A close-up photograph of a hand resting on top of a large, polished wooden globe. The globe is the central focus, with its natural wood grain and a dark horizontal band clearly visible. The lighting is warm and directional, highlighting the texture of the wood and the skin of the hand. The background is dark and out of focus, suggesting an indoor setting with a chair or similar furniture.

UNA HISTORIA DE DOS INDUSTRIAS

DOS FUERZAS IMPORTANTES
SE HAN UNIDO PARA CREAR LAS
OPORTUNIDADES EMPRESARIALES
MÁS GRANDES DE LA HISTORIA
DE NUESTRO PAÍS.

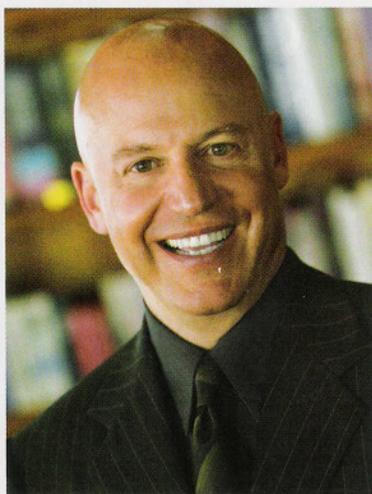
POR PAUL ZANE PILZER

A medida que ingresamos en la segunda mitad de esta década, vemos una convergencia de las fuerzas económicas que llevan a una oportunidad enorme para los que están operando negocios desde su propia casa. Además, esta oportunidad existe no solamente para algunos miles, sino literalmente para millones de empresarios individuales.

Esta oportunidad económica está representada por dos industrias emergentes: el bienestar y el mercadeo multinivel. La industria del bienestar, que hace solamente 15 años apenas existía, está en camino a convertirse en una industria de un billón de dólares dentro de sólo cinco años. El mercadeo multinivel, que es el principal beneficiario de la expansión de negocios desde casa, será una fuerza contribuyente importante para la creación de 10 millones de millonarios nuevos en los próximos 10 años.

Cualquiera de estas dos industrias emergentes por sí solas representa una extraordinaria oportunidad para los empresarios que deseen crear una nueva riqueza para los próximos años. Juntas, estas dos fuerzas importantes se han unido para crear las oportunidades empresariales más grandes de la historia de nuestro país.

Los primeros pioneros del bienestar y el mercadeo multinivel estaban motivados por la idea de que era posible crear una mejor vida que las rutas convencionales ofrecieron, mejor salud personal y mejor salud económica, respectivamente. Ahora las “alternativas” de ayer se han convertido en el motor económico de la actualidad y del futuro. Exploremos cómo ocurrió esto y qué significa para su futuro económico; primero veamos el inicio de la industria del bienestar.



ESTE ARTÍCULO HA SIDO ADAPTADO EN PARTE DEL NUEVO LIBRO DE PAUL ZANE PILZER, *THE NEXT MILLIONAIRES (LOS PRÓXIMOS MILLONARIOS)*, QUE SE CENTRA EN EL PAPEL DE LAS VENTAS DIRECTAS EN LOS PRÓXIMOS AÑOS.

La epidemia del sobrepeso

En el pasado, siempre hemos asociado a la pobreza con la delgadez extrema, principalmente debido a la falta de alimentación. Cuando era joven quería crecer y convertirme en un “hombre rico y gordo”.

En la actualidad el problema se ha invertido: “pobre” y “gordo” se han convertido en sinónimos y “hombre rico y gordo” se ha convertido en un oxímoron. Hace varios siglos, las únicas personas corpulentas eran los terratenientes reales y ricos. En la actualidad, a menores ingresos, mayor la cantidad de personas obesas; y cuanto mayor es el ingreso, más vemos a hombres y mujeres que son delgados y están en buen estado físico, desafiando su edad.

Desde 1980 se ha duplicado el porcentaje de personas con sobrepeso y obesidad en los Estados Unidos. En 1980 el 15 por ciento de la población era obesa; para el año 2000 ese número se había elevado al 27 por ciento. ¡Eso equivale a 77 millones de personas clínicamente obesas! Hoy, el 61 por ciento de los estadounidenses tienen sobrepeso y están progresando hacia la obesidad—la cual se ha aumentado por el 10 por ciento para llegar a incluir casi el 30 por ciento de la población de los EE.UU. Como consecuencia, 18 millones de estadounidenses tienen diabetes y otros 41 millones de estadounidenses mayores de 40 años tienen prediabetes. La mayoría de las personas con prediabetes desarrolla la diabetes tipo 2 en el transcurso de 10 años. El 65 por ciento de las personas con diabetes muere de enfermedades del corazón o accidentes cerebrovasculares y los costos médicos solamente para tratar la diabetes en la actualidad superan los 100 billones de dólares cada año.

Además, el sobrepeso y la obesidad también son síntomas de una mala nutrición. Por lo general, las personas obesas también tienen deficiencias de vitaminas y sufren de fatiga y artritis o de otras dolencias que son consecuencia de la mala nutrición. Nuestra industria alimenticia, que representa aproximadamente un billón de dólares anuales, empeora el problema al brindar productos al “denominador común más bajo” de mala nutrición.

¿Qué hay de nuestra atención médica? La verdad es que, lo que llamamos “atención médica” en realidad no es el negocio de la *salud* sino el negocio de la *enfermedad*. En la actualidad, nuestra industria médica tiene muy poco que ver con la salud. Los \$2 trillones que gastamos en atención médica, los cuales representan un sexto de la economía de los Estados Unidos, están relacionados casi exclusivamente con el tratamiento de los síntomas de las enfermedades. Tiene muy poco que ver con la prevención de las enfermedades o con hacer que las personas se sientan más fuertes o más sanas.



Estas industrias billonarias — alimentos y “atención médica” — se alimentan entre sí de forma insidiosa, trabajando juntas para apoyar ese escandaloso 61 por ciento de personas con sobrepeso.

La revolución del bienestar

Si se miran los números, uno podría pensar que pronto *todos* en los Estados Unidos tendrán sobrepeso o serán obesos, pero éste no es el caso. A pesar de lo preocupante que es esta situación, también ha dado origen a un sector económico nuevo y muy positivo. El 39 por ciento de la población estadounidense que *no* tiene sobrepeso incluye a aproximadamente entre 10 y 15 millones de estadounidenses que actualmente se están volviendo más fuertes, sanos y con un mejor *estado físico* a medida que envejecen.

Estas personas representan un sector económico nuevo y en crecimiento. Son principalmente personas con una buena situación económica que, a medida que la misma mejora, comienzan a buscar formas de estar más sanos, y lo están haciendo fuera de los establecimientos médicos. Están yendo a clubes de entrenamiento físico, cuidan lo que comen, toman las cantidades apropiadas de vitaminas y minerales e investigan sobre suplementos y otros productos que ayudan a

su bienestar. Son un sector en crecimiento de nuestra economía que están comiendo y viviendo en forma más saludable que nunca antes en la historia.

Hoy, por ejemplo, este sector gasta más de \$70 billones al año en vitaminas y suplementos alimentarios. Desde vitaminas y antioxidantes hasta productos para perder peso, hasta clubes de salud y entrenadores personales, todos estos gastos pertenecen a lo que he llamado la industria del “bienestar”. Defino “bienestar” como el dinero que uno gasta para sentirse más sano, incluso cuando uno no está “enfermo” dentro de los estándares de las definiciones médicas.

¿Quiénes son estas personas? Principalmente la generación del *baby boom*: personas prósperas de entre 40 y 60 años. Ésta es la primera generación en la historia que se rehúsa a aceptar ciegamente el proceso de envejecimiento. Son una fuerza económica poderosa; representan solamente el 28 por ciento de nuestra población y sin embargo, este grupo representa el 50 por ciento de nuestra economía.

Hasta hace poco, las publicidades para la generación del *baby boom* han sido todas sobre cómo hacer para sentirse más jóvenes, cómo ayudar a recordar cómo se sentía ser jóvenes. Ahora

va un paso más allá. ¡Hoy, la generación del *baby boom* está comenzando a comprar las cosas que realmente los *hacen* sentirse más jóvenes!

Y esta industria apenas ha empezado: la mayoría de las personas ni siquiera sabe que existen estos productos y a medida que más personas de la generación del *baby boom* aprenden sobre bienestar, más se expandirá el sector. En 2000, cuando comencé a estudiar esta tendencia por primera vez, me sorprendió descubrir que el bienestar en los Estados Unidos era una industria que ya estaba moviendo \$200 billones. En la actualidad, solamente unos cuantos años después, ya casi se ha duplicado para convertirse en un negocio de \$400 billones. Para el año 2010, solamente a cinco años desde ahora, se habrá convertido en la próxima industria trillonaria.

Mercadeo multinivel: Bienestar económico

El alcance y el impacto real de la revolución del bienestar van más allá de los números. Es más que un cambio en nuestro estado de salud y bienestar: es un cambio inmenso en nuestras *expectativas fundamentales*. No esperamos simplemente vivir *más* años, esperamos vivir *mejores* años.

Mercadeo Multinivel: El medio ideal para el bienestar

Una razón por la que el bienestar y el mercadeo multinivel son industrias hermanas por naturaleza es que el bienestar es rico en las nuevas tecnologías que se aprenden de persona a persona. En muchos casos, no hay otra forma de aprender acerca de estas nuevas opciones.

Si usted asiste a una clínica convencional para perder peso, ellos están enfocados en promover sus productos alimenticios—no le dan lecciones en bienestar. La información no se encuentra fácilmente; casi toda la investigación médica es sobre enfermedades. Entonces, ¿hacia dónde gira el consumidor?

La única forma de aprender acerca del bienestar es a través de alguien cercano que ha tenido la experiencia del bienestar. Usted encuentra a su compañero de cuarto de la universidad y le dice: “¡Bien, te ves estupendo! Te ves tan saludable— ¿qué hiciste?” Usted está ante una experiencia

de bienestar y empieza a descubrir que existe toda una industria del bienestar, con toda una gama de nuevos productos y servicios.

La información correcta acerca de las dietas, nutrición, vitaminas, minerales y suplementos es casi contraria a todo lo que hemos escuchado de nuestra comunidad médica. Para muchos, es lo contrario a como fuimos educados. Existe tanta información incorrecta en muchas partes, que la gente se ha condicionado a ella. Cuando ellos escuchan información buena por primera vez, naturalmente están escépticos. La única forma en la que ellos cambiarán su paradigma o empezarán a aprender nueva información es de persona a persona—ya que ellos están involucrados en una conversación.

Esto no sucede de la noche a la mañana. Puede tomar desde tres, cuatro, cinco o hasta seis conversaciones con gente diferente antes de que en realidad cambie su mente. Es por eso que el bienestar, que es tan claramente una información que cambia paradigmas para mucha gente, realmente funciona mejor en un ambiente interactivo de uno a uno—como el mercadeo multinivel.

Este mismo cambio en las expectativas también es un factor contribuyente importante para el mercadeo multinivel. En la nueva economía, la sola *cantidad* de la compensación ya no es suficiente. Hoy en día, las personas también exigen una compensación de mejor *calidad*. No queremos simplemente más dinero, queremos *estilo de vida*. Hoy, los trabajadores comprenden que no importa cuánto dinero se gane si nunca pueden ver a su cónyuge o a sus hijos o si se sacrifica la salud por el trabajo.

Esta exigencia no existía en el pasado. Durante la Era Industrial, la pregunta “¿Está realmente feliz con su vida?” hubiera sido recibida por la mayoría como absurda. “¿Feliz? ¡Qué pregunta! Estoy ganando dinero”.

Hoy queremos más. Nuestra economía y estándares de vida han crecido hasta el punto en el que no sólo esperamos ganarnos la vida, sino que también esperamos tener la *mejor experiencia posible* viviendo esa vida. No queremos sacrificar la familia por el trabajo o viceversa.

Al igual que la generación del *baby boom* desea ser joven y más saludable, también quiere tener la libertad económica para disfrutar su estado de salud. No queremos simplemente *más* dólares; queremos *mejores* dólares. Y hay una forma emergente de emprendimiento económico que se adapta perfectamente a esta descripción: el mercadeo multinivel.

La declaración típica de las personas que se dedican al mercadeo multinivel sobre sus beneficios es: “Uno trabaja cuando quiere, cómo quiere y con quién quiere”. Esto combinado con el valor real del negocio basado en ayudar a que otros tengan éxito, crea un paquete único y atractivo para los empresarios del siglo XXI. Y veo una combinación más perfecta del trabajo y la familia en el mercadeo multinivel que en cualquier otro sector de la economía.

No es ninguna sorpresa que el mercadeo multinivel haya crecido constantemente durante los últimos 20 años, aumentando más del 91 por ciento solamente en los últimos 10 años. Con más de 13 millones de estadounidenses y más de 53 millones de personas de todo el mundo involucradas, hoy es una industria global de *\$100 billones*.

“VEO UNA COMBINACIÓN MÁS PERFECTA DEL TRABAJO Y LA FAMILIA EN EL MERCADEO MULTINIVEL QUE EN CUALQUIER OTRO SECTOR DE LA ECONOMÍA”.



A pesar de lo impresionante que es, no es difícil ver que el crecimiento real apenas ha comenzado.

Hoy, menos del 1 por ciento de la población está involucrada en el mercadeo multinivel, sin embargo 175,000 personas nuevas están entrando en la profesión cada semana, solamente en los Estados Unidos. De acuerdo con Neil Offen, presidente de la *Direct Selling Association* (Asociación de Ventas Directas), al ritmo del aumento actual, aproximadamente 200 millones de personas ingresarán a esta industria en los próximos 10 años, cuadruplicando su población actual. En otras palabras, el mercadeo multinivel ya es una fuerza que debe ser reconocida, pero todavía hay una gran explosión por delante.

El panorama

Pongamos en perspectiva estas dos tendencias, bienestar y mercadeo multinivel, en el contexto de la economía general.

En 1989, al comienzo del peor período de deterioro económico desde la Gran Depresión de los años 30, la mayoría de los expertos predecía décadas de decadencia económica. El libro más popular de los Estados Unidos era *The Great Depression of 1990* (La gran depresión de 1990).

Ese mismo año, en el punto más bajo de la recesión, escribí un libro titulado *Unlimited Wealth* (Riqueza ilimitada) que predecía exactamente lo opuesto: que estábamos en camino a una era de crecimiento y oportunidades sin precedentes, con tasas de interés bajísimas aparentemente imposibles de obtener y una inflación baja, y que aquéllos

que creyeran en esto se beneficiarían enormemente.

Muchos en la comunidad financiera y de negocios le dieron poco crédito al libro, eso hasta que pasaron los años y las predicciones comenzaron a probar que eran precisas. No obstante, había algunos que fueron rápidos y captaron su significado, entre ellos el ya fallecido Sam Walton y los miembros de la comunidad de mercadeo multinivel, a quienes el

mensaje les llegó fuerte y claro, y respondieron inmediatamente.

Desde 1991 hasta 2001, la economía mundial se duplicó, disfrutando del mayor crecimiento registrado con las menores tasas de interés y baja inflación.

En los Estados Unidos, la riqueza en los hogares se triplicó, creció de \$13 trillones en 1991 a más de \$40 trillones en 2001. A lo largo de los mismos 10 años, el número de millonarios estadounidenses se *duplicó*, y saltó de 3.6 millones en 1991 a 7.2 millones en 2001.

Después de la caída económica de 2001, muchas personas sintieron que habían perdido su oportunidad de ser parte de la expansión económica de la década de 1990. Sin embargo, en unos pocos años, desde los catastróficos eventos del 11 de septiembre en los Estados Unidos, la riqueza de las familias ha aumentado de \$8 trillones a \$48 trillones, un 20 por ciento adicional.

Hoy en día, la economía de los Estados Unidos y del resto del mundo es casi idéntica a cómo se veía en 1991, con la excepción de que hay *más* oportunidades para los empresarios debido a los cambios recientes en los impuestos y la tecnología. Basándome en esta historia y en las condiciones actuales, estimo que la riqueza familiar se duplicará nuevamente en los próximos 10 años y que alcanzará los \$100 trillones para el año 2016.

En realidad, ésta es una proyección bastante conservadora, después de todo, es solamente una duplicación de la riqueza familiar de los Estados Unidos en la próxima década, una cifra que se ha *triplicado* durante la década de 1990. Lo que es más sorprendente de ese crecimiento por sí solo es la naturaleza del mismo, porque en el transcurso de agregar otros \$52 trillones a la riqueza familiar, también veremos la creación de más de *diez millones* de millonarios nuevos.

Los próximos millonarios

¿Quiénes serán los nuevos millonarios? Muchos de ellos se dedicarán al mercadeo multinivel.

En la actualidad, los negocios pequeños representan más de la mitad de la economía de nuestra nación y emplean a más de la mitad de la fuerza laboral de nuestro sector privado. Además, más de la mitad de estos negocios se desarrolla desde el hogar.

En el pasado, era más arriesgado dedicarse uno mismo a los negocios que trabajar para otro. Esto ya no es así. Los cambios recientes en las leyes fiscales han igualado las condiciones, haciendo que sean mejores para el empresario individual. El congreso ha respondido al cambio de valores: en la actualidad las personas quieren trabajar desde su casa. Y ahora pueden hacerlo.

Las corporaciones grandes están cediendo el paso a los contratistas independientes y a los empresarios independientes. De hecho, estamos

En el pasado, uno no tenía la posibilidad. Porque regía la gran corporación, otros hacían el dinero... los Astor, los Vanderbilt, los Rockefeller. Pero durante la década de 1990, 3.6 millones de personas dieron un paso hacia adelante y reclamaron sus propias fortunas.

Ahora, volvamos a la predicción de \$100 trillones de riqueza familiar para 2016. (Y recuerde que es un pronóstico conservador.) ¿De dónde vendrán esos \$52 trillones nuevos? Por supuesto, la mayoría irá a hacer que las personas que eran ricas sean aún más ricas. No obstante, al menos el 20 por ciento del total —\$10 trillones o más— representará a empresarios nuevos que se unirán al club.

Esos \$10 trillones representan diez millones de millonarios nuevos. Una de las emociones más grandes que tengo como escritor es saber que un buen número de esos próximos millonarios están leyendo este artículo en este momento.

necesidades seculares de sus adherentes. De hecho, los documentos fundacionales de la mayoría de las religiones demuestran que Dios quiere que estemos bien. El Deuteronomio contiene mucha información sobre dietas y la glotonería era uno de los siete pecados originales mortales. Sin embargo, en la actualidad la necesidad secular de aprender a vivir con un estilo de vida que traiga bienestar con dieta y ejercicio es ignorada por la mayoría de las religiones y organizaciones religiosas.

No obstante, estas necesidades no son ignoradas por la comunidad del mercadeo multinivel, de hecho, reconocer y atender a esta necesidad global es el corazón del modelo del mercadeo multinivel.

No se equivoque: hay una crisis, una tendencia de proporciones epidémicas que se opone al bienestar, una crisis de sobrepeso, obesidad y las llamadas "enfermedades de estilo de vida". En este momento, el mercadeo multinivel es la única fuerza que veo que tiene el potencial de hacer el enorme cambio tan necesario.

Y cuando uno sale al mundo para ayudar a mejorar el bienestar personal y económico de las personas, agrega valor a la sociedad y contribuye al mejoramiento del mundo. Para mí, eso es servir a Dios: hacer el mejor trabajo que se puede para servir a más de los hijos de Dios.

Debido a la confluencia de estas dos tendencias, bienestar y mercadeo multinivel, no puedo pensar en ningún otro momento de la historia cuando la oportunidad de servir a esta causa mayor haya estado disponible en tal abundancia, pero no sólo para unos pocos, sino para millones de personas. **SH**

La próxima industria del trillón de dólares

Hace 10 ó 15 años hubiera sido difícil entrar en la industria del bienestar. ¿Por qué? Porque no existía algo como la industria del bienestar. ¿Qué ocurrió?

El envejecimiento siempre ha sido parte de la vida; no es como si fuera una "necesidad" repentina espontánea de la industria del bienestar. El negocio del bienestar apareció en la última década debido a la nueva tecnología. Como explica mi teoría de alquimia económica, por lo general un avance en tecnología crea una demanda nueva, al crear oportunidades nuevas y opciones que antes no existían. El bienestar es un caso perfecto de eso.

En la actualidad gastamos \$24 billones por año en membresías a clubes de entrenamiento físico. Una generación atrás, ¿quién había escuchado de asociarse a un club de entrenamiento físico? En 1975, correr era considerado una "moda pasajera", algo como los aros *hula hoop*, que desa-

parecerían lentamente si le dábamos tiempo. La idea de que todo un país considerara correr como una actividad normal de todos los días hubiera sido vista como una locura.

A estos \$24 billones se le pueden agregar otros \$12 billones pagados a entrenadores personales. ¿Entrenadores personales?! Hace veinte años, nadie lo hubiera creído. Un atleta muy bien pagado, seguro, ¿pero personas comunes y corrientes pagándole a alguien para que les muestre cómo subirse y bajarse de una máquina, solamente para mantenerse con un buen estado físico? ¿Quién pagaría por algo así?

Nosotros: \$12 billones.

Y esto es sólo el comienzo. La mayoría de las personas todavía ni siquiera sabe que existen los productos de bienestar, o no cree que esos productos realmente funcionen, hasta que ellos o alguien cercano tiene su primera experiencia de bienestar. Luego se convierten en consumidores voraces y en adoptadores nuevos de los productos y servicios de bienestar. A este ritmo, calculo que para el final de esta década, al igual que ocurrió con la industria de las computadoras personales hace diez años, la industria del bienestar superará \$1 trillón.

Una misión sagrada

Desde que comencé a estudiar de cerca la industria del bienestar por primera vez, me he apasionado por ella. Se ha vuelto algo así como una misión para mí y he observado que es una misión poderosa para la mayoría de las personas que se dedican al mercadeo multinivel y que representan a una línea de productos o servicios de bienestar.

Las religiones más importantes del mundo se convirtieron en grandes, en parte al ocuparse de las

desahaciendo esas corporaciones enormes en sus partes componentes, es decir, los empresarios individuales, y como resultado, más y más de esos empresarios se están convirtiendo en millonarios. En el pasado, donde veíamos a una sola compañía creando un billón de dólares para unos cuantos accionistas, ahora probablemente veremos 1,000 personas, cada una con \$1 millón.

En vez de que los ricos se vuelvan más ricos, esto significa que *más personas* se están volviendo ricas: el número de millonarios está aumentando.

Paul Zane Pilzer es un economista reconocido mundialmente, es un empresario multimillonario, es profesor universitario y autor de siete libros de best-seller. Para más información sobre Paul Zane Pilzer, visite www.PaulZanePilzer.com. Para obtener una copia de su último libro, The Next Millionaires (Los próximos millonarios) (disponible en inglés), vea www.paulzanepilzer.com/books.htm