello y las tareas que corresponden a cada uno es el responsable de área o directamente el ejecutivo. Es por ello que el planning semanal debería llegarnos desde las oficinas centrales el mismo viernes, con el fin de poder planificar nuestra semana y de añadir tareas propias que ellos desconozcan y que complementen nuestra jornada hasta hacerla completa. Ése, y no otro, es el día idóneo, porque si esto aparece en el correo del lunes y hay que discutirlo o el jefe está reunido o de viaje o hay algo mucho más urgente que requiere nuestra atención todo va a ir a remolque a partir de ese momento.

Capítulo 5. Adelantar trabajo. ¿Sí o no?

No cabe duda que vivimos en una sociedad donde hay que poseer una personalidad desbordante para marcharse de la oficina antes que el jefe. En la que impera el mérito del que más horas pasa en su sillón laboral, no del que mejor hace su trabajo. Incluso ni siquiera del que lo hace más rápido. La cultura laboral de la que venimos implica sentirnos culpables si no hemos ‘pringado’ un número determinado de horas, perdiendo momentos espectaculares en nuestras vidas como el crecimiento de nuestros hijos, tardes despreocupadas con nuestras parejas, aficiones compartidas con nuestros amigos o cuidados de nuestros familiares. Aspectos todos ellos que, sin duda, contribuyen a que estemos de mejor humor. Lo que se refleja DIRECTAMENTE en nuestra manera de afrontar el trabajo.

Como decía Emilio Duró en una de sus maravillosas charlas, hay gente que sigue creyendo que estamos en la posguerra. Y contribuye, seguramente sin querer, a dar una educación a los jóvenes o a sus propios empleados basada en que todo requiere un esfuerzo sobrehumano. Que lo que te ganas lo haces con sudor. Y que hacerlo de otra forma es ilícito o inmoral. La cultura del esfuerzo sigue muy presente, con una serie de valores muy loable por otra parte, pero ignora sistemáticamente que hacer algo rápido y bien no es ningún pecado. Ni debemos confesarnos por ello, corriendo a proclamar nuestra culpa por tener más talento o más

capacidad que otros para acabar las tareas en menos tiempo. Y, ¡oh Dios mío! Disfrutar un poco de la vida.

Es curioso porque no es algo que suceda cuando somos niños y estamos en la escuela. Más bien al contrario. En esa época se potencia la creatividad. Se aplauden los logros de gente muy joven. Incluso se les beca por ello, dándoles a entender que ése es el buen camino. Una gran paradoja, habida cuenta que la mayoría de estos niños prodigio consiguen lo que se proponen casi sin esfuerzo. Ya sea por su talento deportivo, que les abre la puerta de las mejores universidades en Estados Unidos o por su capacidad intelectual, que les puede llevar incluso a ser fichados por empresas tecnológicas de alto nivel. En un artículo del cinco de mayo de 2014 en *El Confidencial* podemos asistir al mejor ejemplo de lo que exponemos. Habla un padre cuyo hijo de 13 años gana más dinero que él... tras haber diseñado una APP y haberla comercializado a través de la Apple Store.

Qué cosas tiene la criatura. Todo el día en el cuarto con el ordenador y luego llegan los disgustos en el cole. Nos situamos en 2010 y un inquieto Michael Sayman compagina sus estudios con su gran pasión: programar aplicaciones para el móvil. Hay que poner las cosas en perspectiva: el chaval cuenta apenas con 13 años y la App Store de Apple acaba de ver la luz.

Olvídese de la locura actual en la que son muchísimos los programadores que se han hecho de oro a cuenta de sus creaciones en torno a las cuales algunos han creado auténticos emporios. Volvemos a Miami, donde nuestro protagonista acaba de ver a un pletórico Steve Jobs anunciar el lanzamiento de

la tienda de aplicaciones para el iPhone y aquello pintaba bien, o al menos eso transmitía el entusiasmo del difunto líder. ¿Por qué no probar crear alguna app para el célebre iPhone? El inquieto joven ya conocía el éxito de alguna manera en la red gracias a una web de trucos de Club Penguin que creó en la época y tenía el gusanillo de conocer cómo are programar para un móvil.

Cuando el joven, que en el momento cuenta con 16 años, se estaba devanando los sesos por descubrir cómo poder sacar dinero de semejante éxito, se dio una extraña circunstancia: Facebook se hizo con Parse, la empresa en la que nuestro héroe había confiado los servidores para dar servicio a 4Snaps. El primer obstáculo que se topó fue de orden económico: los desarrolladores de iOS deben pagar un canon anual de 100 dólares y para un crío de 13 años eso es una cima demasiado alta para hacer cumbre. “De acuerdo, te daré los 100 dólares pero como no los recuperes con la aplicación tendrás que trabajar en el restaurante para devolverlos”. Voz de madre resignada y al tiempo entregada: al niño eso le encantaba y a una mala echaba una mano en el negocio familiar.

¿Cómo aprende un chaval de 13 años a programar? Google llegó al rescate. Con paciencia y echando muchas horas, el pequeño Michael logró terminar su aplicación de trucos de Club Penguin y llegó a la recién nacida App Store. El de Florida fue de los primeros en presentar la aplicación, con lo que las

probabilidades de subir en la tabla eran mayores. Y lo fueron: su criatura llegó al top ten pronto y la vendía a 1 dólar la descarga. Amigo, aquello daba dinero. Descubrir este dato despertó su entusiasmo. Aquello había que compartirlo, y daba igual que fuera de madrugada: el inquieto Michael voló al cuarto de sus padres y les despertó para darles la noticia. Vaya horas para contarnos sus tonterías.

Sin entender en realidad nada de lo que se estaba forjando, sus padres le dijeron que aquello estaba muy bien, pero que a la cama. El joven no se sorprendió por la reacción: “Mis padres no son nada tecnológicos”, reconoce a Pando. Sus esforzados progenitores no eran muy duchos en lo que tocaba a los móviles pero sabían de primera mano lo que costaba llevar dinero a casa y aquella entrada atropellada en el dormitorio tenía, en el fondo, su razón de ser.

Llega el beneficio

El experimento de Michael pronto comenzó a dar dinero: 40 dólares el primer día, un par de días más tarde 180 dólares... la rueda del éxito de las *apps* comenzaba a girar en casa de los Sayman que no descubrieron la importancia del trabajo a escondidas de su hijo hasta transcurrido el primer mes cuando llegó el cheque con los ingresos de la aplicación. “Dios mío, ¡si gana más que yo!”. La caída al suelo de los padres fue rotunda y del déjame dormir al a ver qué esto que hace el niño en tiempo récord, pero todavía no habían visto nada.

Y en lo que canta un gallo Michael, de padre boliviano y madre ecuatoriana, pasó a ganar un dineral, habida cuenta que todavía no contaba con más que trece años. Un dinero fácil que pronosticó una época de bonanza en la familia. Pero los caprichosos designios del destino hicieron que el viento que hasta ahora había soplado a favor en casa de los Sayman, virara bruscamente en su contra y dibujara un futuro súbitamente oscuro: el padre perdió su empleo y se barajó la posibilidad de hacer las maletas y volver a Perú. Y fue en este punto cuando al talento de Michael se unió su inesperada madurez y anunció que no, que no se irían y que él correría con los gastos de la casa. Así, a los 16 años se vio ayudando a sus padres a pagar la hipoteca de la casa así como los estudios suyos y los de su hermana.

Una idea feliz

El dinero que se gana con una aplicación de éxito llega rápido pero llegada su madurez, el producto deja de dar sus frutos. Por este motivo y las apremiantes urgencias familiares, Michael se dispuso a buscar el éxito de nuevo aunque en este caso con una aplicación fuera del paraguas de Club Penguin ¿De qué podría tratarse? La idea feliz llegó cuando vio a su hermana enviando fotos con el móvil a una amiga y preguntando a modo de adivinanza qué era lo que se había fotografiado.

Y en lo que canta un gallo Michael, de padre boliviano y madre ecuatoriana, pasó a ganar un

dineral, habida cuenta que todavía no contaba con más que trece años. Ese momento de relax en casa dio vida a 4Snaps, la aplicación que realmente catapultaría al joven al estrellato, aunque los comienzos no fueron fáciles. 4Snaps llegó a la App Store sin pena ni gloria y con una escasa cobertura en los medios, con lo que pasó a caer en el olvido en posiciones medias que nunca reportarían un volumen serio de ingresos. Pero nuestro protagonista no se rinde fácilmente y se le ocurrió pulir los últimos dólares que le quedaban en una forma de promoción menos convencional: Instagram. En un todo o nada, Michael buscó cuentas promocionales en las que publicó fotos de su *app* con un halo de misterio que se hizo irresistible.

Ahora de nuevo la aplicación subió a lo más altos, y tras varios dimes y diretes, se coronó en lo más alto. Sin embargo, el joven Sayman se enfrentó a un dilema que conocen bien los desarrolladores: a diferencia de su primera aplicación que era de pago, 4Snaps fue gratuita desde el comienzo, y con un buen motivo: el joven desarrollador sabía que los usuarios de esta *app* eran jóvenes y con escasos recursos con lo que hacerla de pago hubiera limitado definitivamente su crecimiento. El dilema al que nos referimos es descubrir cómo monetarizar una exitosa aplicación de forma que comenzaran a circular de nuevo los billetes, algo que urgía en casa de los Sayman. Por lo general, este tipo de aplicaciones suele acabar en manos de un grande que al calor del elevado número de usuarios, no duda en extender el talonario y hacer

millonario a su creador. Pues bien, esto también le sucedió al de Miami. Bueno, en parte.

Cuando el joven, que en el momento cuenta con 16 años, se estaba devanando los sesos por descubrir cómo poder sacar dinero de semejante éxito, se dio una extraña circunstancia: Facebook se hizo con Parse, la empresa en la que nuestro héroe había confiado los servidores para dar servicio a 4Snaps. El equipo de la red social pronto se dio cuenta que aquel pez llegaba con sorpresa y se interesó rápidamente por el atípico desarrollador que estaba detrás de 4Snaps. No era un universitario ni un programador avezado: se trataba de un adolescente con ortodoncia al que su madre debía acompañar en los viajes y firmar todos los documentos legales. Zuck se identificó pronto con el personaje y forzó un encuentro con Michael.

El cara a cara fue surrealista: a un lado Mark Zuckerberg jugando con un balón de fútbol y al otro el adolescente que no podía dar crédito a lo extraordinario del momento. En ese momento, nuestro hombre era ya uno de los elegidos por Facebook para unas prácticas pagadas con la élite de Silicon Valley. “¿Qué vas a hacer en tus prácticas?”, preguntó curioso Zuck.

“¿Trabajar? Yo realmente no quiero trabajar”, fue la sincerísima respuesta que espetó el suicida teenager a una de las figuras más relevantes de nuestro tiempo. En cualquier otro despacho, el de Miami estaría ya buscando la puerta de salida, pero a Mark Zuckerberg

le encantó la respuesta y de hecho le ofreció una participación estelar a su lado en la conferencia.

Pero existe un recelo de la generación que debería ser saliente. Y digo debería porque no lo es. Y no sólo se resiste a dar paso a lo nuevo argumentando que ‘yo ya he vivido crisis como ésta y sé cómo salir de ellas’ (algo absolutamente incierto, pues nunca hubo una catarsis como la actual, donde además el mundo laboral, personal y tecnológico esté cambiando a un ritmo que son incapaces de seguir), sino que en cierta manera censura la nueva forma de hacer negocios.

Si le pones delante Facebook o Google, te preguntarán con espanto para qué sirven, porque no entienden de comunicación entre personas en el siglo XXI. Te argumentarán que a la oficina se viene a trabajar, no a pensar en sofás o a jugar al billar. Te señalarán que lo único que vale dinero es lo tangible, como el acero, algo que por cierto cada vez pierde más valor al caer en picado el sector de la construcción. Y calificarán a sus CEO como niños con suerte que se arruinarán cuando sus acciones se desplomen en bolsa, porque lo digital es una burbuja que está a punto de explotar.

El problema real es que éste es el perfil de muchísimos de los directivos reinantes en las grandes y pequeñas empresas del mundo. Y son ellos los que toman las decisiones sobre muchos de los problemas que acucian a sus negocios. Lo que nos lleva, de nuevo, a lo que se ha dado en llamar ‘Empresaurio’. Al que reconocerán por frases como ‘quien tenga trabajo que no se queje’, ‘hemos vivido por encima de nuestras posibilidades’ (mientras ellos cobran sueldos superiores al millón de euros), ‘hay que trabajar más por menos’ y otras lindezas al uso.

Mientras, la siguiente generación ve pasar los años y las oportunidades. Incluso aunque desde dentro de las empresas intenten hacer ver la realidad a sus superiores y les propongan iniciativas novedosas, en lo que ahora se denomina 'intraemprendimiento' y que toda la vida ha supuesto un 'gracias chaval por esta idea tan buena que va a darme más dinero, pero no esperes una subida de sueldo porque al fin y al cabo sólo estás haciendo tu trabajo, por el que te pago'. Y la pregunta que se hace es ¿por qué es condenable la forma de hacer negocios de Mark Zuckerberg? Y la respuesta es tan sencilla como que amenaza el 'Antiguo Régimen'.

Planteado este preámbulo, pasemos a la pregunta que abre este capítulo. Y para la cual era necesario el argumento inicial. Si, como hemos planteado en el capítulo anterior trabajamos por objetivos y no por horas, habrá días de no parar ni un minuto. Pero otros en los que tendremos la maravillosa suerte de haber cumplido aquello que nos marcamos y dispongamos de un precioso tiempo libre por delante.

Curiosamente, lo que debería convertirse en una corriente positiva tenderá (al menos al principio) a inquietarnos sobremanera. ¿Y ahora qué? Si no hago nada más por hoy, me sentiré culpable porque parecerá que no trabajo (la pregunta es a quién se lo parecerá, si estás solo en casa. Algo sobre lo que reflexionar). Es más, pensaré que estoy dejando pasar oportunidades al no aprovechar la inmensa suerte que tengo de poder disponer de un tiempo precioso para adelantar cosas. De modo que sí, me pondré a realizar tareas pendientes. O mejor, me centraré en las que me había programado para mañana. Al fin y al cabo, mi plan es semanal y no importa si hago algo un lunes o un miércoles.

Esta última reflexión, que en teoría es acertada, se convierte sin embargo en un INMENSO ERROR. Y no por no solucionar asuntos pendientes, al contrario. Sino por una premisa de la que no nos damos cuenta por estar habituados a vivir nuestra existencia laboral en una oficina al uso, con un horario al uso, un jefe al uso y unos compañeros al uso.

SIEMPRE hay trabajo que adelantar. Siempre. Si uno se pone a pensar, siempre queda alguna cosa por hacer. De lo que nos hemos programado para los dos días siguientes, de lo que no hicimos en su momento, de un proyecto personal que creemos que puede ayudar a nuestra empresa, de unas ideas que sacamos de un curso o una reunión y queremos plasmar en un informe, de una antigua gestión que nunca realizamos y que pensamos que ahora podría dar nuevos frutos, de una llamada que sí hicimos pero que no nos devolvieron y que quizá ahora obtenga una respuesta distinta... Podría pasarme tres capítulos completando esta lista y nunca terminaría. Porque en los más de siete años que llevo trabajando en casa, si he acabado lo que tenía que hacer un día determinado siempre he tenido la opción de adelantar algo para quitármelo de encima. Y siempre he pensado, aunque algo menos a medida que pasaban los años y tomaba forma lo que he querido transmitir en este libro, que era un mal trabajador si ese día paraba en seco. Que no merecía el dinero que me estaban pagando mis clientes. Que algún día se darían cuenta de la clase de impostor que era y dejarían de confiar en mí. Algo que, por suerte, ha ocurrido en muy pocas ocasiones. Y derivado en gran medida por una incompatibilidad de caracteres o de visión estratégica, no de formas de trabajo. Entre otras cosas, y esto muchos de vosotros deberéis comenzar a ponerlo en

marcha, porque antes de cerrar cualquier trato explico lo que hago, cómo lo hago y sobre todo cómo lo cuantifico. Y si lo aceptan y luego no cumplen lo pactado les recuerdo la conversación primigenia que nos llevó a estrecharnos las manos por primera vez.

Aunque el problema real deriva no sólo de lo que explicábamos en el segundo capítulo referente a la culpabilidad, sino sobre todo del ‘presentismo’ imperante. Analicemos la realidad: en una empresa cualquiera, ¿cuándo hemos decidido adelantar tareas? Cuando un día cualquiera hemos finalizado nuestro cometido y, como no podíamos marcharnos a casa porque debíamos fichar, se nos ha ocurrido en lugar de buscar hoteles en oferta para el fin de semana seguir contribuyendo a la economía de nuestro contratador. Al fin y al cabo, ¿qué alternativa teníamos? En realidad, absolutamente ninguna. No existen pluses por hacer más trabajo en menos tiempo, porque el volumen no es importante sino las horas que pases sentado. Salvo horas extra muy determinadas (que la mayoría de las empresas no pagan ni computan, prometiendo días libres que nunca llegan) el ser eficiente no supone poder ausentarte un día completo porque has finalizado tu tarea. Es decir, ¿en qué se diferencia un empleado que durante ocho horas se deja los cuernos de otro que la mitad del tiempo se lo pasa chateando con su novia? En absolutamente nada.

Es por esta razón por la que mi recomendación más firme es NUNCA ADELANTAR trabajo. Nunca. Si estamos cambiando nuestro paradigma laboral y habituando a nuestros clientes a nuestro nuevo status, nunca podrán confiar en nosotros si no transmitimos que creemos en lo que hacemos. Ojo, eso no significa apagar el móvil a las

cuatro de la tarde, porque la realidad de hoy día es que debemos estar conectados por lo que pueda pasar. Pero el 95% de las cosas que nos presentan como urgentes no lo son tanto que no puedan esperar al día siguiente. Lo que ocurre es que los trabajadores no ubicados en sus casas han sido acostumbrados (y, por lo tanto, proceden de igual forma cuando suben en el escalafón) a pedir las cosas a última hora. Lo que deriva en quedarse hasta la noche delante del ordenador porque hay que entregar algo mañana de manera urgente. Curiosamente, un tema que casi siempre habría podido evitarse si esa persona o su inmediato superior hubiesen realizado una planificación adecuada de tareas y tiempos de ejecución.

Sin embargo, para luchar todavía más contra el paradigma del poderoso sentimiento de culpa que aparece cuando ves al resto de los humanos tras un escritorio mientras tú vas a hacer running a las 11:30 del mediodía, sí podemos plantear un supuesto en el que sería factible acumular tareas realizadas, aún no estando previstas para ese día en concreto: el tomarse un día semi-libre. Es éste un nuevo concepto que se introducirá en vuestra vidas cuando seáis profesionales freelance o trabajéis desde casa por cuenta ajena. Puedes dedicar un miércoles cualquiera de tu vida, sin remordimiento alguno, a pasar olímpicamente del mundo si las cosas te van bien y estás cumpliendo el plan laboral que te trazaste, pero al menos dos veces al día has de conectarte. Una hora por la mañana y otra por la tarde ayudan a hacer repaso de si han llegado mails o WhatsApp de importancia, si se ha recibido alguna llamada que debe ser devuelta o si ha habido un cataclismo y no nos hemos enterado. Lo cual, por cierto, es bastante improbable, porque basta que ocurra para que te fríen a correos electrónicos,

mensajes o telefonazos. Curiosamente, como si de la Ley de Murphy se tratara estas situaciones suelen darse cuando creías que ibas a tener uno de los días más tranquilos de tu existencia. Pero son los menos.

Capítulo 6. ¿Cómo consigo vencer las distracciones?

La televisión. La Nutella en la despensa. El suelo, que está sucio y hay que fregarlo. La plancha. La lavadora. Fregar los platos. El WhatsApp. Los mails que no dejan de entrar. Ordenar la mesa. El sofá para descansar cinco minutos. Hay que comprar fruta, que se ha acabado. Limpiar los baños. Ir al banco. ¿Sigo? Mejor no.

Creemos que por trabajar en casa debemos seguir creyendo que estamos en nuestro domicilio fuera del horario laboral y que hay cosas urgentísimas que arreglar. A los que aún estáis en una oficina o lo habéis estado, no os sorprenderá lo que voy a decir a continuación. Eso es una soberana memez. Comparable únicamente al estudiante que dice que debe prepararse los exámenes en la biblioteca porque de lo contrario es incapaz de no ver ‘Sálvame de luxe’.

Cuando vuestro horario ha sido de 10 a 14 y de 16 a 20, habéis fregado los sábados. Habéis lavado los platos después de cenar. Habéis ido al banco a primera hora de la mañana para no llegar tarde. NUNCA habéis merendado un sándwich de Nocilla en el trabajo. Habéis planchado antes de hacer la cena. Habéis tenido la mesa desordenada hasta que un día no habéis podido más. Os habéis fastidiado por no poder tiraros en el sofá cuando a las 16:15 os moríais de sueño. Habéis comprado fruta o ido al supermercado a las 20:30 horas. Y de lo de limpiar los baños mejor no hablamos ☺.

Debe existir una concepción muy clara cuando estamos trabajando en casa: que precisamente estamos haciendo eso, TRABAJANDO en casa. Otra cosa es, como ya hemos comentado, que tengamos la gran capacidad de haber conseguido organizarnos de tal manera que nuestros objetivos cumplidos nos permitan disponer de más tiempo del que teníamos en la situación anterior. De hecho, ése es uno de los principales leitmotiv de este libro. Nos han educado para trabajar ocho horas al día y apañarnos con nuestra vida como podamos el resto del tiempo. Y en nuestra mano está, casi por primera vez en la historia, poder diseñar nuestro plan vital para definir cuándo queremos estar en modo profesional y cuándo en modo personal.

Dicho esto, una vez seamos exitosos (¡ojalá!) en este primer aspecto, debemos centrarnos en el segundo: como casi todos estaremos delante de un ordenador y al lado de un smartphone, saber cómo ser capaces de concentrarnos entre Twitter, Facebook, Instagram, WhatsApp, Line, Outlook, Hotmail y Spotify.

Comencemos por una reflexión simple. Un mail o un WhatsApp difícilmente pueden ser catalogados de urgentes. Y con urgentes me refiero a algo que hay que hacer ya porque si no se cae el mundo. Es más, poniéndonos en una situación habitual podremos comprenderlo mejor. Imaginemos que tenemos una reunión de dos horas con nuestra mejor cliente o que la empresa nos ha enviado a hacer un curso fundamental para reinventar los modelos de funcionamiento que utilizamos y en el que debemos poner todo nuestro interés. ¿Cuántos de vosotros contestáis mientras están en marcha ambas cosas un correo o un mensaje directo? NINGUNO. Porque sois conscientes de que lo que capta vuestra atención en ese momento es muchísimo más

importante que cualquier otro aspecto. Salvo si recibís una llamada. Cuando alguien llama suele tener motivos para ello, porque hoy día es más sencillo comunicarse mediante mensajería móvil y aguardar a que el interlocutor disponga del tiempo apropiado para respondernos.

Trasladado a nuestro 'nuevo' lugar de trabajo, esto significa lo siguiente: dentro de los objetivos semanales, obviamente debemos hacer particiones en objetivos diarios. Y seguro que somos plenamente conscientes de cuánto tiempo (aproximadamente) podría llevarnos su realización. Habrá tareas muy sencillas que no requieran más de 10 minutos y cuya ligereza intelectual no suponga un problema si nos vemos interrumpidos en alguna ocasión. Pero habrá otras, muchas de ellas, que requieran plena concentración. A saber: elaborar un informe, un plan de marketing, un documento para una posible venta, un dossier de presentación para clientes, un resumen del impacto conseguido en una determinada campaña, un Excel de resultados y un largo etcétera.

En este segundo caso, debemos aprender a centrarnos. Y para ello únicamente nos hacen falta unos pequeños pasos, que podrían parecer muy lógicos pero que apenas nadie pone en marcha. Para empezar, desconectar los datos del teléfono móvil. De esta manera nos aseguramos que, salvo llamada importante, nadie nos va a desconcentrar ni a molestar en el tiempo en el que estemos inmersos en nuestra tarea prioritaria. Es FUNDAMENTAL hacerlo. Es más, la primera vez que lo intentéis os reto a que no lo hagáis. Y que apuntéis en un papel las veces que habéis oído la vibración del teléfono y que habéis decidido mirarlo por si pasaba algo. Que cronometréis el tiempo que habéis perdido y lo restéis luego al realmente utilizado. Y veáis el tiempo

real en el que podríais haber hecho las cosas y el que finalmente os ha costado.

Volviendo al fútbol, existe un ejemplo muy válido para esta circunstancia. Imaginad que sois un equipo que disputa una semifinal en su estadio. Que en el partido de ida empató a cero goles y que en el minuto ocho de la primera parte gana 1-0. Hasta el minuto siete el balón ha corrido como un demonio, los saques de banda se han lanzado de inmediato, los futbolistas acudían al sprint a tirar un córner y con cada recuperación se buscaba optimizar las jugadas para llegar cuanto antes al área contraria. Es decir, es posible que de esos siete minutos se hayan jugado seis y medio de tiempo real (sin contar los parones). Pero tras el gol, conocedores de vuestra capacidad defensiva, habéis decidido cambiar la táctica y dedicaros a interrumpir el juego lo máximo posible. Perder tiempo en las transiciones, pasar constantemente el balón atrás para que circule sin que lo toque el rival, fingir lesiones, realizar cambios para romper el ritmo del partido o directamente frenar en falta cada ataque del conjunto contrario, que apenas ha dispuesto de continuidad en sus envites ante todos estos problemas. Sin duda, se han disputado los 90 minutos que dura cada encuentro, pero en realidad apenas ha rodado el esférico 36. Es decir, que si en lugar de pensar que sois el equipo local os hubierais puesto en la piel del visitante, os darías cuenta que apenas habéis dispuesto de un tercio del tiempo para intentar alcanzar vuestro objetivo. Y que las trabas han ido mermando vuestra confianza, efectividad y concentración.

Entre esas trabas que hemos nombrado, la segunda es el correo electrónico. Tanto en el móvil como en el escritorio del ordenador o la tableta. En la mayoría de los casos tenemos activadas las notificaciones para que nos avisen si nos

entra alguno y en muchos casos es muy sencillo no mirarlás: basta con cerrar la pestaña web en la que estamos conectados. ¿Obvio? Absolutamente. ¿Habitual? Ni de coña. También, aquellos que trabajan con Outlook, deberían saber que existe una pestaña en la parte inferior del mismo que permite desconectarlo y volver a hacerlo con un solo click, algo que afirmo es muy útil si queremos fijar nuestra atención en un único punto. Habrá quien se pregunte porqué debemos hacerlo, si estamos seguros de ser capaces de hacer dos cosas a la vez. La respuesta es muy sencilla: la curiosidad humana, las ansias de quitarnos pequeñas gestiones de encima, las ganas de recibir un mail de una persona o empresa determinadas, la tensión de estar esperando un correo importante para bien o para mal, el temor de tener que enviar uno especialmente duro o difícil... Todo esto es imposible de gestionar, aunque creamos que somos capaces de hacerlo. Nos afecta. Nos incita a salirnos de nuestro camino. Nos distrae. Nos hace derivar de una tarea farragosa a otra que consideramos más sencilla y liviana simplemente para no afrontar lo que más nos cuesta, como si tuviéramos que subir una montaña por obligación pero en cada valle tuviéramos la posibilidad de parar a tomar una cerveza en un bar. La pregunta es: ¿es mejor quitarse rápidamente de encima lo difícil, aunque sea costoso, para encarar el camino siguiente cuesta abajo? No creo que tengo siquiera que responder a ella.

Una vez ‘controlados’ los factores externos, ya es un tema propio organizarnos qué hacer, cuándo y cómo, tanto en el ámbito laboral como en el familiar. Es más, no deberíamos tener miedo a mezclar ambos aspectos en nuestro cuadrante semanal. Estamos afrontando una nueva manera de hacer las cosas, lo que significa que no podemos hacer

exactamente lo que veníamos haciendo hasta ahora. Y no hay nada malo en apuntar el martes como tareas enviar un informe de situación, contactar telefónicamente con dos clientes, poner una lavadora y tender, salir a caminar una hora y actualizar ese blog corporativo cuya última entrada data de septiembre de 2010.

¿Por qué no podemos adaptar el trabajo a la vida y viceversa? ¿No es así como debería ser? ¿No nos venden las empresas de telefonía, los profesionales de las charlas sobre emprendimiento y los artículos que leemos cada día que estamos en una sociedad interconectada y con alta movilidad? ¿Cómo podemos entonces, si no la usamos en nuestro beneficio, mejorar el trabajo que hacemos, ser más felices con él y convertirnos en personas mucho más rentables para la gente que nos contrata? Como veis, es muy fácil (como hacen los políticos, que dicho sea de paso en un porcentaje desmesuradamente alto JAMÁS han emprendido nada, con lo que no puede ser conscientes de la realidad del colectivo) hablar y escribir, pero luego nadie nos dice cómo hacerlo. Y si lo hacemos de forma que parece que trabajemos menos, aunque nuestros índices de productividad indiquen lo contrario, enseguida alguien busca controlarnos. No sea que nos dé por otorgar más importancia a la familia y al ocio que a aquello que nos da de comer. Como si no nos ganáramos nuestro sueldo, sino nos hicieran un favor pagándonoslo.

Para cerrar el capítulo, podríamos preguntarnos si los trabajadores o las propias empresas son conscientes de estos problemas y, sobre todo, de cómo solucionarlos. Y a la vista del artículo publicado por el consejero delegado de WorkMeter en la web Observatorio de Recursos Humanos,

parece que hay una noción pero no una manera real de solucionarlo. Sobre todo porque insisten en penalizar a los trabajadores. Monitorizarlos. Hacerlos sentir observados, faltos de confianza por parte de sus superiores. Prohibirles usar el mail o las redes sociales. Y seguir creyendo que la productividad viene de las horas. No buscan empleados felices, sino eficientes. Y siguen sin entender que, en muchas ocasiones, lo segundo llega a raíz de lo primero. ¿Por qué sino cada vez más personas confiesan sentirse ‘quemadas’ con su trabajo, aunque sea algo a lo que soñaron dedicarse en su momento?

La situación económica actual está provocando que nos replanteemos la asignatura pendiente de cómo elevar la productividad de nuestras empresas, alejadas históricamente de la media europea. Pasamos muchas horas en el trabajo, pero no todo el tiempo produciendo.

Hoy en día disponemos de muchas herramientas que complican la gestión del tiempo y del esfuerzo de los trabajadores: la informática, el correo electrónico, Internet, las redes sociales... En este contexto surge la necesidad de formularse dos preguntas: ¿qué factores repercuten en la productividad de una persona?, y ¿existe una forma de medir esa productividad?

Los factores que determinan la productividad en el trabajo son muchos, pero hay tres componentes que tienen una especial relevancia: las capacidades del empleado, su enfoque y la estrategia de la empresa.

Las capacidades son las aptitudes y el conocimiento del tipo de tarea que desarrolla el trabajador, en las que entran en juego también las herramientas de las que dispone asociadas a su trabajo. El enfoque viene determinado por la concentración y la dedicación de cada persona a su tarea específica, así como por la gestión que haga de su tiempo.

La estrategia está enfocada en el hecho de que el trabajador desempeñe su labor en algo que corresponda a los intereses de la empresa y que afecte positivamente a sus resultados.

Teniendo en cuenta que la capacidad es uno de los tres principales factores que repercuten en la productividad de un empleado, el problema con el que se enfrentan muchas empresas es cómo evaluarla, cómo saber de qué forma gestiona cada persona su tiempo y el uso que hace de las herramientas.

Estar toda la jornada delante del ordenador no es sinónimo de productividad. Cuando el uso del correo electrónico y de las redes sociales se convierte en abuso entre los empleados que utilizan el ordenador como herramienta principal de trabajo, las empresas sólo tienen dos alternativas: bloquear cualquier actividad que no tenga relación con el trabajo, o implantar de acuerdo con los empleados un software que dé en tiempo real las métricas de la productividad.

Para ofrecer métricas de productividad objetivas se necesita una plataforma que haga posible la evaluación

de la capacidad del trabajador a través del uso que hace de su tiempo, de cómo lo fragmenta y de la utilización que hace de sus herramientas de trabajo.

Según mi experiencia en muchas de las ocasiones en las que el trabajador no rinde, no vienen provocadas por una mala actitud o despreocupación, sino por el hecho de no ser conscientes, de no interiorizar cómo gestiona su tiempo y cuánto produce. De hecho en muchas situaciones no se trata de que la persona no esté rindiendo, sino de un problema de gestión relacionado con el principal objetivo del departamento: por ejemplo una sobrecarga de reuniones o un exceso de correo electrónico interno que hay que gestionar y que resta mucho tiempo para realizar otras actividades productivas.

Un método muy efectivo para mejorar la concentración y el tiempo dedicado a actividades productivas es lo que los psicólogos llaman “efecto espejo”. Ver reflejado nuestro comportamiento en números y métricas, entender y ser conscientes de cómo invertimos nuestro tiempo nos permite implementar cambios que se acaban convirtiendo en hábitos que afectan positivamente a los resultados.

Un software de medición y análisis de la productividad es lo que facilita que las personas valoren adecuadamente su rendimiento, gestionen mejor su tiempo, y perciban positivamente los cambios estructurales, siguiendo el hecho de que “sólo se puede mejorar lo que se puede medir”.

Con la métrica de medición automática se consiguen mejoras sensoriales del nivel de concentración y dedicación a actividades productivas, posibilita que las empresas gestionen mejor sus RR.HH. mientras aumenta la productividad, permitiendo implementar iniciativas como el teletrabajo, el horario flexible, la gestión por objetivos o la mejora de la conciliación de la vida profesional y personal.

Es una solución tecnológica propicia para que los empleados sean más responsables, ya que cada trabajador se convierte en gestor de sí mismo para mejorar la productividad en beneficio propio y en el de su empresa.

Así mismo, este sistema de medición proporciona también una ayuda inestimable en la detección de problemas de estrategia, infrautilización o sobreutilización de procesos, herramientas o personas. Junto con otros indicadores de negocio se pueden encontrar datos muy útiles para afinar el enfoque de personas o departamentos internos.

Es importante destacar que esta herramienta desvela una parte imprescindible de la ecuación, pero no debe sustituir a otros indicadores de negocio o rendimiento profesional. Los aspectos como el estilo de gestión, la involucración de las personas, la transparencia, los valores o la sensación de equipo son claves para obtener buenos rendimientos productivos. Y todo ello es responsabilidad de la empresa y de los directivos.

Y es que hoy más que nunca las empresas debemos adaptarnos a los cambios socio-tecnológicos para mejorar nuestra competitividad, para retener y potenciar el talento. Lograr esa adaptación con éxito requiere generar un cambio no sólo en las organizaciones, sino también obteniendo el apoyo de las personas que las componen. Y para ello es imprescindible que sean conscientes de la importancia de su implicación y aportación en los resultados.

Capítulo 7. Las redes sociales como herramienta de trabajo, no de distracción

Cualquier empresa 1.0 te impedirá ver tus redes sociales en el trabajo, lo que no significará que no lo hagas porque hoy lo tenemos muy fácil a través de nuestro smartphone. Pero esto es debido a un tema muy sencillo: como la mayoría de ellas no apuesta por la formación y, cuando lo hace, envía a los trabajadores pero no a los directivos, no son conscientes de las ventajas que implica un uso responsable y moderado de ellas. Me explico.

Twitter es una extraordinaria herramienta de seguimiento de la competencia, de creación de marca propia y de acceso a contenidos gratuitos que te pueden hacer mejorar. Durante este capítulo vamos a entrar en detalle en los aspectos básicos para manejar tanto esta red como Facebook y LinkedIn, pero vaya por delante que su buscador es casi igual de efectivo que el de Google si queremos informarnos de un tema que esté candente en la red. No hay lugar que concite más comentarios ni documentación en un momento determinado que éste, porque no requiere el esfuerzo de un blog o una web el hecho de actualizarlo.

Facebook, más allá de los amigos que tengas, es posiblemente el futuro de las páginas web. Hoy día hacerse una página de empresa cuesta cinco minutos y ya dispones de un espacio propio en la red para colgar temas propios para un target al que le interesa tu producto. ¿Por qué si no clicarían al ME GUSTA? Hay tanta cantidad de información

que no vas a unirle un foco de ruido más salvo que te interese mucho lo que te tengan que decir. Y nada es más intuitivo y accesible que la empresa de Marc Zuckerberg. ¡Si hasta nuestras madres están dentro y lo entienden!

Y LinkedIn es, posiblemente, el gran desconocido para los autónomos y las empresas. Se trata, en gran medida, de un Curriculum Vitae accesible desde cualquier dispositivo del mundo. Pero también de una red de contactos profesionales o de búsqueda de ellos sumamente efectiva, al tiempo que nos permite integrarnos en grupos afines a nuestros intereses o incluso crearlos para convertirnos en expertos sobre un tema determinado.

Con todo, si trabajas desde casa deberás ser consciente de cómo y cuándo usar las redes. Básicamente porque son un elemento de distracción muy sencillo. Pero unas nociones básicas y una estrategia adecuada pueden marcar la diferencia para mejorar tu labor o incluso para encontrar oportunidades de empleo. No estoy diciendo que Twitter, Facebook o LinkedIn os vayan a dar trabajo directamente (aunque también, porque cada vez se cuelgan más ofertas específicas en ellas), pero sí van a permitir ampliar contactos o iniciar conversaciones con gente interesante con la que se puede acabar derivando en proyectos comunes. Esto es algo que no entienden las empresas y que deben empezar a entender los autónomos y PYMEs, pero siempre partiendo de un conocimiento que actualmente es ínfimo en porcentaje. Veamos si podemos ayudar a que esto, al menos, cambie para los lectores de este libro. Aunque supongo que en cinco años igual estas páginas hay que tirarlas a la basura por obsoletas ☺.

TWITTER

Como red social es la menos intuitiva de las tres. De hecho, hay muchísimas personas que se registran a diario, pero muchas de ellas no entienden su funcionamiento y acaban derivando hacia dos opciones: pasar de su perfil o dedicarse sólo a leer lo que ponen otros. Algo, por cierto, muy productivo en caso de que únicamente busques buena información. Ahí sin duda la encontrarás.

Alguien dijo que en Facebook sigues a tus amigos del colegio y en Twitter a aquellos con los que te hubiera gustado ir a la escuela. Hay muchísima gente buena, que comparte contenido de una calidad inmensa de manera gratuita y, sobre todo, que habla con aquellos que quieren comunicarse con ellos. La clave de esta red son las conversaciones que genera. El hecho de que puedas preguntarle algo a alguien que es un referente en su campo y te responda. O incluso abra un debate contigo. No todos lo hacen, porque no todos son conscientes del potencial de poder interactuar con la gente que les sigue. Pero quien decide hacerlo se convierte en un líder. Alguien a quien no sólo escuchan sus ‘followers’, sino cuyas palabras comparten (haciendo retuit), lo que le hace llegar a muchísima más gente y convertirse en lo que se llama un ‘influencer’.

Hay personas que, sin siquiera ser conocidas o famosas, mejoran sus ingresos gracias a esto. Pondremos un ejemplo extremo y otro más normal: el primero habla de Iniesta, a quien por cada tuit publicitario pagan 25.000 euros. Fijaos en la cantidad exagerada para 140 caracteres, pero en la realidad que se esconde tras ella: si hay ocho millones de personas que se fían de lo que dice el manchego, y a quienes llegará directamente y sin intermediarios la información, la inversión respecto a los medios tradiciona-

les (más caros y con dudas sobre quién o quiénes los leen realmente) es bajísima y su retorno mucho mayor. El segundo ejemplo es el de algunos blogueros gastronómicos. Muchos restaurantes les llegan a invitar a comer para que les hagan una crítica tuitera, lo que significa que además están dándole importancia a una persona y no a un medio. Eso convierte al bloguero en una referencia para muchos otros, que visitan o no ese lugar en función de la opinión vertida. Al tiempo, algunos medios son conscientes de su capacidad de atraer ‘pinchazos’ en una página web y les ofrecen una colaboración, por la que acaban cobrando haciendo exactamente lo mismo que hacían antes, pero con un mayor prestigio si cabe al enmarcarse dentro de una cabecera.

Pero ¿en qué influye todo esto para un trabajador por cuenta propia con despacho en su comedor? Hay muchísimos libros que enseñan a utilizar las redes sociales, pero pocos que se centren en cómo comenzar a usarlas. Aquí, sabiendo que por mucho que creamos lo contrario hay muchísima gente no iniciada o incapaz por el momento de sacarles el máximo partido, dedicaremos este capítulo a los preceptos básicos para comenzar y poder dar un uso adecuado a las mismas. Y, a partir de ahí, ya la habilidad de cada uno o la decisión de contratar un Community Manager correrá de la cuenta de los implicados.

INICIACIÓN A TWITTER

1.- Una red social es precisamente eso, social. Por ello, cuando os abráis un perfil (si no lo tenéis ya) debéis poner una foto en la que se os vea bien y un pequeño

texto biográfico. Tanto si la utilizáis para uso personal como profesional, es conveniente destacar vuestra web o LinkedIn, con el fin de que la gente interesada pueda contactaros.

2.- Una vez dentro, tenéis la posibilidad de seguir a amigos. Pero también de buscar a gente que os interese. Una recomendación: los famosos suelen ser aburridos y rara vez tuitean algo interesante. Iros al buscador (arriba a la derecha) y buscad nombres, sectores o palabras clave que os puedan sumar.

3.- Las dos primeras semanas sería interesante pasarlas observando. Mirad lo que cuelga la gente. A qué hacen retuit (compartir contenido con los seguidores propios) y por qué. Cómo interactúan. Si entran o no en conversaciones (aunque estas sólo podréis verlas si seguís a los dos perfiles implicados en una de ellas).

4.- A partir de ahí, y habiendo decidido de qué temas queréis hablar, comenzad a colgar contenido. Sin miedo ni prisa. Poco a poco. Y, al tiempo, comentad el de alguien que os parezca interesante. Iniciad relaciones. Esto es un networking virtual. Si no hablas con la gente no te van a conocer.

5.- Para conseguir seguidores deberéis ser interesantes cuando habléis y tendréis que interactuar constantemente. No es un proceso inmediato. No os desesperéis. Pero cuando alguien os haga retuit comenzará a seguir os gente que no conocéis, pero a quien le interesan vuestros temas. Y eso ya no parará si sois constantes.

6.- Cabe la posibilidad de que, si habláis de alguien en concreto, podáis nombrarlo. Por ejemplo, si tenéis algo que criticar de este libro, podrías poner un tuit como ‘Si mi jefe me pilla leyendo el libro de @davidblaytapia tendré que explicarle tantas cosas...’. Al nombrarme yo recibiré una notificación. Y, tarde o temprano, responderé ☺.

7.- También es bueno utilizar los hashtags, que son los temas más comentados del día precedidos de una almohadilla. Por ejemplo ‘Hoy es el día de #TrabajarEnCasa’. No sólo apareceréis junto a todos los tuits que hayan utilizado el mismo sino que podéis usarlos, pulsando sobre ellos, para obtener información de algo muy importante o reciente.

8.- Si seguís a alguien y éste a su vez os sigue, podéis enviaros un Mensaje Directo, como un SMS de 140 caracteres. Esta función es enormemente útil si no os conocéis personalmente y puede servir para entablar una posibilidad laboral futura.

9.- Por último, intentad no estar pendientes cada segundo porque no trabajaréis nada. Mirad Twitter 5 minutos cada hora como máximo. Y si algo os gusta y no podéis leerlo ahora, marcadlo como Favorito y hacedlo luego. Se almacena.

FACEBOOK

Poca gente queda que no tenga Facebook. Al menos, que conozcáis. Los hay que lo usan para ligotear. Otros para subir fotos de sus fiestas. Pero, en general, sirve para coti-

llevar la vida de tus amigos. Incluso de aquellos a los que no ves habitualmente pero con quienes, cuando te juntas, de repente puedes repetirle lo que ha acontecido en su existencia en los últimos seis meses.

Es sin duda la red más sencilla de usar e intuitiva de las tres, pero no por ello deja de ser importante. Y, en el caso de un profesional o una empresa, no solamente permite crear una página web propia de manera gratuita y con mucho contenido visual, sino también invertir muy poco dinero en publicidad para alcanzar muy rápidamente a un público objetivo al que antes era casi imposible llegar.

Casi todo el mundo conoce las páginas personales, aquellas que nos abrimos allá por 2008 y que consisten en solicitar amistad a la persona que nos interese (o recibir su solicitud) y aceptarla o no hacerlo. Pero para aquellos que buscan formar una marca personal o profesional, la opción de las páginas de empresa o Fan Pages es de lo mejorcito que se pueden encontrar hoy por internet.

El procedimiento es sencillo: buscas en Google ‘Facebook página de empresa’ y te llevará directamente allí. Introduces tu mail y tu contraseña y te preguntará qué tipo de negocio tienes. Una vez clarificado, dispondrás de una foto grande en tu perfil y otra más pequeña y de espacios para poner todo lo que pondrías en una web ‘normal’: actividad, dirección, teléfono de contacto y fotos. Una vez concluido el proceso ya dispondrás de tu link propio (por ejemplo www.facebook.com/davidblaytapia), que será tu dirección en internet para que la gente pueda acceder a ella.

Aunque tu intención será que accedan dándole al ME GUSTA. Esta es la principal diferencia con el perfil habitual. Aquí no solicitas amistad, sino que quien quiera hacerlo hará click y desde ese momento te tendrá en su página

cuando compartas alguna noticia. Y, habida cuenta de las miles de solicitudes que recibe la gente cada día, os aseguro que sólo accederán por dos motivos: por compromiso o porque realmente les interesa lo que les estáis ofreciendo.

Por si os pareciera poco, en la parte de arriba de la página podréis ver vuestra evolución. No sólo cuánta gente nueva ha entrado, sino cuántas personas han leído una noticia o quién está hablando de ellas. Las métricas que ofrece Facebook de manera gratuita son una herramienta enorme para dilucidar si estamos haciendo bien o mal las cosas, porque nos van a indicar qué temas gustan más, en qué horas nos lee más gente o a qué ritmo estamos consiguiendo crecer en número de seguidores. Todos estos indicativos, para un profesional autónomo o una PYME, suponen datos adicionales con los que poder presentar sus servicios a posibles clientes.

INTRODUCCIÓN A FACEBOOK

1.- Para la foto grande del perfil escoge una que muestre tu logotipo y que esté en buena definición, es decir, que pese al menos 1 megabyte. De lo contrario sale pixelada y da la imagen de empresa o profesional amateur.

2.- Aunque la gente vaya a poder escribir en tu muro, en los datos de contacto pon un teléfono o si prefieres más intimidad un correo electrónico. Tus seguidores pueden mandarte mensajes privados, pero quizá tardes en verlos si estás centrado en otros temas.

3.- Para ganar followers tienes que ofrecerles algo diariamente. Quizá no tengas nada propio que contar (aun-

que puedes ir colgando trabajos ya realizados a modo de información), pero sí veas artículos o vídeos del sector en el que trabajas que te parezcan interesantes. Compártelos. La gente te lo agradecerá, porque no todo el mundo tiene tiempo de leer todo lo que se publica en las redes sociales.

4.- Hay un truco para que tus artículos sean más visuales: siempre inicia tu entrada con un texto explicativo y, a continuación, pon el enlace que quieras compartir. Verás que a los cinco segundos aparece una ventana abajo con la foto de ese artículo y su entrada. Sólo tienes que borrar el link y la entrada quedará con tu texto y esta imagen. Existen estudios que dicen que la gente lee más los post con imágenes que sin ellas.

5.- En el apartado de fotos, no pongas ninguna personal. Y las que subas, trata de que tengan un acabado profesional. En ocasiones es mejor contratar un fotógrafo una vez que compartir imágenes hechas con el móvil que no reflejan lo que quieres que la gente vea de tu empresa o perfil.

6.- Habrá personas que te respondan de malos modos, que te acusen de algo que creen que has hecho o que traten de hacerte mala publicidad. Mi consejo es que primero les contestes con educación. En caso de que sigan, les adviertas que borrarás sus comentarios por considerarlos ofensivos y si aun así continúan, reportes a Facebook (tienes la opción de hacerlo) sus palabras como ofensivas.

7.- Para tener una página de empresa deberás tener antes un perfil personal. Esto te servirá para, una vez abras la primera, poder invitar a tus amigos del segundo a que hagan

click en ME GUSTA. Es una forma rápida de conseguir tus primeros seguidores, que además serán gente de confianza que posiblemente compartan tu contenido para darle una mayor difusión.

8.- Si vas a actualizar tus estados desde tu móvil o tableta, descárgate la aplicación PÁGINAS que el mismo Facebook te sugerirá. Es una manera muy sencilla de subir contenidos sin tener que pasar por tu página personal, con las dificultades (pocas pero existentes) que ello conlleva.

9.- Echa un vistazo a Facebook antes de comer y antes de cenar, salvo si un tema que has colgado ha generado mucho debate. Ahí deberás estar encima.

LINKEDIN

A día de hoy, cuando te piden un Curriculum Vitae es absurdo tenerlo en papel. Por dos razones: porque no puedes llevarlo siempre encima y porque en muchas ocasiones no refleja de forma fidedigna todas tus actuales capacidades.

La parte más conocida de esta red social es precisamente esa: construir un CV en que no solamente entren los campos habituales como trayectoria profesional, estudios o cursos, sino donde puedas compartir en forma de artículos, vídeos, enlaces o noticias aquello que estás realizando en estos momentos. De tal modo que si una empresa te pide información, se la podrás pasar solamente con un link. Pero si, por el contrario, están buscando alguien con tu perfil, les estás ofreciendo online una información de alta calidad que puede determinar que te tengan en cuenta para un fu-

turo proceso de selección. De ahí la importancia de lo que se ha venido en llamar ‘huella digital’, que no es otra cosa que cuidar lo que escribimos en internet sobre nosotros. Básicamente porque cuando te presentas a alguien lo siguiente que hará es ver qué dice de ti Google.

Sin embargo, existe un segundo trasfondo al que llega muy poca gente y que, en consecuencia, está muchas veces desaprovechado. Es aquel que permite no solamente buscar ofertas de trabajo específicas, sino ponerse en contacto con alguien que en otras circunstancias parecería inaccesible pero al que puedes mandar un mensaje al agregarle como contacto. O, yendo más allá, encontrar a la persona adecuada para poner en marcha un negocio o proponer un servicio.

En este aspecto es muy similar a Facebook: tienes a tus contactos de primer nivel y, como ocurre allí, te sugieren gente que podrías conocer. Que no dejan de ser personas que son amigos de tus amigos. Ello desemboca en que muchas veces quieres contactar con alguien en particular y descubres que tenéis a una persona en común. Lo que, utilizado de manera conveniente, facilita y mucho el acceso.

A ello se le añade una grandísima ventaja respecto a las otras dos redes: la existencia de grupos afines con una temática concreta: si buscas la palabra clave ‘periodismo’, por ejemplo, te aparecerán muchos de ellos donde no sólo se debaten temas de interés del sector, sino donde puedes conocer a gente muy interesante y hasta aportar tus puntos de vista para convertirte en un nombre de referencia.

Sin embargo, muy poca gente utiliza LinkedIn en su máximo potencial. La mayoría se abre un perfil pero no lo usa. O ni siquiera lo rellena, algo que lleva apenas dos horas y que no hay que volver a realizar salvo que cambiemos

de trabajo o que pretendamos añadir más ‘azúcar’ a aquello que mostramos públicamente en nuestro perfil. Mucha gente se queja de que no consigue contactar con alguien cuando podría hacerlo fácilmente a través de esta plataforma. Y muchas circunstancias más de la más inexplorada de las tres aquí examinadas.

INICIACIÓN A LINKEDIN

1.- Se trata de un perfil profesional, así que vamos a poner una foto profesional. Será la primera impresión de quien visite nuestro Curriculum virtual, por lo que debemos pensar en una imagen que también pondríamos en el físico.

2.- Destaquemos con una palabra a qué nos dedicamos. Albañil. Periodista. Administrativa. Comercial. Empleado de banca. Google pone muy arriba como resultado nuestra página cuando disponemos de ella y será más fácil para los que busquen una profesión determinada encontrarnos.

3.- En el ‘Extracto’, un pequeño texto donde podemos resumir lo que hemos hecho y lo que hacemos, no escribamos más de cuatro párrafos con un máximo de cinco líneas por cada uno de ellos. Será nuestra presentación y debe poder leerse en un minuto. Huelga decir que repasemos las faltas de ortografía y gramática.

4.- No inflamos nuestra experiencia. Hoy día es muy fácil acceder a la información y si alguien descubre que no hemos realizado un trabajo del que presumimos nos pondrá una cruz. Y quizá se lo haga llegar a otros cuando le pregunten.

5.- Pidamos recomendaciones. Tenemos gente con la que hemos trabajado y que ha acabado contenta con nosotros. No tengamos vergüenza de hacerlo (hay un apartado para solicitarlas). Cuestan dos minutos de redactar y son nuestra mejor carta de presentación.

6.- Si los tenemos, colguemos vídeos, fotos y enlaces que hablen de nuestra actividad. Dan mucha credibilidad y, sobre todo, suponen el gran diferencial respecto al Curriculum tradicional.

7.- En el apartado ‘Información de contacto’, dejemos un correo electrónico y un teléfono. ¿Lo hacíamos con el CV, no? ¿Por qué no aquí? Si estamos es para que nos vean. Si no, no vale la pena abrir una página propia.

8.- Si somos expertos en un tema en concreto, busquemos grupos que hablen de ello y participemos activamente. Y si no existen, creemos uno. Puede incrementar de manera notable nuestra marca personal y posicionarnos como alguien a contratar en una determinada materia.

9.- Cada tres meses realicemos ‘limpieza’ de contactos. Hay mucha gente a la que conocemos, pero aquellos con quien esto no ocurre y no han establecido conversaciones tras agregarnos no nos aportan demasiado. Y no se enfadarán, porque seguirán pudiendo ponerse en contacto contigo si lo desean.

Capítulo 8. ¿Y cuándo descansamos?

Partamos de la base de lo que ha ocurrido hasta la fecha, si hemos trabajado siempre en una oficina: NUNCA, aunque queramos, hemos podido tomarnos un descanso verdadero. Me refiero a poder hacer una siesta si estábamos obligados a comer allí. A sentarnos a merendar (¿quién merienda en el trabajo?) mientras leemos un libro. A salir a dar un paseo sin la presión de volver rápido porque nuestro jefe pregunta dónde estamos. Y tantas y tantas cosas.

Siempre nos dicen que no estudiemos más de una hora seguida porque en ese tiempo dejamos de asimilar los conceptos. Que en 15 minutos dejamos de prestar atención a cualquier charla que estemos viendo, por muy interesante que nos parezca. O que debemos levantarnos cada cierto tiempo del sillón para evitar malas posturas en nuestra espalda o problemas oculares futuros derivados de la visión constante de la pantalla del ordenador.

Y sin embargo, se premia estar ‘plantado’ en la mesa. Se mira mal al que sale a fumar un cigarro cada dos por tres. O incluso a quien realiza una llamada más larga de lo normal por su móvil, sin discriminar si es un tema personal o si proviene de un cliente.

Todo esto podemos evitarlo si trabajamos desde casa, pero también debemos educarnos para no caer constantemente en los despistes que ya hemos ido enumerando a lo largo de los primeros capítulos. En resumen, ni poner lava-

doras de repente, ni creer que es el momento de fregar el suelo o arreglar el armario ni picar tres veces por la mañana ni nada por el estilo. Estamos trabajando y debemos pensar de tal modo. Lo cual no significa que no tengamos más tiempo para parar o realizar actividades de ocio que antes nos estaban vedadas, porque debemos recordar que trabajamos por objetivos y no por horas.

Aun así, ayudará realizar una programación diaria. Y con ello no me refiero a ponerse una tarea cada hora, porque siempre hay imprevistos que no podemos cumplir. Lo que pretendo es que nuestra agenda tenga tres apartados, claramente diferenciados, con horas específicas de realización.

En el primero, lógicamente, está el trabajo. Si queremos ser productivos habremos realizado ya con anterioridad nuestro plan semanal, así que seremos plenamente conscientes de qué cosas tenemos que hacer cada día. Y en esas cosas se incluyen también las gestiones habituales, como por ejemplo contestar al correo electrónico. Ningún mail es hiperurgente. Ninguno. Y si lo es alguien te llamará diciendo ‘¿Has visto el correo que te he enviado?’. Es por ello que, profundizando en lo que explicábamos en el capítulo seis, deberíamos ponernos unas horas y un tiempo determinado para contestar y enviar. Cada persona tendrá sus necesidades en función del tipo de trabajo que tenga y de su dependencia del mail, pero aquí abogamos por una solución que nos ayudará por una parte a mitigar ansiedades y por otra (fundamental) a permitirnos centrarnos en lo verdaderamente importante sin ser ‘molestados’.

La segunda parte de nuestra agenda va a convertirse en una de las grandes novedades de este método. Entre otras cosas porque nos va a permitir realizar todas aque-

llas tareas que antes eran imposibles de realizar por estar anclados a un puesto físico laboral. Se trata de gestiones que además nos suponían problemas por varios motivos, como perder tiempo de ocio para tener que afrontarlas o solicitar horas de asueto en el trabajo, con las habituales malas caras que recibíamos.

Por primera vez en vuestra vida, vais a agendar todo aquello que suponen los llamados ‘temas personales’. O lo que es lo mismo. Ir al médico. Al dentista. A hacer la compra. Al banco. A comprar material de oficina. A que os arreglen el ordenador. A pagar el IVA. Y un largo etcétera. Es fundamental que le deis en vuestro planning un tratamiento exacto al que os supone el trabajo puro y duro. Porque os ayudará a planificaros, pero también a airearos. No es lo mismo estar encerrado todo el día que cambiar de actividad saliendo a la calle.

Esto no quiere decir que estéis realizando constantemente estas labores. Ni que se conviertan en más importantes que el propio trabajo. Vuelvo a recordar que debemos mantener una disciplina, aunque por fin podremos hacer otras cosas sin dar explicaciones a nadie.

Para ello, son imprescindibles dos parámetros: la planificación y el realismo. Ambos se engloban en un mismo concepto, que parte de la base de que en teoría sabemos cuánto tiempo dedicaremos a cada una de esas actividades, pero que en muchas ocasiones la práctica nos dice que se suele alargar la cosa.

Ilustrémoslo con un ejemplo muy clarificador: cuando vamos a hacer la compra medimos aproximadamente el tiempo que usaremos, que se situará en torno a unos 45 minutos. Podemos controlarlo nosotros, siendo más o menos rápidos o parándonos o no a comentar con la gente del

mercado. Pero cuando vamos al dentista esto no ocurre así. Te dan cita, sí, pero sabes de sobra que nunca entras a esa hora. Y que nunca sales cuando crees que vas a hacerlo. Esto no hace falta que te lo diga yo. ¿Solución? Agendarlo no programándose nada luego. O haciéndolo con un margen de tiempo suficiente para saber que vas a llegar y que no te vas a agobiar. Porque si te agobias pensarás que nunca más podrás ir al dentista o a cualquier otro lado que implique ‘abandonar’ tu nuevo puesto de trabajo. Cuando en realidad todo es una cuestión de sentido y planificación.

¿Y si me llama un cliente que necesita algo fundamental para su vida en ese mismo momento? Cambiemos el escenario. Imaginemos que estás reunido con tu mejor cliente. Y que te llama por una urgencia tu segundo mejor cliente. ¿Qué haces? Evidentemente, acabar de tratar con el primero, dure cinco minutos o cinco horas y luego llamar al segundo. O pedir disculpas, salir un segundo, hacer una llamada, explicarle la situación y decirle que le llamas en cuanto acabes. Pero la realidad es que tu segundo mejor cliente no sabes si estás con el primero o con un ligue que conociste anoche. Se fía de ti.

¿Vas por ello a perderlo? Rotundamente no. Siempre puede haber urgencias, pero si las analizamos minuciosamente veremos que, a lo largo del año, posibles cataclismos sólo pueden darse unas cuatro veces. Y que incluso en esas circunstancias cualquier persona puede esperar una hora. Entre otras cosas porque, si no trabajas para una única persona o compañía, la gente asume que tienes otras cosas que hacer. Y no tiene una cámara en tu despacho donde te espían para saber si no les coges el móvil porque estás trabajando o con un problema gastrointestinal en el baño.

Sólo debes seguir un precepto: devolver las llamadas. Si haces eso, todo lo demás tiene arreglo. Y acostumbras a tus partners a que tú también tienes tu vida, tu negocio, tu espacio, tus reuniones, tus cursos y hasta tu libertad para decidir si les coges el móvil o les llamas más tarde.

¿Cuál es entonces la causa de la pérdida de un cliente? En general, el mal servicio. Si no haces lo que le dijiste que harías. Si no cumples tus plazos. Si le contestas de malos modos. Este artículo de Gestipolis.com sobre la gran patria del buen servicio, que no es otra que Estados Unidos, evidencia que le damos demasiada importancia a atender de manera urgente aquellas cosas que no lo son. Y eso nos lleva a descuidar muchos otros aspectos, lo que lastra enormemente nuestra productividad.

El mal servicio es la principal causa de la pérdida de clientes. Según la Asociación de Management de Estados Unidos (American Management Association, AMA), el 68 por ciento de los clientes que abandona su relación comercial con una empresa, lo hace porque el servicio es deficiente. Otra dato: el 90 por ciento de los compradores perdidos no intenta comunicarse con la compañía para explicarle qué sucedió. Y lo peor de todo: un cliente insatisfecho le comenta a 10 personas su descontento. El satisfecho, en cambio, sólo difunde su experiencia a otros cinco individuos. Tom Peters dice que reemplazar US\$1 de un cliente perdido, cuesta US\$10.

Estas cinco medidas evitan los errores más comunes del servicio al cliente:

1. Ayudar al personal a entender la importancia de un buen servicio

A menudo, los empleados piensan que un desliz ocasional en el servicio no tendrá mayores consecuencias. Según el Service Management Research Group, el 92 por ciento de los presidentes ejecutivos dice que la calidad del servicio es la clave del éxito; los gerentes de las sucursales, en cambio, la ubican por debajo de otros objetivos, como los resultados financieros a corto plazo.

Una de las mejores maneras de alinear las prioridades del personal con las de la compañía, es predicar con el ejemplo. Una investigación de The Nierenberg Group demuestra que el 95 por ciento de los vendedores aseguró que mejorar las comunicaciones interpersonales los motivaría a realizar mejor su trabajo.

Algunas técnicas para lograrlo son las siguientes:

Demostrar una actitud abierta y amistosa: la alta gerencia debería ser profesional y atenta al mismo tiempo.

Brindar ayuda: los gerentes deberían tener una actitud proactiva en el trato con su personal. Es importante advertir de inmediato cuándo un empleado está disconforme, para evitar que el descontento se contagie a los clientes.

Dar el 110 por ciento automáticamente: los empleados esperan que sus pedidos sean atendidos, pero los superiores podrían ir más allá, dando una respuesta veloz a las inquietudes, y ofreciendo ayuda adicional.

2. Sincronizar con el reloj del cliente

En la mayoría de las empresas hay clientes que no responden rápidamente; en estos casos es fundamental no fastidiarlos con las “llamadas de seguimiento”, porque detrás de ellas, se esconde otra inquietud, ¿por qué tarda tanto? Una manera de evitar este tipo de llamados es incluir algunas preguntas en las conversaciones previas, como por ejemplo, ¿cuándo desea que le enviemos el producto? O ¿cuándo me dará los detalles de su queja?

Las comunicaciones apresuradas, o no personalizadas también perjudican las relaciones con el cliente. Para evitar esta situación, es aconsejable:

Preguntarle al cliente qué prefiere; algunos optan por las cartas, otros por las llamadas telefónicas. Aun cuando la empresa tenga procedimientos y políticas establecidas, nunca pierda de vista los requerimientos del cliente.

Si hubo algún problema, retome el contacto con el cliente después de un tiempo; el seguimiento a largo plazo es fundamental.

Establezca un plan preventivo. Si un pedido está demorado, adelántese: llame al cliente y ofrézcale enviar la mercadería a través de un medio más veloz, sin costo adicional para él.

3. Conocer al cliente en vez de suponer cómo es

Hasta los clientes más conocidos, cambian con el tiempo; por ende, mantener el mismo nivel de servicio, no resulta efectivo. Además, la competencia seduce a nuestros compradores habituales, de modo que es imprescindible fomentar la lealtad continuamente.

Las investigaciones y los datos nos revelan las necesidades y las actitudes de los clientes. Pero esto no sustituye el trato personalizado. Hay tres medidas efectivas que ayudan a mantener el contacto personal:

Cuando trate con sus clientes, ya sea en persona o por teléfono, pregúnteles si no les molestaría contestar algunas preguntas que lo ayudarán a entender mejor sus necesidades. Es una forma más personal de encuestarlos, que reemplaza a los formularios por correo.

Envíe una newsletter personalizada a sus clientes más antiguos, y logrará que se sientan especiales. Basta con agregar una carta dirigida a su nombre en alguna publicación de la compañía.

Cuando un cliente se queja, los empleados tratan de hacer todo lo posible para resolver el problema. Para que la respuesta cause mejor impresión, pídale a un superior que lo llame y también se disculpe; es una manera de decirle que la compañía lo aprecia.

4. Mejorar el protocolo

La gente quiere, más que nada, ser respetada. La primera cuestión es cómo dirigirse al cliente, en especial, al que recién empieza su relación con la compañía. Una sugerencia: utilizar un trato formal (“Sr.” o “Sra.”) hasta que lo autoricen a llamarlo por su nombre de pila.

Si bien los avances más recientes en el servicio al cliente se relacionan con la tecnología (programas que agendan los llamados pendientes, mejor gestión de datos, entre otras cosas), la interacción personal es irremplazable. Por eso, es conveniente recordar algunas reglas básicas:

Aliente a su gente a utilizar un idioma sencillo cuando hable con los nuevos clientes. A menudo, la gente trata de impresionar usando palabras técnicas, pero éstas alejan al comprador.

Coloque un pequeño espejo con la palabra “sonría” en el escritorio de sus vendedores y del personal de soporte al cliente, aun en el de los que brindan este servicio por teléfono. Es una forma de recordarles que deben tener una actitud alegre y amigable.

Escriba guiones de ventas y respuestas a algunas cuestiones vinculadas al servicio al cliente. No se trata de un guión de telemarketing, sino de una guía para ayudar a recordar los temas más importantes del contacto con clientes.

Evalúe lo que saben sus empleados sobre sus productos o servicio. A veces, el personal sólo recuerda una cantidad muy limitada de los beneficios que la compañía ofrece.

5. Comunicaciones personales (el poder de tres)

La cuestión clave en la gestión de relaciones con el cliente es descubrir de qué manera se puede establecer un contacto personal con cada uno. El “poder de tres” es una técnica que se basa en hacer el seguimiento de tres compradores por día, y escribirles una nota de agradecimiento. El objetivo es plantar las semillas que le demuestren a la gente que la empresa valora su relación comercial. Algunos ejemplos que funcionan muy bien son:

Si un cliente está disconforme, aun cuando la empresa procedió correctamente, envíele una carta de disculpas.

Si un cliente ayudó a resolver un problema, escríbale una nota en la que reconoce esa cooperación, y le agradece su paciencia.

Si pierde un cliente, envíele una carta en la que admita que él tuvo razón; dígame que la empresa

extrañará la relación comercial, y que esperan reanudarla en el futuro.

El correo de los Estados Unidos informa que sólo el 4 por ciento de la correspondencia está personalizada. Por ende, enviar cartas dirigidas a sus clientes, le dará una ventaja sobre el 96 por ciento de la competencia.

Pero el gran 'Core' de este capítulo lo supone la novedad más absoluta. No por el hecho de que no lo planificáramos ya, sino porque podremos hacerlo mucho mejor. Aunque tengas que pelear física y psicológicamente contra las creencias que nos han ido inculcando a lo largo de nuestra vida. Me refiero a la planificación del tiempo de ocio.

Podría dar la impresión que, con estas palabras, nuestra vida es una agenda que hay que cumplir a rajatabla. Nada más lejos de la realidad. Una cosa es planificarse unos horarios para intentar poco a poco ir rompiendo las rutinas improductivas a las que estábamos sometidos. Y otra no dejar lugar a la improvisación. Esta, además, llegará muy pronto y se convertirá en algo enormemente eficaz. Pero durante gran parte de nuestra existencia nos han dicho que teníamos que estar sentados en una mesa 40 horas a la semana o que había que trabajar hasta tarde porque éramos autónomos y no teníamos horarios. Y eso es MENTIRA. Pero obviamente no vamos a cambiarlo de la noche a la mañana en nuestra mente.

En la tesitura anterior, el ocio estaba muy marcado: quedar a comer alguna vez con un amigo, mirando el reloj porque teníamos que volver a la oficina. Ir al gimnasio en esa hora y conformarnos con una ensalada en 10 minutos porque de lo contrario no llegábamos. Tomar cervezas de

afterwork con nuestra gente a partir de las ocho de la tarde. O usar ese tiempo para ir a correr o a nadar antes de aterrizar en casa. Por no hablar de ir al cine, leer un libro, meditar, asistir a cursos interesantes o viajar. Esto sólo nos lo permitíamos los fines de semana

Ahora, podemos empezar por planificarlo, pero prestando atención a los huecos que encontremos en nuestra agenda. Esta no estará tan llena como antes, porque no hay que trabajar ocho horas cada día. De hecho, si habéis llegado hasta aquí sabréis que nunca lo hicisteis. Así que dejad de engañaros y comenzad a disfrutar. Para ganar dinero hay que trabajar, sin duda. Pero ganas el mismo si te sientas tres horas que ocho, siempre que seas capaz de tener claro qué necesitas hacer cada día.

El ocio en casa, empero, es muy peligroso. Y puede acabar derivando en autojustificaciones que nos hagan perder realmente nuestro tiempo productivo. De ahí la necesidad de esquematizarlo desde el primer día. Aunque, una vez seáis capaces de haberos adaptado a vuestro nuevo ritmo laboral y conocer las mejores y las peores horas para parar, irá saliendo solo.

Es fundamental establecer unas rutinas mínimas. Y estas pasan por lo siguiente:

- 1.- El desayuno es sagrado. Lo era antes de iros a la oficina y lo es ahora. No conectéis los datos del móvil. No leáis los mails en el baño. No los contestéis. Antes no lo hacíais. Ahora tampoco. Vivid. Disfrutad de que no tenéis que coger el coche, pillar un atasco, llegar a un lugar cerrado en algún polígono y encender el ordenador. El primer momento del día es fundamental para despejarse, aclarar las ideas y afrontar la jornada con optimismo. No creáis

que porque empecéis antes acabaréis antes, porque ocurrirá todo lo contrario. Nunca podréis desayunar a gusto ni contestar adecuadamente a un correo.

2.- Parad a almorzar. Como hacíais antes. Y, siguiendo el mismo ritual, salid a la calle. La diferencia es que podéis haceros el bocadillo en casa. O, si lo preferís, visitar el bar de la esquina. Pero salvo que el día os lleve fuera de casa la mayor parte del tiempo, conviene salir de vez en cuando. Si no se corre el riesgo de trabajar más de lo debido a causa del ya mencionado sentimiento de culpa o del clásico ‘no tengo nada que hacer, voy a ver si adelanto algo’.

3.- Si has acabado a las 12:30, DISFRÚTALO. No eres mala persona. No te escaqueas. No van a caer tus clientes como moscas. Has hecho lo que tenías que hacer, por mucho que el resto del mundo esté sentado tras un cristal. Aprovecha para leer. O para ver una serie que siempre tienes ahí y nunca puedes seguir. O haz deporte. O, yendo más allá, tumbate en el sofá y no hagas nada. ¡No hacer nada! ¡Qué tiene de malo si ya lo he hecho todo? NADA DE NADA.

4.- Después de comer, descansa. En casa nos parece que tenemos que hacerlo todo más rápido porque está más a mano, cuando antes si rascábamos cinco minutos más de siesta en el sofá éramos felices. Sigue tu rutina de descanso. Y, sobre todo, desactiva los datos del móvil y no cojas las llamadas. ¡Cuántas veces molestaste a un cliente a la hora de la comida? Ninguna. Pues ellos entenderán que contigo pasa absolutamente lo mismo.

5.- La merienda, esa gran desconocida. Si algún lector me dice que se llevaba la merienda al trabajo me sorprendería enormemente. Pero en nuestro domicilio es muy tentador ir a la despensa. Como hemos explicado al inicio de este libro, las horas en las que más producíamos eran entre las 16:30 y las 19. ¿Por qué no seguimos cumpliéndolo? Es más. ¿Qué nos impide, ahora que hemos adelantado cosas, acabar mucho antes o incluso tomarnos la tarde libre o dedicarla a otras actividades que nos puedan generar más negocio? Absolutamente nada. Todo es una cuestión de planificación. Y está en nuestra mano cumplirla cada día.

6.- Pero por encima de todas las cosas, aprended a vivir sin horarios preestablecidos. Una vez adaptados a la rutina laboral, dedicad las horas que queráis a trabajar, pero no tenéis por qué hacerlo de 10 a 14 y de 16 a 19. Podéis llevar a los niños al colegio y desayunar tranquilamente después. Ir al gimnasio más tarde de lo habitual para no pegaros madrugones innecesarios y comenzar la jornada a las 11:30. Incluso hacer diversos recados por el día y dedicar la noche a tareas laborales, si os viene mejor u os concentráis más. Es necesario recordar que trabajamos para cumplir un objetivo, no para sumar horas en un contrato. Y mientras consigamos ese objetivo, el resto de nuestra vida es eso, nuestra. Como debería ocurrir desde hace muchos años.

Capítulo 9. El ejercicio físico, fundamental para concebir nuevas ideas

Si algo ha caracterizado el trabajo centrado en las oficinas de los últimos años ha sido la proliferación de ofertas para ‘desconectar’ a través del ejercicio físico. Primero fueron las piscinas, luego los gimnasios (cada vez más numerosos y personalizados) y en última instancia el running y las salidas en bicicleta, las modas de la primera década del siglo XXI.

Detrás de este auge subyacen dos aspectos fundamentales: que nos encaminamos hacia la ‘Era de la salud’, donde cada vez más personas se preocupan por mantenerse en buena forma física a través del deporte y la alimentación, primero. Y que la generación del ‘Baby Boom’, tras una vida intensa de muchas horas laborales y pocas oportunidades de ocio real, ha encontrado en el deporte la doble posibilidad de encontrarse mejor y de socializar con la gente a la que a causa de sus estrictos horarios apenas podía ver.

Corremos el riesgo, cuando empezamos a trabajar en casa, de sufrir el ‘síndrome del presentismo doméstico’. O, dicho de otra manera (retrotrayéndonos al primer capítulo), sentirnos culpables porque pensamos que no hemos trabajado lo suficiente, ‘aprovechando’ los huecos que deberían ser para descansar o realizar cualquier otra actividad para buscar cosas relacionadas con lo que hacemos profesionalmente.

Es por ello que, como ya hemos comentado, los primeros meses deberemos agendar incluso estos instantes. Pero, por encima de ello, es mucho más importante cumplirlos de verdad. Seguramente, la primera vez que salgamos al gimnasio a las 12 en lugar de hacerlo a las 6:30 de la mañana nos sentiremos maravillosamente bien. Pero la segunda, mientras hacemos spinning, estaremos pensando si no nos ha llamado alguien al móvil. Habitualmente, pese a todo, comprobaremos que los correos, whatsapp y llamadas pueden haber sido importantes, pero no de vida o muerte. Hasta que un día no le cojamos el teléfono a un cliente clave en una situación urgente. Y posiblemente ahí nos replanteemos si merecemos tener una hora para nosotros. Lo que será nuestro gran error.

Aquí está el quid de la cuestión. La ansiedad por si alguien piensa que no estamos haciendo el trabajo por el que nos paga nos impedirá disfrutar de nuestra nueva condición. Y es por ello que el ‘reset’ debe ser total. Empezando por trabajar por objetivos, continuando por concienciarnos que tenemos derecho a nuestro tiempo y que eso no va en detrimento de nuestra garantía laboral y cerrando el círculo siendo conscientes que muy pocas cosas no pueden esperar una hora. O, lo que es lo mismo, desenganchándonos del mundo móvil durante 60 minutos para acabar comprobando que nada es tan urgente como nos han hecho ver.

Además, por si nos parece poco beneficio esta ‘desintoxicación’, el deporte va a llevarnos a una necesidad que cada vez más deberemos plantearnos: el poder pensar sin factores externos. Sin ordenador, sin libreta, sin móvil. Cuando hacemos ejercicio no sólo generamos endorfinas, que nos hacen ver las cosas de forma más positiva, sino que liberamos la mente de las preocupaciones y vemos las cosas

con mayor claridad. La mayoría de los ejecutivos aseguran que se han enganchado a la actividad física no sólo porque les aísla de la presión, sino porque en esos momentos cuando les llegan nuevas ideas o incluso cuando desbloquean en su mente un asunto al que no encontraban solución. Y esto no es magia. Simplemente tenemos tanto trabajo y nos lo piden tan rápido que es imposible que podamos centrarnos en una sola cuestión, por muy importante que sea, sin recibir numerosas interrupciones externas que nos desconcentren y nos impidan llegar a una conclusión adecuada.

Este artículo de septiembre de 2011 en la web Vitonica.com expone todos los beneficios del deporte que derivan en una mayor capacidad laboral de quienes lo practican. Aunque todavía está por hacer la bibliografía que (espero) tengamos a nuestra disposición en internet dentro de 10 años: aquella que recomiende las mejores horas para que los freelance realicen ejercicio físico.

Que el deporte y su práctica es bueno para la salud todos lo sabemos. Siempre estamos haciendo hincapié en la necesidad de hacer deporte para mejorar nuestra salud y conseguir así un organismo que funcione mucho mejor. Pero en lo que no solemos caer es en la importancia que la práctica deportiva tiene en otros aspectos de la vida como por ejemplo el trabajo. Practicar deporte conlleva una serie de beneficios para mejorar nuestra actitud en el trabajo.

Muchas veces en el entorno laboral nos sentimos disgustados, apáticos y faltos de ganas para afrontar las obligaciones cotidianas. Por ello es necesario que pongamos cartas en el asunto y analicemos los

motivos que nos llevan a esto. La falta de motivación y de energía para afrontar la jornada, unido a la falta de sueño que en muchas veces es un inconveniente cuando comenzamos nuestra jornada es algo que se puede remediar a través del deporte.

Mejoras externas

La práctica deportiva nos ayuda a mejorar notablemente nuestra forma física a todos los niveles. De manera exterior nos brinda un aspecto más sano y estilizado, lo que nos aporta más autoestima que a la hora de afrontar nuestro cargo en cualquier trabajo nos vendrá muy bien, pues seremos capaces de defender nuestra postura y con ello desempeñar mejor nuestras obligaciones haciéndonos respetar y caminando con paso firme.

Mejoras internas

A nivel interno los beneficios del ejercicio son muy sorprendentes, ya que nos ayudará a mejorar la circulación sanguínea además de mejorar la respiración. Este hecho hará que nuestra mente se mantenga más lúcida debido al riego sanguíneo que recibirá nuestro cerebro, y a la cantidad de oxígeno que mejorará el rendimiento celular a todos los niveles. Esto hará que en el trabajo nos mostremos mucho más despiertos y atentos.

Fuera tensiones

Practicar deporte es también una buena manera de mejorar nuestro estado de ánimo, ya que su ejecución nos ayudará a eliminar tensiones y acabar

con el estrés producido en los entornos laborales. La sensación de relax que nos brinda, unida a la segregación de endorfinas por parte de nuestro cuerpo nos hará mostrarnos con un mejor talante y una predisposición mucho mejor a la actividad laboral que nos toca desempeñar a diario.

Mejoras en el descanso

En lo que a descanso se refiere el deporte jugará una importante baza, y es que su práctica después del trabajo nos ayudará a acudir a casa más cansados y listos para conciliar el sueño mucho antes y de manera más profunda. Esto nos repercutirá a la hora de mostrarnos más despiertos en el día a día y con los sentidos listos para procesar todos los impulsos que les llegan del exterior. Esta situación afectará directamente en nuestra predisposición ante el trabajo.

Más despiertos y dispuestos

Si por el contrario acudimos a practicar deporte al mediodía, en la pausa de la comida, o antes de ir a trabajar, la actividad nos ayudará a mantenernos más activos a lo largo de la jornada, evitando momentos de bajón o de falta de atención en el trabajo. Al mantenernos más activos conseguiremos unos mejores resultados generales que se reflejarán y nos harán sentirnos aún de mejor humor.

Podría ocurrir, bien es cierto, que por cualquier necesidad no tuviéramos la posibilidad de movernos de nuestra 'oficina'. Aunque aquí suelen entrar las autoexcusas, ya que

con sólo dos sesiones entre semana (la tercera se puede dejar para el fin de semana, con el fin de no agobiarse inicialmente) son evidentes las mejoras. Por eso proponemos tres posibilidades, en función de las necesidades de cada uno, agrupadas en no salir del domicilio, hacerlo pero conectado y conseguir dejar el sillón de casa sin ningún remordimiento y en fase de desconexión absoluta.

PARTE 1. NOS QUEDAMOS EN CASA

Hay gente que tiene pánico a salir de su casa, como si todavía en la habitación de al lado le pudiera salir de la nada su jefe para pegarle una bronca o pedirle un informe urgente. Es normal, porque ha trabajado así durante décadas, así que deberá buscar alternativas para oxigenarse. Es FUNDAMENTAL parar, no sólo porque a partir de un determinado tiempo perdemos la concentración sino porque debemos inculcarnos poco a poco que nuestro trabajo ya no depende de un horario preestablecido.

Para ellos van aquí una serie de propuestas que les permitirán hacer deporte al tiempo que están a tres metros de su ordenador y su teléfono móvil por si se cae el mundo.

Aplicaciones móviles. Para mí la mejor es ‘7 minutes’, que con siete minutos diarios de ejercicios te activa el organismo y te hace mover todos los grupos musculares. Como esta hay mil. Sólo hay que buscarlas. Y son tan variadas que se adaptarán a las necesidades de cada cual, desde aquellos que buscan entrenamientos intensos al fortalecimiento específico de zonas concretas del cuerpo como los abdominales

Gimnasio en casa. Todos, en algún momento de nuestra vida, hemos tenido una bici estática. Hoy esto es trasladable a una elíptica, una cinta de correr, fitballs (grandes balones hinchables para realizar todo tipo de ejercicios), equipos multifunción que unen seis máquinas en una, las típicas pesas o simples gomas que permiten recrear lo que hacen estas últimas. Es sencillo y barato poder hacer deporte en nuestro domicilio e incluso puede ayudarnos a desconectar del siguiente modo: como en casi todos los gimnasios, podemos sudar mirando la tele. Es un gran momento para ver una película o una serie y dejar de pensar en clave laboral. Nos ayudará mucho a sentirnos ‘libres’ y nos evitará el stress que supone el ‘si no mando este mail en cinco minutos puedo perder a este cliente’. Algo, por otra parte, que casi nunca (por no decir nunca) acaba ocurriendo.

Un simple paseo. No hace falta caminar ocho kilómetros. No hace falta recorrerse de punta a punta la ciudad. Ni siquiera hay que hacerlo en una sola etapa. Podemos parar, tomar un café en una terraza y seguir. El caso es poder estirar las piernas media hora (algo que se nos veía en la oficina. Como mucho nos tomábamos un café o los que fumaban se encendían un cigarro. Y ciertamente casi era mejor si nos ubicábamos en uno de esos tristes polígonos industriales tan en boga). Incluso podemos llevarnos el móvil. O hasta la tablet. Es más, podemos también si queremos cargar el ordenador y buscar una cafetería con wifi para consultar si tenemos un correo electrónico de la NASA que vaya a cambiar el curso de la humanidad. Pero es NECESARIO salir. Que nos dé el sol. Que acostumbremos a nuestra mente a que la libertad de horarios no es el Anticristo. Todo lo contrario.

Es algo que nos permitirá, como explicaba el artículo de Vitonica.com, ser si cabe más productivos. Y más felices, que es de lo que realmente trata la vida.

PARTE 2. SALIMOS PERO LLEVAMOS EL MÓVIL

Una de las claves para la desconexión real es respirar aire puro. Dejar nuestra casa atrás. Aunque parezca un diferencial bajo, la realidad es que cambiar de escenario nos ayuda a alejarnos de las preocupaciones, ver las cosas con mayor perspectiva y tranquilidad y volver con nuevos ímpetus al trabajo. O directamente a comer o a descansar, si ya hemos dado por finalizada nuestra jornada.

Aun así, es lógico que acostumbrados a la multiconexión se nos antoje imposible dejarnos el smartphone en casa. Pero nos tira mucho ir a hacer deporte a las 11 de la mañana, mientras pensamos que el resto de nuestros contemporáneos se sientan en lugares impersonales frente a un ordenador sin solución alguna.

Para este segundo tipo de personas hay muchas alternativas deportivas llevándose el teléfono. Como contamos anteriormente, nada hay de asunto a vida a muerte en un mail o un whatsapp. Y, en caso de que lo hubiera, quien nos lo haya enviado ya se asegurará de llamarnos para decirnos lo urgentísimo que es. Así que nuestra alternativa es hacer deporte, pero cargados con nuestro dispositivo inteligente. He aquí las opciones.

Salir a correr. Como casi todo el mundo sabe ya, existen brazaletes que se adaptan a la parte del bíceps en los que podemos colocar el móvil y añadirle unos auriculares. Estos no sólo nos permitirán escuchar música, podcast

de radio o audiolibros, sino también poder contestar si se produce una llamada. Es una forma de ponerse en forma sin estar más pendiente de las preocupaciones de conexión cibernética que del cansancio o de la evolución positiva de nuestro estado físico.

Ir al gimnasio. Con el propio brazalete o con el móvil en un bolsillo del pantalón o de la sudadera. Podemos realizar cualquier actividad sin estar desconectados y atender (o decidir no hacerlo) cualquier situación de urgencia en caso de que esta se produjera. Es más, incluso podríamos habernos llevado el portátil y haberlo dejado en la taquilla, para poder enviar un documento o un correo si fuera realmente necesario. De hecho, las cadenas de nueva generación disponen en algunos casos de wifi en la cafetería o incluso de ordenadores propios conectados a internet.

Salir en bici. Los aficionados lo ven como una opción más ‘peligrosa’, porque te aleja mucho más de tu centro de operaciones, pero la realidad es que supone la misma problemática que el resto de deportes. Y por si alguien duda que pueda con un teléfono resolver cualquier contingencia, existen MILES de aplicaciones que permiten acceder desde el dispositivo a nuestra computadora personal y realizar cualquier acción que sea necesaria estemos a 100 metros o a 100 kilómetros.

PARTE 3. NO PASA NADA POR DESCONECTAR UNA HORA

Los más valientes, los más seguros de sí mismos, los más independientes, los más organizados o hasta los más teme-

rarios han decidido pasar directamente de las comunicaciones en algunos momentos de su vida. Antes les parecía fácil, porque acudían al oasis del deporte en horario no laboral, pero hoy hay que vencer los condicionantes mentales que ya hemos mentado.

No hace falta repetir que pocas personas han perdido un cliente por no devolver una llamada en una hora. Sobre todo porque, al margen del deporte, existen otras muchas circunstancias (reuniones, conferencias, asistencia a cursos, viajes, visitas médicas, urgencias familiares...) que impiden coger la llamada de alguien por muy importante que sea para nosotros.

Es por eso que, en ocasiones, deberíamos plantearnos una desconexión total. Bien dejando el teléfono en casa, bien haciéndolo en un lugar aislado donde nos vayamos a practicar deporte o directamente apagándolo. Aunque esta última opción no es tan recomendable, sobre todo pudiendo dejarlo en silencio hoy día.

Veamos qué nos permite la vida hacer sin móvil a cuestas.

Correr. Ya lo hemos dicho, pero de este modo la cosa cambia. Tanto, que muchísima gente señala que sus mejores ideas le vienen a la cabeza cuando hace running. Puede convertirse en un momento para repasar el día, para ordenar las ideas o hasta para planificar la jornada.

Ir al gimnasio. No estar pendiente de una vibración o una llamada permite socializar mucho más. En la actualidad hay muchos negocios que se cierran mientras se transpira, porque la mayoría de gente baja la guardia. Se puede aprovechar para realizar networkings diferentes o incluso para conocer gente nueva.

Natación. No habíamos incluido hasta ahora esta variante, porque obviamente (y pese al avance de la tecnología) una cosa es que los móviles puedan mojarse y otra que puedas hablar cuando tienes la boca dentro del agua. Es, sin duda, la excusa perfecta para abandonar el dispositivo en la taquilla.

Montaña. Existe un auge por las carreras trail, como también por el trekking y hasta por las rutas verdes. Si bien es cierto que nunca está de más llevar encima el teléfono por si nos ocurriera algo yuviéramos que realizar una llamada de emergencia o enviar nuestra ubicación, podemos escoger ponerlo absolutamente en silencio y disfrutar de la naturaleza. Una naturaleza que, en ocasiones, actuará por nosotros y nos dejará sin cobertura, dándonos un aviso muy claro de en qué tenemos que centrarnos realmente en nuestra vida.

Capítulo 10. Mejora tu formación

Tanto si eres freelance como si trabajas de manera externa para una empresa en particular, habrá momentos en los que tengas picos de trabajo y otros que te permitan llevar una vida más relajada. Al contrario de lo que hacías en tu oficina cuando esto segundo era lo que ocurría, ahora puedes permitirte disfrutar del ocio. Nadie va a fiscalizar tu tiempo. Y eres tú la persona que tendrá la capacidad de decidir en qué quiere invertirlo.

Partimos de la base de que, tras todo lo expuesto anteriormente en este libro, la agenda de nuestro día a día ha ido convirtiéndose en un pequeño caos organizado en el que hemos incluso previsto cuándo descansar, en qué momento hacer deporte y hasta a qué hora parar nuestra actividad profesional. Y también que, tras un pequeño tiempo de aprendizaje basado en trabajar por objetivos y no por horas, de control de la propia ansiedad y culpabilidad y de establecer unas rutinas variables en función de nuestra realidad, sabemos de sobra (al margen de los imprevistos) cuándo tenemos un día de locura y cuándo nos enfrentamos a uno muy tranquilo.

Hay una frase que se repite muchísimos en libros, charlas, artículos y vídeos: el de estar en ‘Modo Beta Permanente’. ¿Qué significa esto? Que nos encontramos en una sociedad donde más de la mitad de los trabajos a los que nos ‘enfrentemos’ en 10 años serán totalmente nuevos y que

deberemos estar reciclándonos constantemente. De hecho, no hay que mirar al futuro para darse cuenta, porque ya está ocurriendo.

Si a alguien le hablan hace 10 años de CEOs, Community Managers, Interim Managers, Business Intelligence Managers y toda la retahíla de Managers que hay por el mundo, estaría tomando a su interlocutor por loco. Posiblemente como lo hubiera hecho aquel a quien le dijéramos hace poco más de un lustro que podría armarse una revolución a través de las redes sociales o que nuestras comunicaciones dependerían más del WhatsApp que de las relaciones interpersonales. La tecnología y la crisis han transformado para siempre el mercado laboral y no va a haber vuelta atrás.

En el mes de enero de 2014, el diario El Mundo se hacía eco de un artículo que contaba lo siguiente: la red social LinkedIn había monitorizado 259 millones de perfiles y había descubierto el auge (y la necesidad por parte de las empresas) de 10 puestos de trabajo que NO EXISTÍAN hace sólo cinco años. No es que hayan derivado de otros anteriores. Es que han llegado de improviso. Aquí lo reproducimos.

Linkedin, la red social de perfiles profesionales, revisó las descripciones de trabajo de más de 259 millones de usuarios registrados y determinó la lista de 10 empleos nuevos que están marcando el mercado laboral.

1.- Desarrollador de aplicaciones para iOS. En los últimos cinco años la cantidad de personas que describen que ese es su empleo ha crecido 142 veces para ubicarse en 12.634 personas.

2.- Desarrollador de aplicaciones para Android. Su crecimiento ha sido mayor que el del anterior, pero aún no lo supera en número. En 2008 había 53 personas identificadas con esta ocupación y para 2013 cerró con 10.554.

3.- Instructor de zumba. Los entrenadores de este movimiento o disciplina fitness colombiano se han multiplicado por 369 según los datos de LinkedIn en los últimos 5 años.

4.- Pasante de medios sociales. Las redes sociales están en la cumbre de su popularidad, asegura LinkedIn y señala que prueba de ello es el aumento de 25 a 4.350 personas que se identifican con esta ocupación en su perfil.

5.- Científico de datos. “Ellos han venido a tratar de darle sentido al montón de información” que ha generado la era de la vida digital, dice LinkedIn. La cantidad de profesionales con esta descripción se multiplicó por 30 desde 2008.

6- UI/UX diseñadores. El boom de la experiencia de usuario como foco de interacción con la tecnología ha incrementado la demanda de estos especialistas que pasaron de 159 en 2008 a 3.509 en 2013.

7.- Arquitecto de “big data”. Aunque el concepto no es nuevo la labor de quienes organizan y presentan enormes cantidades de datos ha repuntado en los años recientes y en LinkedIn hay 3.440 personas

identificadas con esta ocupación.

8.- “Beachbody coach”. Estos entrenadores se enfocan en que tengas un cuerpo que puedas mostrar en la playa, vendiendo los productos de la empresa del mismo nombre. Se identifican con esta ocupación 3.360 perfiles de LinkedIn.

9.- Especialistas en servicios de la nube (cloud computing). El auge de los servicios en la nube, que requieren de ninguno o poco espacio y a bajo precio, ha impulsado el crecimiento de estos especialistas. En los últimos cinco años este tipo de perfiles se han multiplicado por 17 en LinkedIn.

10.- Especialista en mercadeo digital. Los medios sociales y el mercadeo digital se han vuelto una faceta importante de muchos negocios, lo que ha llevado a multiplicarse por 17 esta clase de ocupación en la red social profesional.

Esto significa una sola cosa: hagamos lo que hagamos, seamos lo que seamos y hayamos estudiado lo que hayamos estudiado, nos va a servir COMO MUCHO de base para el futuro. Pero tenemos una alta probabilidad de trabajar de siete, diez o veinticinco cosas diferentes antes de que lleguemos a la jubilación. Si es que ésta existe cuando en teoría debamos abrazarla, cosa realmente dudosa a estas alturas de la película.

Es por ello que vamos a tener que estar actualizándonos y reactualizándonos a lo largo de nuestra vida. Pero, al menos, al contrario de lo que ocurría en el siglo XX lo tenemos mucho más fácil, más accesible y sobre todo más entrete-

nido que entonces. Y cuando, por ejemplo, el Google Car vea la luz y viajemos en tres horas de Valencia a Madrid sin tener que conducir, imaginad la capacidad que tendremos de aprovechar horas habitualmente improductivas.

La primera forma (quizá la más clásica y sencilla) para mejorar lo que uno hace son las universidades a distancia. O quizá habría que renombrar el término como formación a distancia. Cada vez es mayor la oferta. Cada vez hay más facultades presenciales que ofrecen cursos. Es más, cualquier persona con conexión a internet y un ordenador, una tableta o hasta un teléfono móvil puede hoy día realizar cursos gratuitos a través de la web de (por ejemplo) Harvard. Y el número sigue creciendo.

Dentro de estas opciones existen cuatro posibilidades distintas, cada una con sus propias características y adaptadas a un público cada vez más diverso. No en vano, aquellos que en la década de 1960 debían estudiar por la noche en un centro educacional son un perfil absolutamente desaparecido, merced a la disparidad de horarios actual, a la diversísima procedencia del alumnado e incluso al tipo de curso al que se quiera acceder.

Universidades puras. En España, lógicamente la UNED es el referente desde hace décadas, aunque ha cambiado claramente su política desde el envío de volúmenes mastodónticos al alojamiento de todos los apuntes en su servidor. A pesar de ello le siguen faltando algunas carreras por abordar, lo que aprovechan centros privados como UDIMA o la Universitat Oberta de Catalunya para plantear esas opciones a aquellos que no pueden cursarlas de manera gratuita.

Masters a distancia. Cada vez hay más demanda de especialización y las ofertas son accesibles tanto para los ciudadanos del país donde se imparten como para los que se sitúan a 70.000 kilómetros. Muchos master consolidados siguen teniendo su versión presencial, pero han optado por abrir fronteras digitales y han conseguido doblar el número de alumnos.

Centros de contenidos actuales. Un gran campus puede tener alrededor de 400 empleados directos y aproximadamente 4.000 alumnos. Pues bien, con apenas siete personas Foxize School llega al mismo número de clientes. Su clave es la diferenciación respecto a la enseñanza tradicional: realiza cursos cortos, a muy buen precio, sobre temas que se demandan actualmente. Y busca la presencialidad, al tratarse de un máximo de dos sesiones, pues hace interactuar a la gente. Ha ganado muchísima cuota de mercado frente al inmovilismo mastodóntico de las grandes corporaciones, pues puede ofertar con mucha rapidez cursos interesantes y necesarios para un amplio volumen de público.

Vídeos de expertos. Es otra forma de aprender, más cercana a lo autodidacta, pero también más cómoda por poder visionarlo en el momento en el que se quiera y tratarse de sesiones de muy corta duración. Su máximo exponente es Floqq, que es visitado por millones de personas para aprender desde a hacer un gintonic a utilizar herramientas de programación. El precio lo pone el profesor y los alumnos deciden si lo pagan o si no les interesa.

La segunda pata de esta nueva tendencia, imparable absolutamente, es la posibilidad de realizar lecturas muy sencillas de comprender, de gran carga de actualidad y con posibilidad de absorción inmediata por parte del lector de las nuevas ideas o conceptos que iba buscando.

Tengo un amigo, que como todos está ‘muy ocupado’, que dedica sin embargo 30 minutos cada día a leer sobre algo concreto que le interesa y que le puede hacer crecer personal o profesionalmente. Todos tenemos media hora al día. Todos. Los que cogen el metro, el tren o el autobús por razones obvias. Los que viven solos más aún. Los que son padres (hablaremos de ellos en el siguiente capítulo) entre despertares, biberones, cenas o baños. Y los altísimos ejecutivos sin tiempo para nada en sus numerosos viajes de negocios, donde acaban aburridos muchas noches en el hotel de una ciudad que desconocen y en la que no tienen ningún amigo que les lleva a cenar.

¿Qué suponen 30 minutos al día, sabiendo que no exigen un esfuerzo enorme por nuestra parte? Un total de 168 horas al año de lectura. ¡Una semana entera leyendo! A los que han hecho una oposición, les pregunto: ¿cuánto fueron capaces de aprender en una semana, pensando en que en algún momento comían, dormían, hacían deporte o iban al baño? Pues sólo hay que imaginarlo sin esas interrupciones.

Este libro es un ejemplo de los nuevos tiempos. No pretende ser un ‘tocho’ ilegible. Sus capítulos son cortos. Concisos. Tratan sobre temas que nos ocupan cada día. Y está enfocado a ayudar de forma práctica a la gente que lo lee. Como éste existen miles para todos los aspectos que uno quiera mejorar. Y, si no nos da para comprarlos en papel, en

formato e-book son muchísimo más baratos. Incluso algunos de ellos pueden encontrarse de manera gratuita. O sea que no puede haber excusas.

Y, si no somos de leer libros, tenemos una alternativa mejor. También estas líneas son un ejemplo de ello. Los señores Google y Twitter son dos bancos de datos inmensos de artículos sobre temas que nos interesen. Entre otras cosas porque muchísima gente se ocupa cada día de volcar contenido de altísimo nivel en la red, bien porque alguien les paga por hacerlo o porque les da la real gana. El caso es que si nuestro mundo está cambiando, si nuestra profesión está dejando de tener relación con aquello que estudiamos o si simplemente estamos buscando información sobre algo específico a lo que nos gustaría dedicarnos en un futuro cercano, seguro que está en internet.

En este sentido, está proliferando además el periodismo del emprendimiento, que es aquel que se hace eco de las buenas noticias del nacimiento de nuevas empresas. Y ahí no sólo podemos encontrar lo que busquemos, sino tener un relato pormenorizado de los aciertos y los errores de alguien que montó antes que nosotros eso que nos gustaría poner en marcha. Una información empresarial impagable. Y al alcance de un click de manera absolutamente gratuita. Algo por lo que hace tan sólo una década se pagaba mucho dinero.

Pero este es un mundo en el que no solamente buscamos ejemplos prácticos que nos ayuden a desarrollar un negocio o textos específicos que nos permitan actualizar nuestra empleabilidad. De hecho, muchas de las cosas nuevas que nos estamos encontrando cada día vienen de una relación de ideas que alguien hizo en un momento determinado de su vida, cuando vio o escuchó algo que hizo que la ya clásica-

ca bombilla se encendiera en su cerebro.

La clave radica en las ideas. Sobre todo aquellas que nos inspiran. O aquellas que viene de aquellos a quienes admiramos y que nos hacen pensar de una forma diferente. El ejemplo más claro ha sido Steve Jobs, una persona capaz de cambiar enteramente una industria y, de paso, los hábitos de la humanidad. Y que ha llevado a miles de jóvenes en todo el mundo a buscar formas de mejorar la vida a través de la tecnología y a soñar con vivir en un apartamentucho de 40 metros cuadrados con tal de decir que trabajan en Silicon Valley.

Es por ello que hoy debemos aprovechar la enorme fortuna que nos brinda el hecho de que los mejores pensamientos (y pensadores) del planeta puedan llegar hasta nosotros en tiempo real. Y que sus enseñanzas puedan además estar contenidas en formatos que podamos utilizar de manera hipersencilla.

El mejor ejemplo son las charlas TED. Para quien no las conozca, nacieron como iniciativa en los años 70 bajo el lema 'Ideas worth spreading', es decir, ideas que vale la pena difundir. A sus escenarios en Norteamérica se suben todo tipo de personas interesantes y los parámetros son muy sencillos: no se puede hablar más de 17 minutos y debes intentar cambiar algo con tus palabras.

Lo que nació como algo (cómo no) típicamente 'yankee' se ha extendido por todo el mundo. Cualquier persona o institución, siguiendo unas reglas determinadas, puede montar lo que se ha dado en llamar un evento TEDx, invitando a destacadas personalidades locales. Hoy en su página de internet existen más de 1.700 vídeos a disposición de cualquier internauta de manera gratuita y el número sigue creciendo a medida que se realizan encuentros en todos los

rincones de La Tierra. Y son, lo puedo certificar, un método de aprendizaje como el que más. ¿O no nos decían nuestros mayores que debíamos aprender de los mejores?

En esa misma dinámica se sitúan los eventos Ignite, ‘paridos’ en San Francisco y con alguna particularidad especial: el orador (que no puede hablar de un tema propio, es decir, de lo que hace o de un producto suyo) sólo tiene cinco minutos y sus diapositivas cambian cada 20 segundos. Y su discurso tiene que tratar de cambiar algo en la sociedad. Pocas cosas hay más inspiradoras.

Pero, más allá del vídeo, por si faltara algo estamos llegando a la era de los podcast. De las radios online. Estas llevan existiendo muchos años, pero nunca hasta hoy han tenido tantos condicionantes a favor para triunfar. A saber: millones de personas tienen smartphones con tarifas de datos contratadas. Muchísimas de ellas (por no decir todas) se descargan APPs, que son el formato al que están derivando este tipo de nuevos medios de comunicación. Esto ha convertido, definitivamente, el móvil en el nuevo transistor. Y la radio online presenta un crecimiento anual de un 15% en audiencia, mientras la tradicional cada vez se estanca más. No queda mucho para que todos los coches del mercado dispongan de WiFi y 3G e integren estas posibilidades en su propia consola de mandos. Y menos aún para que los dispositivos ‘wereables’ revolucionen la forma de escuchar el medio más inmediato y fiable que existe.

Un clarísimo ejemplo lo ha supuesto el nacimiento de Radio Emprende, la primera radio online sobre emprendimiento. Y no sólo por sus contenidos, que también, sino por cómo ha decidido establecerlos y distribuirlos: sus entrevistas y secciones no duran más de cinco minutos y se cuelgan inmediatamente en su web y en las redes sociales en cuanto

terminan de emitirse. Esto permite a la gente escucharlos cuando quieran, pero sobre todo no tener que soportar un ‘ladrillo’ insufrible. Los contenidos se han adaptado a la rapidez de nuestra vida. A tener como máximo cinco minutos para leer, ver o escuchar algo. Y hay gente que ya se ha puesto manos a la obra con esta nueva realidad.

Capítulo 11. Cómo trabajar si tenemos niños

Hasta ahora toda nuestra argumentación ha partido de la base del ‘antiguo régimen’. Aquel en el que vivíamos en una sociedad donde nos íbamos a la oficina y nuestra mujer, nuestro marido, nuestra novia, nuestro novio, los abuelos, una niñera o la guardería se hacían cargo de nuestros hijos.

No creo descubrir nada si aseguro que España es uno de los peores países para la conciliación familiar y laboral que existen. Empezando por los horarios absolutamente incompatibles laborales y colegiales, pasando por la intransigencia de muchos empresarios, llegando incluso a límites donde mujeres han decidido retrasar el momento de quedarse embarazadas por temor a perder su trabajo. O a reincorporarse, pedir una reducción de jornada, que se la nieguen y tener que elegir entre su familia y su ocupación.

Para no ser endogámicos y regodearnos en los problemas legislativos domésticos, hemos escogido para ilustrar esta cuestión un artículo de Microsoft.com, portal nada sospechoso de ser tendencioso. Donde no sólo se habla, por cierto, de la problemática actual, sino donde se evidencian (como hemos ido contando) los beneficios para las propias empresas de hacer a sus empleados más felices, logrando al tiempo un mayor compromiso y una mayor productividad.

La incorporación de la mujer al trabajo, el desigual reparto de responsabilidades entre hombres y mujeres

en la esfera privada, la perpetuación de la división del trabajo en función del género y un déficit de servicios comunitarios de apoyo afectan negativamente a la igualdad de oportunidades en el empleo, al equilibrio social, al entorno familiar, a la productividad empresarial y a la calidad de vida. La conciliación puede ayudarnos a resolver estos problemas.

La incorporación de la mujer al trabajo y sus consecuencias (reducción de la tasa de natalidad, alteración del modelo clásico de familia, etc.) ha motivado un análisis entre la contraposición de la vida laboral y la vida familiar.

La memoria histórica deja patente que esto es debido a un concepto de trabajo configurado en torno al varón como sustento económico de la familia y a que la mujer fue encasillada en el rol reproductivo y afectivo.

Tanto es así, que el trabajo se estructura en respuesta a los intereses y objetivos de un empleado varón dentro de una estructura familiar que responde a la división sexual del trabajo (el trabajo remunerado lo desarrolla el hombre, mientras que la mujer se mantiene en las tareas reproductivas y de sostenimiento del hogar consideradas como “no laborales” y, por tanto exentas de derechos económicos, jurídicos y sociales).

Este modelo de trabajador ideal es discriminatorio para las mujeres, pero también lo es para los hombres

que han asumido responsabilidades familiares. Por tanto, son cada vez más las personas que experimentan un conflicto creciente entre el trabajo y la familia.

Este conflicto tiene consecuencias negativas en los trabajadores y en la empresa:

- Insatisfacción laboral.
- Disminución del rendimiento.
- Elevación de las tasas de absentismo.
- Plantillas desmotivadas.
- Pérdida de personas cualificadas.
- Baja la productividad.

Con independencia de la situación laboral de la mujer, la asignación tradicional de roles de género ha permanecido. Esto ha dado lugar a la asunción de una doble jornada por parte de la mujer. Con el fin de paliar esta situación es necesario un reparto más equitativo de responsabilidades entre mujeres y hombres. A pesar de todo ello, los hombres no han aumentado su cuota de responsabilidad en la esfera personal y las mujeres siguen soportando esa doble carga.

Desde la empresa se percibe el conflicto como algo ajeno y como una amenaza potencial al rendimiento. Facilitar la conciliación se considera un coste que la empresa no está dispuesta a asumir.

Algunas empresas europeas están cambiando la tendencia y han empezado a aplicar medidas que

favorecen una mejor conciliación entre trabajo y vida personal. El éxito de estos programas radica en su universalización, su aplicación tanto a trabajadoras como a trabajadores, ya que su finalidad es promover la igualdad de género. Si estas medidas se destinan sólo a las mujeres, perpetuarán los problemas y las empresas seguirán percibiendo que contratar a una mujer es más costoso.

La conciliación de la vida personal, familiar y laboral responde a la necesidad de resolver este conflicto que afecta a las personas, a las empresas, a la familia y a todo el entorno social. Una actitud sensible de las organizaciones hacia este problema supone el desarrollo de una **nueva cultura de organización**.

La conciliación es un conjunto de acciones sociales, institucionales y empresariales cuyo objetivo es el desarrollo de una sociedad más igualitaria y justa. Es un modo de organizar el entorno laboral que facilita a hombres y mujeres la realización del trabajo y de sus responsabilidades personales y familiares. Conciliar no supone trabajar menos, sino de forma distinta.

Cada vez son más las personas que evalúan positivamente, a la hora de buscar o cambiar de trabajo, el valor añadido que les puede ofrecer la empresa en lo referente a mejorar su calidad de vida.

La valoración económica del empleo va cambiando hacia una percepción más subjetiva del puesto, demandando unas condiciones que tengan en cuenta

la diversidad y unas medidas que ayuden a un mejor equilibrio de todos los aspectos de la vida. Una de las causas de abandono del empleo por parte de las mujeres es la dificultad de conciliar. Este valor que pueden ofrecer las empresas retiene el talento y ayuda a los profesionales y a la organización a ser más productivos.

En algunos sectores que han practicado una política de recursos humanos a corto plazo (debido a la gran demanda de empleo), se encuentran ahora frente al problema de una escasez de mano de obra cualificada para determinados puestos.

Sin embargo, hay que resaltar que no todas las empresas tienen las mismas posibilidades a la hora de poner en marcha programas de conciliación. Según estudios realizados en Estados Unidos, hay cuatro factores que influyen:

1. Tamaño de la empresa.
2. Competitividad en el mercado laboral.
3. Porcentaje de mujeres en plantilla.
4. Interés en retener sus recursos humanos.

Existen ya muchas investigaciones y opiniones de expertos que apoyan la adopción de medidas de conciliación. Son estudios que reflejan el elevado coste que para las empresas supone prescindir de las mujeres: el coste económico y social de que las mujeres opten mayoritariamente por determinados trabajos y el coste de la esfera privada de la vida.

Las empresas pueden ayudar a sus empleados a conciliar de varias formas: horario flexible, jornadas reducidas, jornadas comprimidas, teletrabajo, escuelas infantiles, desarrollo de servicios para el cuidado de las personas dependientes, sensibilización en valores, etc.

Los poderes públicos han tenido un papel prioritario en la potenciación de la igualdad entre hombres y mujeres, impulsando políticas de fomento del empleo y promulgando leyes que establecen medidas de conciliación. Pero en numerosas ocasiones estas políticas han perdido su carácter universal convirtiéndose en políticas para la mujer, diluyéndose el efecto impulsor de la igualdad.

La Ley 39/99 de medidas de conciliación de la vida familiar y laboral de las personas trabajadoras ha supuesto un importante avance, pero tiene muchas lagunas que impiden una efectiva conciliación y la asunción de responsabilidades familiares por parte de los hombres.

Un aspecto muy importante para cambiar esta tendencia es el de la sensibilización y educación de la igualdad, el reparto de responsabilidades y la conciliación desde el entorno escolar para cambiar las actitudes y paradigmas de las nuevas generaciones.

Numerosos estudios económicos han apuntado al conflicto trabajo-familia como el causante de los males que aquejan al sector empresarial. El coste

económico que tiene para la empresa es asumible, ya que los beneficios lo superan con creces.

Los trabajadores que logran alcanzar este equilibrio están más satisfechos y más dispuestos a comprometerse en favor de su empresa, al tiempo que sus niveles de productividad crecen a medida que la empresa se muestra sensible a sus expectativas y necesidades.

Una vez aclarado este aspecto, vamos a partir de una base optimista. Tenemos la opción de trabajar en nuestro domicilio, siendo hombre o mujer disponemos de una baja por paternidad/maternidad (durante la cual podemos subcontratar nuestros servicios si somos freelance para no atender a los clientes) y debemos estar al cuidado de niños de distintas edades.

Obviamente, cuanto más pequeños sean más problemas y malabarismos deberemos realizar para poder ser productivos, pero es ahí precisamente donde todo lo aprendido hasta aquí nos va a servir para darnos cuenta de una nueva situación: podemos aprovechar al máximo nuestro tiempo. Debemos ser capaces de establecernos objetivos realizables. Más que nunca, hay que mirar el trabajo en función de las cosas que hacer y no de las horas. Y, sobre todo, tenemos que asumir que las horas habituales para ponernos delante del ordenador o al teléfono no van a ser tales.

Aun así, es factible hacer un buen trabajo en estas circunstancias. Y, sobre todo, cuando miremos atrás habrá algo que ya nadie nos quitará: haber visto crecer a nuestros hijos un 80% más del tiempo del que lo hacen los padres que deben abandonar su casa cada día y volver a deshoras.

Obviamente, no es lo mismo atender a un recién nacido (o un bebé de cuatro meses, una vez finalizada la baja laboral) que a un niño de dos años. Aquí entran, además, las circunstancias familiares, la decisión o posibilidad de llevarlo a la guardería o la opción de que alguien nos eche una mano. Pero una vez superado llegaremos a dos conclusiones: que casi nada es tan importante como parece y que somos capaces de ser productivos trabajando pocas horas (pero de manera muy concentrada).

Vamos a establecer un ranking de posibles tareas por edades, pensando en un hombre o mujer medio que decide no llevar a su hijo al colegio hasta los dos años de edad.

De 0 a 6 meses.- El niño/a tiene una alta dependencia de los ciclos de tomas, bien sean de pecho o de biberón. Pero el resto del tiempo, la mayoría en realidad, duerme (salvo algunos casos en los que no hay forma de que lo hagan por las noches ☺). Estamos en un momento donde podemos perfectamente aprovechar los tiempos entre tomas para trabajar, así como aquel que se ubica entre que se va a dormir por la noche y nosotros cenamos. Una de las ventajas de trabajar desde casa es que si el bebé duerme poco o mal, podemos optar por levantarnos más tarde de lo habitual y ello no mermará en absoluto nuestra capacidad de atención a nuestras prioridades laborales. Cierto es que es difícil mantener reuniones presenciales, pero precisamente por esto es un gran momento para comenzar a quitarse de encima encuentros ‘roba-tiempo’ y a acostumbrar a nuestros interlocutores a tenerlas por teléfono o Skype. Asimismo, la excusa de ir a dar un paseo con el nene/a en el carrito nos permitirá liberarnos mentalmente.

De 6 a 12 meses.- Es un período algo más complicado, aunque no tanto como pudiera parecer. En primer lugar porque habitualmente se les regula el sueño nocturno, lo que nos permite descansar mejor. Sigue sin moverse demasiado, aunque hacia el final de esa etapa es posible que ya gatee. Pero se entretienen fácilmente y, sobre todo, duermen tres siestas al día, un momento excelente para centrarnos en nuestra labor. Empiezan a comer algo, pero suelen ser papillas de frutas o de cereales, que son muy fáciles y rápidas de hacer o incluso en ocasiones se les pueden suministrar en forma de potitos, lo que no nos resta prácticamente tiempo. Hay gente que opta por llevarlos a la guardería con un año, cuando empiezan a interactuar realmente. Es una buena opción para personas con mucha carga de trabajo o necesidad constante de viajar o reunirse.

De 12 a 24 meses.- Partamos de la base de que aquí vamos a necesitar ayuda si queremos trabajar bien, aunque hay dos y hasta tres horas al día fijas en las que podemos centrarnos en realizar nuestro cometido. Todo lo que necesitemos de más podemos utilizarlo a la hora de la siesta, que se unifica en una sola habitualmente entre las 14 y las 16:30 horas. Partiendo de la base de que el niño/a duerma bien (en esa edad suelen necesitar 11 horas, es decir, entre las 22 y las 9 más o menos), podemos optar por madrugar a las 7 y disfrutar de dos horas enteras de trabajo. Una vez le demos el desayuno, puede entretenerse un rato (muy pequeño) viendo dibujos o haciendo puzzles, pero la realidad es que habrá comenzado a caminar y recorrerá toda la casa. Si tenemos a alguien que esté pendiente podremos añadir horas a nuestra

productividad. Si no, habrá que asumir que hasta que le demos la comida a la una (que seguramente tendremos que haber dejado preparándose durante la mañana, bien porque tomen crema de verduras o cada vez más carnes y pescados) y se duerma a las dos no podremos hacer nada que nos suponga estar sentados. Pero eso no significa que estemos parados. Habitualmente tenemos la necesidad de hacer muchas llamadas durante el día. ¿Por qué no las agrupamos y las vamos realizando mientras vigilamos a nuestro bebé? Solo hay que ponerle unos auriculares al móvil para tener las dos manos libres. Y eso puede suponer una hora más de trabajo. ¿O antes no nos pasábamos una hora con gestiones telefónicas? De las cinco y media que en realidad rendíamos en la oficina (tal como contábamos al inicio de este libro) ya habríamos realizado tres. ¿No vamos mal, no? Las dos (o tres o cinco restantes, depende del día) pueden ‘arrancarse’ de los siguientes momentos: después de comer tendremos al menos una hora efectiva. Y tras darle de cenar y antes de hacerlo nosotros (mientras se duerme en la cuna) una más. Incluso si necesitamos completar la jornada, tras la cena, hacia las 23 horas, podemos ‘rascar’ una más antes de irnos a dormir. Y eso en los días de picos. En los más tranquilos incluso podemos dormir nosotros a mediodía también. En ocasiones descansar es el mejor remedio para recuperar la concentración.

A partir de dos años.- Aquí el tiempo ya depende de nosotros, pero no por ello debemos descuidar nuestra capacidad productiva. Si el niño/a va a la guardería, dependiendo de nuestra carga de trabajo (y de nuestras posibilidades económicas, todo sea dicho) podemos

tenerlo/a allí de 9 a 12 y de 15 a 17 como horario estándar o incluirle comedor y recogerlo/a por la tarde. Y si tiene colegio, dispondremos aún de una hora más. Obviamente, es un escenario absolutamente facilitador, pero si llegamos a él habiendo sido capaces de ser productivos en las etapas anteriores, seguramente lo que ganemos sea tiempo para nosotros. Pues nos habremos dado cuenta de que con menos horas somos capaces de hacer lo mismo. O incluso mucho más que antes.

La conclusión de estas líneas es muy sencilla: nada, hoy día, nos debe impedir (si queremos) tener hijos. Vivimos en una sociedad en que se ha penalizado este aspecto en virtud del trabajo. Lo cierto es que se trata de una decisión personal de cada pareja y que, pese a las enormes problemáticas que plantea el actual sistema, a todos nos han criado en mayor o menor medida con responsabilidad. Bien es cierto que tener niños es caro, pero si pensamos que muchas de las cosas nos las van a regalar familiares y amigos y que a nivel de alimentación posiblemente (en caso de que tome pecho. Con biberón sube algo más) no notemos la incidencia en el carro de la compra hasta los 15 meses, realmente no supone un descuadre mayúsculo más allá de pagos extra como pediатras, seguros o vacunas.

Es por ello que este nuevo escenario no debe convertirse en un impedimento. Más bien al contrario. Para empezar, en lugar de soltarles los niños a los abuelos podemos hacer que ellos vengan a casa, con lo que están igualmente con sus nietos y nosotros nos ahorramos un desplazamiento innecesario. Vamos a ahorrar enormes descontentos (y hasta bajas por depresión) de padres y madres que piensan cada día 'qué hago yo aquí, cuando podría estar con mi hijo/a si

he terminado mi trabajo hace tres horas'. Y, para los propios progenitores, se abre una opción maravillosa, que en líneas generales no pudieron disfrutar nuestros padres: ser partícipes directos de los primeros años de educación de nuestros hijos, sin tener que delegar esta tarea en familiares o profesores. Algo por lo que muchísima gente pagaría si pudiera volver atrás en el tiempo.

Capítulo 12. El futuro es freelance

Creo que a nadie escapa ya a estas alturas que nuestra vida laboral no va a ser ni de lejos como la de nuestros padres. Y, por descontado, ni mucho menos como la de nuestros abuelos. No estudiaremos una carrera de cinco años que nos servirá para toda la vida. No entraremos en una empresa en prácticas, nos contratarán, ascenderemos, pasaremos 40 años en ella y nos darán una fiesta de despedida. Dificilmente habrá jubilación como hoy la conocemos. Y será muy raro el profesional que se dedique al mismo sector o que se ubique en la misma compañía durante toda su vida.

Ni siquiera los grandes gurús de la tecnología en el siglo XXI han sido inmovilistas. Sí, es cierto que Mark Zuckerberg o Jack Dorsey siguen al frente de Facebook y Twitter. Pero lo hacen porque son sus creaciones. Y, sin embargo, dentro de ellas buscan nuevas formas de negocio. Y compran otras que les acaban complementando. En una palabra, que no les hacen aburrido su trabajo.

Esto, trasladado al mundo real, ya comienza a tener implicaciones muy visibles. Un ingeniero técnico puede pasar perfectamente, merced a sus conocimientos de base y a su formación posterior, a dirigir un departamento de marketing de un club de fútbol. Un periodista puede buscar noticias al tiempo que las crea desde las redes sociales como Community Manager de una marca determinada. Un promotor inmobiliario puede convertirse en asesor de deco-

ración y reformas de clientes con altas ganancias gracias a su conocimiento de todos los ámbitos de su mercado. O un abogado puede especializarse en materias 2.0 y acabar ganando un juicio a Google y abriéndose camino en una clientela tremendamente lejana a la que imaginó hace tan sólo 10 años.

Queramos o no, vamos a tener que adaptarnos a esta nueva situación. Como tuvieron que hacerlo los campesinos para convertirse en mano de obra cuando explotó la revolución industrial. O los ejecutivos clásicos cuando sus rivales descubrieron internet y el teléfono móvil y comenzaron a operar de madrugada con la bolsa de Tokio mientras ellos dormían. ¿Es peor este escenario? No lo sé. Pero lo cierto es que es el que hay. Y tiene algo que no tenía el anterior: la posibilidad de inventarnos nuestro propio trabajo.

En el siglo XX, si estudiabas Periodismo trabajarías en un periódico. Si acababas Derecho irías de cabeza a un bufete. Si concluías Empresariales encontrarías tu sitio en una multinacional. Si te decidías por Ciencias de la Actividad Física y el Deporte tenías muchos números para ser profesor en un instituto. O si preferías Arquitectura tu sitio sería un estudio. En la mayoría de los casos.

Hoy, han nacido los Entrenadores Personales. Gente que se ocupa de poner en forma a otra gente que tiene poco tiempo y quiere un trato personalizado. ¿Ganan más que un maestro? Sin duda. Proliferan las start-up nacidas de una idea, que igual te puede venir a la mente si eres catedrático de Física como si te encuentras cursando Formación Profesional. Puedes emprender tanto si eres alguien muy joven como si tienes 55 años. Y, en el segundo caso, nadie te mirará como si eso fuera tu última oportunidad de reubicarte en el mercado, sino como alguien que por fin va a dedicar

sus esfuerzos, su tiempo y a veces su dinero a ocuparse en lo que le ha apasionado toda la vida. Y que solamente podía ser un hobby hasta ese momento.

De esta situación subyace también un mensaje de esperanza, tanto para aquellos que todavía se encuentran estudiando como para los que buscan nuevas oportunidades laborales o hasta para los que han sido despedidos recientemente. Existe una percepción entre la población mundial casi homogénea: que no hay trabajo en ningún sitio. Aunque sea una generalización, es cierto que el gran incremento de licenciados en las últimas décadas y la actual crisis han provocado una dificultad mucho mayor para acceder al mercado laboral. Y sin embargo, es mayor el número de personas que sí tienen una ocupación que los que no la tienen. No perdamos de vista este dato.

Pero volvamos a ese mensaje de esperanza del que hablábamos anteriormente. Supongamos que, efectivamente, es difícil incluso que te seleccionen como dependiente en un supermercado. En ese caso ¿por qué gastamos nuestros esfuerzos, nuestros contactos y nuestro tiempo en tratar de obtener algo que nos hará infelices? ¿Si, ciertamente, es tan complicado conseguir un puesto en Zara como en el Centro Nacional de Inteligencia, porque no centramos todos nuestros recursos en buscar algo que nos haga felices?

Durante los últimos años hemos desaprovechado gran parte de nuestras posibilidades intentando hacer lo que hacíamos antes del cataclismo económico: tratar de reubicarnos en nuestro lugar natural durante un año y, al ver que eso no sucedía, disparar a discreción a lugares menos cualificados para ver qué salía. Al fin y al cabo, si en el año 2000 queríamos ganar un dinero extra o trabajar en verano ser dependiente, camarero o repartidor siempre era posible.

Y hemos creído que lo seguía siendo.

Pero la realidad es que no lo es. Hoy se buscan especialistas, no parches. Las empresas saben que si fichan a una persona sobrecualificada para un puesto que ellos consideran clave, en cuanto disponga de una oferta mejor no dudará en marcharse. Al tiempo que son conscientes que hay personas que se han preparado específicamente para un tipo de puesto determinado.

Son varios los ejemplos de cómo ha variado la contratación. Por ejemplo, un camarero en una zona turística debe dominar al menos dos idiomas, pues puede convertirse en un factor diferencial para atraer clientela foránea. Y si lo hace bien, en ese establecimiento o en cualquier otro de los alrededores no le va a faltar trabajo. Una dependienta de una tienda de moda en una calle céntrica de una gran ciudad no sólo debe tener nociones exquisitas de atención al cliente e idiomas, sino también un conocimiento del mercado, de las modas, de sus cambios y de las necesidades de los que entran por la puerta. De hecho, la gran diferencia entre unos espacios y otros suele ser el plus de calidad que dan estos aspectos, por encima de si la ropa es más o menos bonita o varía mucho en precio.

La ventaja que encontramos es que para reciclarnos no debemos estudiar otros cinco años. Ni aprender conceptos totalmente ajenos a la que ha supuesto nuestra actividad principal hasta la fecha. Hoy, como hemos hablado con anterioridad, una adecuada formación de actualización, o de introducción, nos puede hacer estar preparados para afrontar nuevos retos profesionales en un corto espacio de tiempo. Podemos hacer una carrera o un master, sí, pero también cursos específicos e intensivos de una semana. O

acceder a las novedades de nuestro sector con una sesión de dos días.

Maite Moreno Bosch, especialista en New Labor Trends (otro neologismo, como casi todos en inglés, que habla de gente que analiza hacia dónde va el mercado y cómo adaptarse a él de la mejor manera posible), lo resumía a la perfección en su artículo colgado en febrero de 2014 en el blog Quedamus

Las empresas y el mercado laboral, están cambiando a la par – y mucho – en muy poco tiempo. En pocos años no los reconoceremos. De hecho, nuestras actuales preocupaciones como trabajadores no son las mismas que en 2007, y no han pasado tantos años.

En el pasado, debían pasar muchos más para que se produjeran cambios de tal magnitud. A partir de ahora, los cambios se sucederán muy rápidamente, la constante será el cambio.

Trabajadores y empresas deberemos aprender a convivir con ello. En palabras del filósofo Zigmunt Bauman, “vivimos ya en una sociedad líquida, donde todo cambia y se transforma constantemente, todo fluye, sin certezas...”

El futuro es freelance

Gigonomics o freelances es una evolución natural del trabajador que permite a éste ser su propio dueño y organizar su trabajo a su antojo, a la vez dota a la empresa de una mayor flexibilidad al poder

disponer del talento especializado, sin necesidad de dimensionar su plantilla.

Las últimas estimaciones indican que apenas la mitad de la comunidad mundial de trabajadores conservará su empleo actual a tiempo completo dentro de diez años.

Como dice mi colega José Manuel Casado, el futuro nos trae un nuevo orden, también para el mundo del trabajo, que será diferente al actual, en contenido y forma. Estará sujeto a otros condicionantes y nos obligará a cambiar buena parte de nuestras vidas: preparación, disposición, respuesta al cambio, contrato, remuneración, promoción, selección, motivación etc...

Nuevos trabajadores: lifelong learners y conectados

Los nuevos trabajadores deberán ser abiertos, brillantes, entusiastas, colaboradores, empáticos, conectados, comunicativas, diversos, expertos, creativos, curiosos y, lo más importante, lifelong learners y conectados.

Según Alvin Toffler “mañana el analfabeto no será la persona que no sepa leer, sino la que no haya aprendido a aprender”. En la agenda de un iPro – independent professional- o freelance no deberá faltar la constante preocupación por continuar su desarrollo profesional y el aprendizaje para toda la vida.

Deberá ser el profesional y no las organizaciones quienes diseñen su propio proyecto laboral.

Somos nosotros los responsables de nuestro aprendizaje y del establecimiento de una red de contactos que nos ayude en nuestros objetivos. Iniciativas como www.quedamus.com, que te facilitan acudir a eventos, para formarte, hacer y desvirtualizar contactos, son muy útiles para el profesional que desea estar al día, y conectado.

La inteligencia colectiva, la creatividad, la comunicación transversal o el aprendizaje se potencia en las redes y las redes no sólo sirven para trabajar mejor, sino para conseguir trabajo.

En palabras de Roca&Salvatella: vales lo que vale tu red. Nuestro capital social somos nosotros mismos y nuestra red. Nuestro capital social nos puede ayudar a conseguir un proyecto, por tanto, debemos dedicarle su tiempo.

Aquí lo que importa no es el tamaño, sino la calidad de las relaciones y la confianza lo es todo en ellas. Confianza y reputación son básicas. Algunos incluso defienden que llegaremos a tener una cuenta bancaria de reputación...

En nuestro capital social los contactos de segundo adquirirán mayor importancia que los de primer grado, pues éstos últimos no dejan de formar parte de nuestras relaciones endogámicas, es decir, se

nutren de lo mismo que nosotros, tienen la misma información que nosotros y se solapan.

Como ves, muchos cambios. La pregunta es... ¿estás preparado?

Esa es la pregunta con la que cerramos este libro. ¿Estás preparado? Piensa lo siguiente. Alguien lo estuvo en el paleolítico para pasar de ser cazador nómada a agricultor. Alguien lo estuvo hace siglos para dejar de pisar tierra y aprender a navegar. Alguien fue capaz de domesticar animales para poder desplazarse más rápido y trabajar con menor esfuerzo la tierra. Muchos fueron capaces de convertirse en obreros cuando nunca habían visto una fábrica en sus vidas. Muchos más decidieron que el hombre podía ir en caballos motorizados, o en aviones por el cielo o en cohetes hasta la Luna. Y alguien, de repente, creó internet. Y con la ayuda de gente como Bill Gates y Steve Jobs, quebró de nuevo la línea de la historia para llevarnos a un nuevo nivel en la historia de la humanidad.

La diferencia es que ni los neandertales, ni los egipcios, ni los sumerios, ni los romanos, ni los griegos, ni los árabes, ni los cristianos, ni los revolucionarios franceses, ni los inventores de la máquina de vapor, ni siquiera nuestros abuelos contaban con las armas que tenemos nosotros: comunicaciones mundiales en décimas de segundo, posibilidad de aprender desde cualquier punto del planeta en cualquier momento, capacidad de interacción con millones de semejantes para producir juntos grandes ideas. Y, sobre todo, por primera vez en la historia la opción de que el trabajo no capitalice nuestra vida.

No habrá que dormir con un ojo abierto para cazar y no ser cazado. Ni inquietarse por si no llueve y no podemos comernos la cosecha. Tampoco trabajar de sol a sol en el campo introduciendo a nuestros hijos en la economía familiar en cuanto puedan tenerse en pie. O hacerlo nosotros en una fábrica, sin poder verles, para que puedan comer y vestirse.

Así que la pregunta no es si estamos preparados. La pregunta es: ¿estamos convencidos? Porque hoy ocurre lo que nunca había pasado. Y está en nuestra mano poder aprovecharlo. ¿Trabajar para vivir? Sin duda. Pero para vivir bien. Que ser feliz no es incompatible con estar ocupado.

En pocos años, el mundo laboral que conocieron nuestros padres habrá desaparecido. Se estima que en un lustro el 80% de las profesiones sean totalmente nuevas, lo que obliga a una readaptación constante del trabajador para no quedarse atrás en el mercado.

Por otra parte, la crisis iniciada en 2007 ha evidenciado que las empresas difícilmente podrán pagar un mayor salario a sus trabajadores, quienes aun dedicándose a una actividad que les apasiona acaban por quemarse.

¿Cuál es la solución que puede permitir que las empresas reciban un mayor rendimiento y los empleados sean más felices? Únicamente el 'pago' de un salario emocional. En un mundo donde el tiempo es el nuevo dinero y donde lo personal gana terreno a lo profesional, compañías e individuos pueden cambiar su vida sin dejar de dedicar el tiempo necesario a la consecución de objetivos. Y ahí entra la posibilidad de trabajar en casa.

¿Cuánta gente tiene como únicas herramientas laborales un ordenador y un teléfono? Hoy día, la mayoría. ¿Cuántos podrían hacer exactamente lo mismo desde su domicilio? Prácticamente todos. Pero ¿confiarían sus jefes en ellos? ¿Y ellos, serían capaces de ser productivos y ganar calidad de vida a la vez?

Este libro va de eso. De cómo el mundo está cambiando pero las empresas no. De cómo, según estudios de consultoras de Recursos Humanos, el 60% de las próximas contrataciones serán de profesionales freelance. El problema es que nadie les ha enseñado cómo hacer bien su labor desde casa. Y ello puede desembocar en que no rindan lo que esperan sus superiores o que se desesperen porque no sean capaces de separar lo doméstico de lo laboral.

Sin embargo, no sólo es posible sino además beneficioso. Y no solamente incrementa la felicidad del trabajador, sino que además ahorra dinero al empresario. ¿Queréis descubrir cómo? Lo tenéis muy fácil. Todo empieza por leer este libro. En casa... o en el trabajo. Que a veces (y cada vez más) es lo mismo.

