
ZITELMANN, Rainer (2018),

Psychologie der Superreichen. Das verborgene Wissen der Vermögenselite,

Finanzbuch Verlag, München

Rainer Zitelmann nació en 1967 en Frankfurt am Main. Hijo de un pastor y escritor, su infancia estuvo marcada por la presencia de libros en el hogar familiar y por su afición a la lectura y a la escritura. Estudió historia y ciencia política en la Universidad de Darmstadt, donde se doctoró en historia en 1986 con una tesis sobre Hitler, que alcanzó notable difusión y fue traducida al inglés. De 1987 a 1992 fue asistente científico en la Universidad Libre de Berlín. En el 92 se incorporó al grupo Axel Springer Verlag, donde desempeñó tareas diversas, entre ellas la de redactor económico y jefe de la sección inmobiliaria del periódico *Die Welt*. En el 2000 abandonó el diario y fundó una consultora que operaba en el sector inmobiliario, que vendió en 2016, aunque sigue vinculado a ella como asesor. En ese mismo año se doctoró en ciencia política en la Universidad de Potsdam con una investigación sobre los superricos, que ha dado lugar al libro que aquí se comenta (la crítica ha sido muy positiva, pero la tesis doctoral no logró más que *magna cum laude*: en Alemania la *summa cum laude* no se regala). Zitelmann es hoy un autor y conferenciante afamado. Tiene dos blogs, uno dedicado a la actualidad política y económica (www.zitelmanns-finanzkolumnen.de), y otro a la crítica de libros sobre esas mismas materias (www.empfohlene-wirtschaftsbuecher.de). Además, escribe regularmente para wallstreet-online.de.

Hasta aquí nos encontraríamos ante una clásica carrera de intelectual exitoso, que ha acertado a combinar el quehacer académico con la práctica -comunicación y consultoría-. Lo singular de Rainer Zitelmann es que después de escribir durante años sobre el sector inmobiliario, se convirtió en inversor y, tras unos comienzos modestos, ha llegado a amasar una considerable fortuna. Lo nunca visto: uno “de letras” que se hace millonario gracias a su habilidad como negociante. Esta situación casi de ensueño le permite delegar la gran mayoría de las cosas que no le agradan –comprar, cocinar, gestionar la agenda, administrar sus bienes, hacer la declaración de la renta- y concentrarse en las actividades que le apasionan: leer y escribir, dar conferencias por todo el mundo o practicar deporte a nivel casi profesional.

El banco suizo UBS publica cada año en noviembre un informe sobre los multimillonarios del mundo: hay 2101 personas que tienen más de mil millones de dólares; su patrimonio acumulado suma 8,5 billones. La brecha entre los superricos y el común de los mortales se agranda. Crecen la envidia e incluso la hostilidad hacia los millonarios y en algunos países se discute la posibilidad de gravar las grandes fortunas con impuestos especiales: muchos populistas ven en esos ingresos suplementarios la solución para los problemas económicos de sus países. Al margen del simplismo que hay detrás de esas ideas –al final, quien paga el pato es la sufrida clase media–, los ricos están de actualidad. Las ciencias sociales se han interesado desde siempre por las élites en general y por las económicas en particular. Por ejemplo, el libro de Napoleon Hill *Piense y hágase rico* ha vendido más de 60 millones de ejemplares en todo el mundo desde su publicación en 1937. El empresario Andrew Carnegie sugirió la idea a Hill: entrevistar a los 500 hombres más exitosos de Estados Unidos, con el propósito de destilar un método que pudiera guiar hacia el éxito a la gente normal. Efectivamente, de esas entrevistas se puede inferir una determinada personalidad como requisito para el logro del éxito económico. Tras los pasos de Hill ha surgido todo un género literario de autoayuda en el campo financiero: cualquiera que se lo proponga seriamente (y siga los consejos del autor de turno) podría llegar a enriquecerse.

Rainer Zitelmann conecta con esa línea de investigación: elucidar el tipo de personalidad o de carácter que facilita el enriquecimiento. Abundan los estudios sobre el colectivo integrado por los ejecutivos de las grandes empresas: perfil sociográfico, estudios cursados, redes sociales, etcétera, pero Zitelmann no se interesa por los gestores, sino por los propietarios de las empresas (que pueden ser también gestores). En su libro encontramos a dueños de medianas o incluso pequeñas empresas, desconocidos –empresas y empresarios– para el gran público, mucho más ricos que los ejecutivos de las grandes compañías.

LA METODOLOGÍA

No resulta fácil acceder a los multimillonarios. De entrada, y como ya hemos visto, son muy pocos. Por motivos obvios suelen llevar una vida discreta. Valoran mucho su tiempo, bien escaso por cierto, y no parecen dispuestos a perderlo: hacerlo rendir con eficacia constituye una de las claves de su éxito en los negocios. Cuentan con personal eficiente y expeditivo que filtra cualquier intento de comunicación directa con sus jefes. Es verdad que algunos parecen amar el espectáculo y la extroversión. Ahí están Silvio Berlusconi, Donald Trump o Elon Musk, pero su exhibicionismo tiene carácter

estratégico y sirve a los negocios o a la carrera política, en aplicación del lema “lo que importa es que se hable de uno, aunque sea mal”. Otras veces, esa actividad pública se orienta hacia la filantropía (fundaciones y actividades benéficas). Amancio Ortega, el hombre más rico de Europa, llevó durante decenios una vida retirada, alejado de los focos, hasta que Inditex empezó a cotizar en bolsa. A partir de ese momento, Ortega tuvo que abrir las puertas de su intimidad y de su casa: el mercado exige transparencia y necesita saber casi todo sobre la vida del primer accionista de una empresa como la que preside.

Rainer Zitelmann pudo romper la coraza que protege la intimidad de los adinerados porque él también lo es. Varios de los investigados ya lo conocían personalmente o sabían de su actividad. Tuvo acceso así a 45 millonarios -44 varones y una mujer-. Para su investigación estableció un mínimo de diez millones de euros como fortuna personal. Dejo de lado, por falta de espacio, la forma de medir ese patrimonio, cosa más complicada de lo que parece a simple vista -para empezar, muchos de esos ricos no conocen con precisión la cuantía de sus bienes-. La distribución de los millonarios en función de su patrimonio quedó así:

Entre 10 y 30 millones: 11 personas; entre 30 y 100 millones: 20; entre 100 y 300 millones: 3; entre 300 y 1.000 millones: 8; entre 1.000 y 2.000 millones: 1; más de 2.000 millones: 2

El abordaje de Zitelmann fue lógicamente cualitativo, con entrevistas en profundidad (su transcripción ocupa más de 1.700 páginas). Ambas partes firmaron un pacto de caballeros: anonimato a cambio de sinceridad. Así se consiguió que los entrevistados evitaran los lugares comunes o los convencionalismos que exige la corrección política. Además, 44 de los 45 sujetos aceptaron someterse a un exhaustivo test de personalidad, interesante complemento de la entrevista personal. Zitelmann buscó millonarios de primera generación, es decir, gente que hizo su fortuna empezando desde cero y con su propio esfuerzo; tan solo dos de ellos habían heredado un pequeño negocio, que supieron convertir luego en prósperas empresas multinacionales, circunstancia que los convierte de hecho en fundadores.

LAS CONCLUSIONES

Con las naturales cautelas que impone lo limitado de la muestra, cabe afirmar que se da una correlación entre determinados rasgos de personalidad y el éxito en los negocios.

La vocación emprendedora nace en el hogar familiar: el 60 % de los entrevistados es hijo de empresarios o trabajadores autónomos, proporción seis veces superior a la media nacional. El ejemplo paterno marca decisivamente el carácter de los hijos. Siguiendo el curso biográfico, destaca la ausencia de correlación entre el éxito escolar –tanto en la enseñanza secundaria como en la superior- y el posterior desempeño profesional. Los alumnos con mejores notas no se convierten después en los profesionales con mayores ingresos y a la inversa, alumnos con notas mediocres triunfaron y se enriquecieron en la vida profesional. Cobran gran importancia las actividades extraescolares: casi todos los millonarios practicaron y destacaron en el deporte e hicieron negocio con trabajos al margen de los estudios.

En el deporte llama la atención la preferencia por modalidades individuales: atletismo, esquí, hípica, natación, tenis, judo. Su ejercicio es una eficaz escuela del carácter y de la vida: constancia, esfuerzo, resiliencia, recuperación tras derrotas o lesiones, confianza en las propias capacidades, espíritu competitivo...

Los futuros millonarios mostraron una gran capacidad de iniciativa para hacer dinero durante la juventud. No se limitaron a desempeñar los típicos trabajos de estudiantes, retribuidos por horas, sino que supieron encontrar nichos para desarrollar un gran talento vendedor: vendieron desde animales amaestrados, instalaciones para el lavado de coches, motos usadas o aparatos electrónicos montados por ellos mismos, hasta fondos de inversión (alguno de ellos ganó su primer millón durante los estudios universitarios, operando en la bolsa desde su ordenador portátil). Esas experiencias juveniles fueron decisivas para su posterior actividad empresarial.

Muchos de esos empresarios fueron conflictivos en su infancia y juventud. En el colegio chocaron frecuentemente con la disciplina o con los profesores. En general, no se entendieron bien con las autoridades de cualquier tipo. Tuvieron claro desde el principio que no trabajarían para otros y que serían sus propios jefes. Otros no tuvieron problemas para integrarse en organizaciones, pero decidieron establecerse por su cuenta, al advertir que la carrera dentro de esa empresa iba a ser lenta y que tardarían demasiado en alcanzar su objetivo. El temperamento conflictivo y polémico es muy marcado en la juventud; remite en la madurez, dando paso a un talante más sereno y conciliador.

Hablando de objetivos llama la atención que muchos acostumbran a poner por escrito las metas que se proponen, a corto, medio y largo plazo. Consideran que solo lo fijado de esa manera resulta verificable.

Al preguntarles por el papel del dinero en sus vidas, la mayoría coincide en resaltar que es fuente de libertad y de independencia. Esa sensación predomina claramente sobre el mero afán de poseer o de acceder a bienes preciosos.

Todos atribuyen un papel esencial en su éxito a la “capacidad de vender”, que va más allá de lo puramente comercial. Expresa fuerza de convicción, y vale tanto para lograr que un gobierno autorice una obra pública, como para obtener crédito de un banco, ganarse a un socio o motivar a los propios empleados. Ingredientes necesarios de esa capacidad para vender son la empatía –“capacidad para leer a las personas”, dice uno de los entrevistados- y el conocimiento del propio negocio, que permite explicarse de modo convincente. Todos han sabido aprovechar esas cualidades para organizar una extensa red de contactos –*networking*-, tarea que gana en importancia con el paso del tiempo. Esa habilidad no se adquiere en el aula, es fruto de la experiencia vital y de la voluntad de aprender en todas las circunstancias.

Dos rasgos que van unidos con frecuencia son el optimismo y la capacidad de asumir riesgos. Esta última aparece más marcada en la juventud o en el comienzo de la actividad empresarial, y se atenúa en la madurez, cuando ya hay un patrimonio que conservar. Casi todos reconocen que deciden más basados en la intuición, en la primera impresión, que en complejos análisis racionales. Claro que esa capacidad intuitiva no suele ser innata, sino fruto de una prolongada experiencia. Esa primera impresión resulta determinante al enjuiciar a personas, de modo especial en sentido negativo: descalificación de gente que no da suficientes garantías para su contratación o para asociarse con ella. En cambio, las decisiones de puro negocio requieren basarse en datos y cifras. Aquí se da una neta diferencia entre los empresarios y los gestores o ejecutivos: estos últimos proceden casi siempre de familias de clase media o alta, han estudiado en colegios y universidades prestigiosos, tienen posgrados de escuelas de negocios no menos prestigiosas y apoyan sus decisiones y propuestas en números, tablas y gráficos.

Las trayectorias de los millonarios no son lineales: alternan éxitos y fracasos. Les caracteriza la estabilidad de ánimo ante las dificultades: no se hunden, mantienen la calma y la cabeza fría, no echan la culpa de lo sucedido a otras personas o a circunstancias externas. No se engañan ni engañan a otros –empleados, clientes, bancos, autoridades-: la transparencia resulta decisiva para superar los contratiempos. Saben asumir la propia responsabilidad y se plantean la crisis o el problema como una oportunidad para aprender e incluso para crecer. No se conforman con volver simplemente a la situación anterior.

Muestran una gran capacidad para concentrarse en lo esencial, en la resolución de los problemas. No pierden el tiempo en lamentaciones estériles.

En conclusión, es lícito afirmar que se observan ciertos rasgos de carácter y patrones de comportamiento comunes en los sujetos estudiados. Zitelmann tiene el buen criterio de presentar sus resultados con modestia, sin lanzar las campanas al vuelo. Concibe su investigación como un primer paso en un terreno apenas transitado hasta ahora. Sus hallazgos coinciden con mucho de lo afirmado por la *behavioral economics* y por los estudios sobre la riqueza y tienen la originalidad de fijarse no tanto en los gestores, clásicos exponentes de la élite económica, sino en los propietarios de las empresas.

Alejandro Navas

Universidad de Navarra