

“No tenemos plata”

Una idea, una sugerencia, un aporte, una solución diferente, pueden recibir como respuesta casi lapidaria el freno de la escasez de dinero.

Néstor Rabinovich
rabinovichnestor@gmail.com

Se escucha a menudo: “No tenemos plata”. Casi como un latiguillo. Una frase que se acomoda fácil a cualquier circunstancia. “No tenemos plata”, “No hay plata para eso”, “Esa idea es cara”, “No llegamos”, “No alcanza”, “Demasiados gastos”, “Bajemos los gastos y vemos”, “Vende más y a lo mejor...”.

Una idea, una sugerencia, un aporte, una solución diferente, pueden recibir como respuesta casi lapidaria el freno de la escasez de dinero. Entonces el mundo se detiene y parece no querer continuar. Es un intercambio que en las circunstancias actuales se repite como melodía pegadiza en diálogos de familias y negocios.

Una idea, una sugerencia, un aporte, una solución diferente, pueden recibir como respuesta casi lapidaria el freno de la escasez de dinero.

Entonces uno hace preguntas simples, casi inocentes. Uno quiere saber, indagar:

- » Veamos, ¿cómo es que no alcanza?
- » ¿En base a qué sabemos que no alcanza?
- » No hay plata: bien, veamos, ¿cuáles son los gastos que explican dicha respuesta?
- » ¿Cuáles son los ingresos de la empresa?
- » ¿Cuánto queda, cuánto hay, cuánto disponible?
- » No hay plata: ¿en que se usa?
- » No hay plata: ¿no habrá que reinventar el negocio?

En pocas palabras, preguntas que buscan la sustentabilidad de la negativa.

Entonces viene la sorpresa. Las respuestas ponen en evidencia cosas no imaginadas: “No sé muy bien los gastos”, “¿Para qué preguntás?, ¡ya los sabés!”, “No hay plata en la caja”, “No tengo tiem-

URL estable: <https://www.editores.com.ar/node/7978>

po de hacer planillas y cargar todos los gastos”, “Ahora estamos con otros problemas”.

Si no está claro cuánto y en qué se gasta, si no está registrado con claridad cuánto ingresa, ¿cómo se sabe que no hay plata?

Estas frases dichas tan a menudo encierran verdades. Modos de funcionamiento, en particular, dentro del grupo familiar. Evidencian la falta de seguimiento y registro, tanto de lo que ingresa como de lo que se gasta, como si no se pudiera mantener la llamada “libreta de almacenero”, de tanta utilidad para reconocer cómo está posicionado el negocio.

Entonces, por un lado esto: la carencia de información que permita tomar decisiones con algún grado de racionalidad deja el dominio a las sensaciones, a la vivencia de la carencia más allá de lo demostrable. Por otro lado, lo cierto que es que en algo se gasta: entonces, eso muestra cuáles son las prioridades. El reparto en los gastos nos habla de los proyectos que se valorizan.

Muchas veces, la respuesta “No hay plata” esconde las prioridades, la resistencia a lo nuevo, la dificultad de incluir ideas de las nuevas generaciones, y otros hechos que la experiencia de cada empresa y negocio podrían agregar.

Muchas veces, la respuesta “No hay plata” esconde las prioridades, la resistencia a lo nuevo, la dificultad de incluir ideas de las nuevas generaciones

Es como si, con mantener información y criterios ambiguos, nos quedáramos en cierta zona de confort, de comodidad, para que nada cambie. Y también como una manera de mantener el control y el poder en manos de quien ya lo detenta. “No hay plata” es sinónimo de “Se gastará como se viene gastando”, “No hay lugar para lo nuevo”, “Acá decido yo”, “No se discute”, “No se argumenta”.



¿Acaso no es posible entablar una conversación del tipo: “Veamos, en qué consiste tu idea; desarrollala, cuantificala; mostranos qué se gana o pierde si hacemos las cosas distintas. Este es nuestro cuadro de ingresos y egresos, veamos el conjunto y tomemos una decisión, o como lo hacemos posible”?

Este modo de preguntar y responder es, además, un modo de entablar las relaciones, en especial las familiares, como lo fueron en el pasado. No es el negocio o empresa la que tiene o no tiene plata, soy yo el que tiene o no dinero, el que da o no da. Personalizar de esta manera hace que se pierda la lógica del negocio, por lo tanto, las prioridades y necesidades son lo que la autoridad defina. La empresa necesita y puede lo que ella diga que necesita. No es discutible. Consensuable. Compartible.

Es tiempo de preguntarnos, de abrimos mentalmente, de reconocer el significado racional y emocional del manejo del dinero en la familia y la empresa. De conversar.

La plata tiene un valor simbólico que trasciende ampliamente lo que suponemos. Del mismo modo que los precios para los clientes. En la medida que podamos hablar y descubrir estos diferentes sentidos, estaremos mejor preparados para afrontar los desafíos del momento, y hacer sostenible el proyecto soñado. ■■