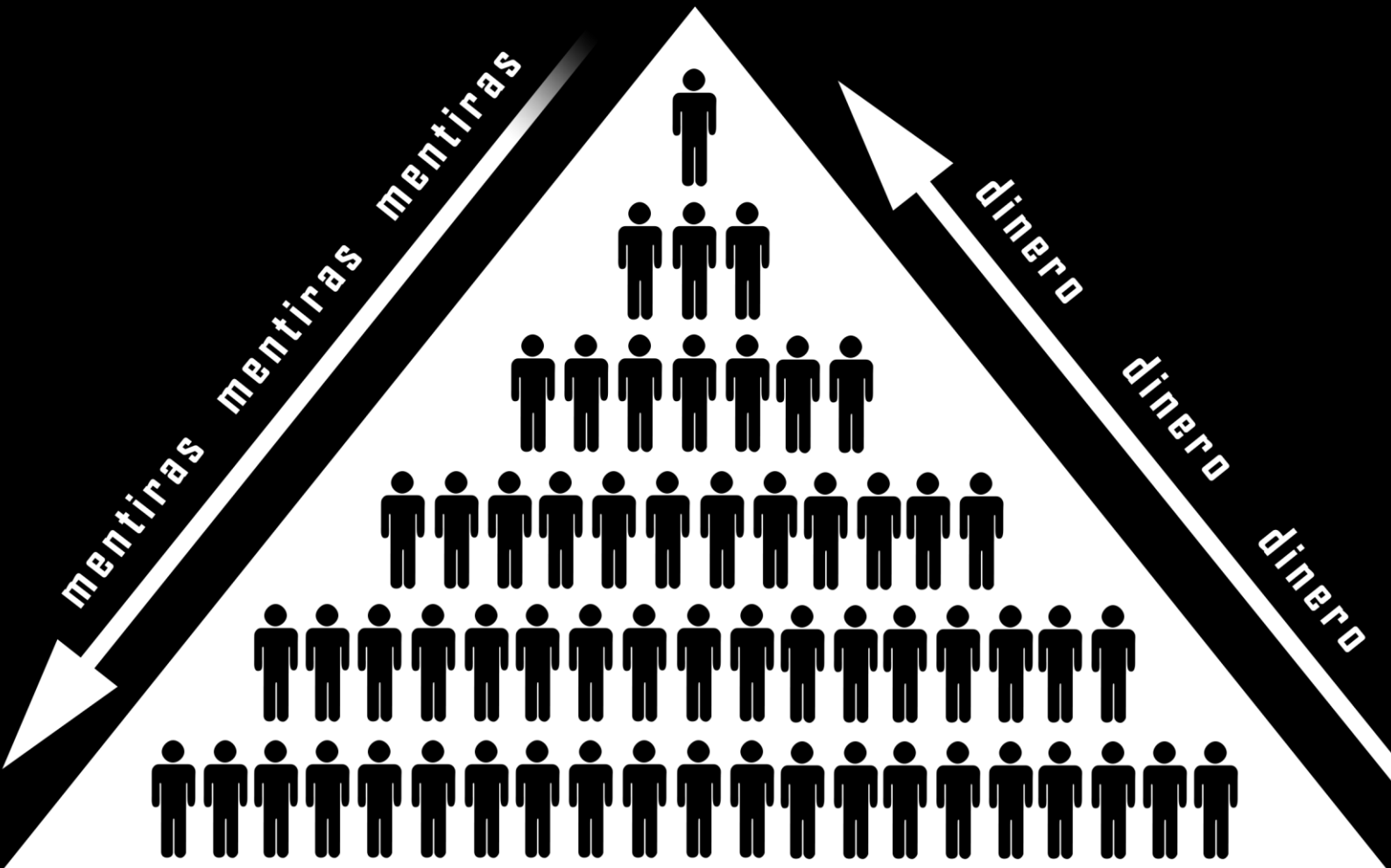


Carlos Gamissans

Amway Global España American Way of Lies

www.estafasmlm.com/amway-global-espana



Amway Global España

American Way of Lies

Dos actores aficionados que interpretan su rol: yo permanezco callado en la primera fila mientras él gesticula desde el estrado. La misión del orador, de nacionalidad argentina, consiste en convencernos de la gran oportunidad que supone integrarse en la familia de Amway y su oportunidad global. Según mi mentor se trata de un empresario exitoso de inspiradora trayectoria, pero yo diría que su destreza para hablar en público apenas supera la de un nervioso estudiante al que obligan a presentar un trabajo en el que no se ha esmerado.

Amway. El nombre no pertenece al ecosistema de marcas de la mayoría de consumidores. Sin embargo, la empresa lleva 65 años en el mercado y acumula unos beneficios cifrados en miles de millones de dólares. O al menos eso asegura la compañía. Se denomina así como abreviatura del *American way of life* tan cuestionado en tiempos de revisión capitalista, pero cuyo influjo aún subyuga a numerosos individuos con altas ambiciones económicas que pregonan sumisión absoluta al “Dios Mercado”.

El conferenciante prosigue su discurso en un pobre simulacro de los preceptos del *storytelling*. Resume su vida más fabulada que fabulosa: un tipo sin empleo, un don nadie insignificante que obligaba a su esposa a trabajar por los dos, descubre la existencia de Amway, una empresa que ofrece a sus *partners* la posibilidad de obtener ingentes beneficios en función de las ventas que consigan. Gracias al marketing multinivel – nuevo paradigma de los negocios –, no se limita a colocar los productos de la casa sino que además construye una red de contactos que a su vez crean nuevas redes que venden más y más productos y así hasta el infinito (teóricamente).

Cada venta de un miembro de su red le supone un beneficio en forma de comisión. Tal vez por ello está de excelente humor y no para de hacer bromas que provocan risas inmediatas entre los asistentes (sin embargo, yo jamás había escuchado a un ponente argentino con tan poca gracia). Dosifica su historia con abrumadores datos sobre el éxito de la compañía: afirma que ya hay globalmente en todo el mundo cinco millones de “empresarios Amway” con la misma tranquilidad con que un profesor de instituto diría que ha borrado tres pizarras esta mañana. Ninguna cifra es lo bastante impactante para ilustrar lo fácil que resulta vender sus innovadores productos, amparados por la investigación de científicos entre los que se cuentan varios Premios Nobel, y conseguir grandes sumas de dinero con un poco de ambición y perseverancia.

Intento reconstruir los pasos que me han llevado a esta conferencia sobre “cómo mejorar tu economía”. Supe de la existencia de Amway a través de un portal de empleo. La oferta parecía prometedora, aunque un tanto imprecisa: “Start-Up de Barcelona enfocada en Nuevas Tendencias Económicas y Nuevos Mercados Emergentes busca un partner, no inversionista, con experiencia previa en su propio negocio o conocimientos relacionados en Marketing Digital, Community Manager o Social Media”.



Un poco al bulto les envié el CV (mi actividad periodístico-literaria aún no me permite comprar un yate como los que reposan en el Puerto Olímpico de Barcelona). Enseguida me llamaron para concertar entrevista. Nos citamos a media mañana en una cafetería de Plaza Urquinaona. De mediana edad, casi calvo, panzudo, el entrevistador parecía un hombre tranquilo y de exquisitos modales, aunque había algo indefinible en él que inducía a la sospecha y suscitaba rechazo.

Pedí un té verde, suspiré hondo y me dispuse a escuchar lo que tenía que decirme, que eran muchas cosas. Me habló del Network Marketing, un revolucionario concepto de negocio que suprimía los intermediarios inútiles y proporcionaba a sus practicantes libertad personal y financiera. Música en los oídos para cualquier desempleado o insatisfecho con su ocupación. Me vi obligado a interrumpir (el “empresario de éxito” no tenía ninguna prisa y ni siquiera prestaba atención a los whatsapp que llegaban sin descanso a su iPhone 5S) para presentar varias objeciones. Si el sistema era tan maravilloso, ¿cómo no se forraba todo el mundo? ¿Qué crisis global podría afectarnos con un paradigma empresarial tan perfecto? Ah, pero él me desarmaba con un discurso bien aprehendido: no invertimos en publicidad, las grandes cadenas de supermercados temen que se conozca nuestro modus operandi porque verían peligrar sus beneficios, hay millones de intereses creados que se esfuerzan en ocultar la mejor manera de aplicar las leyes del mercado...

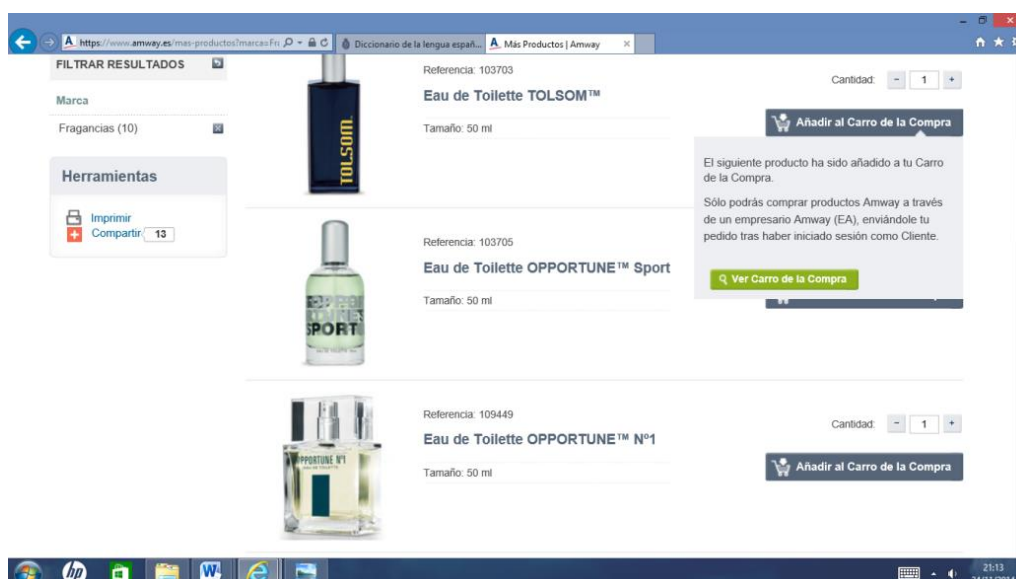
Solo después de recrearse en las maravillas de Amway (la pujante Start-Up resultó ser la filial española del invisible gigante norteamericano) y de explicar los efectos fabulosos que me produciría la lectura de ciertos libros de grandes gurús de los negocios que se hicieron multimillonarios partiendo de la nada, se interesó brevemente en quién era yo, cómo me llamaba, qué edad tenía, de dónde había salido.... Incluso visitó este blog y se hizo seguidor de mi página en Facebook. Elogió mi conocimiento del mundo digital y destacó el mérito de haberse granjeado una comunidad de seguidores. “Eso es justo lo que necesitamos, Carlos. Con tantos fans no tendrás ningún problema en vender nuestros productos e ir progresando en el escalafón de la empresa”.

Vagamente entendí que me ofrecía un puesto de vendedor online (aunque él lo sazónaba en términos más prestigiosos como “emprendedor”). Podía, por ejemplo, desarrollar una página hablando maravillas de los productos de Amway Global (que abarcan nutrición, limpieza del hogar, cuidado personal y un largo etcétera). Cómo cerrar las ventas era asunto mío, aunque él se convertiría en el mentor que necesitaba para obtener beneficios que después compartiríamos como buenos hermanos. Solo recibiría dinero en función de lo que facturara y debía correr con todos los gastos inherentes a mi actividad.

La música comenzaba a desafinar. El *coach* notó mi falta de entusiasmo, así que prometió enviarme por e-mail unos documentos que me convencerían del increíble potencial escondido en el Network Marketing. Tras interiorizar la información estaría preparado para una segunda entrevista. Le seguí la corriente (parecer estúpido tiene su encanto), pero estreché su mano con la seguridad de que no volveríamos a vernos y la sensación de haber perdido una hora de mi vida.

Una nueva obsesión se ha apoderado del tiempo y la salud de los gestores de todo tipo de empresas: mejorar la reputación online. Se contratan profesionales expertos en marketing solo para conseguir que el rumor digital de la marca arrulle a los fanáticos de Google (que somos todos). Unas cuantas búsquedas me sirvieron para descubrir la desastrosa reputación de Amway, que en vano [intentan disimular creando blogs](#) o [perfiles en foros ex profeso para hablar bien de la compañía](#).

Entre todos los [testimonios de las víctimas de Amway Global](#), destaco el de [Eric Scheibeler](#), que tras diez años de trabajo alcanzó una posición prominente en la organización. Él define esta supuesta oportunidad como el gran “fiasco americano” que ha causado “carreras arruinadas, bancarrotas, ejecuciones de hipotecas y familias destruidas en todo el mundo”. En su [e-book gratuito “Mercaderes del engaño”](#) (en inglés) lo explica en detalle, pero en esencia el modelo de estafa consiste en persuadir al vendedor para que adquiera productos Amway (de precios tan desorbitados que ni siquiera se atreven a publicarlos, como se observa en la siguiente captura de pantalla de su web oficial en España):

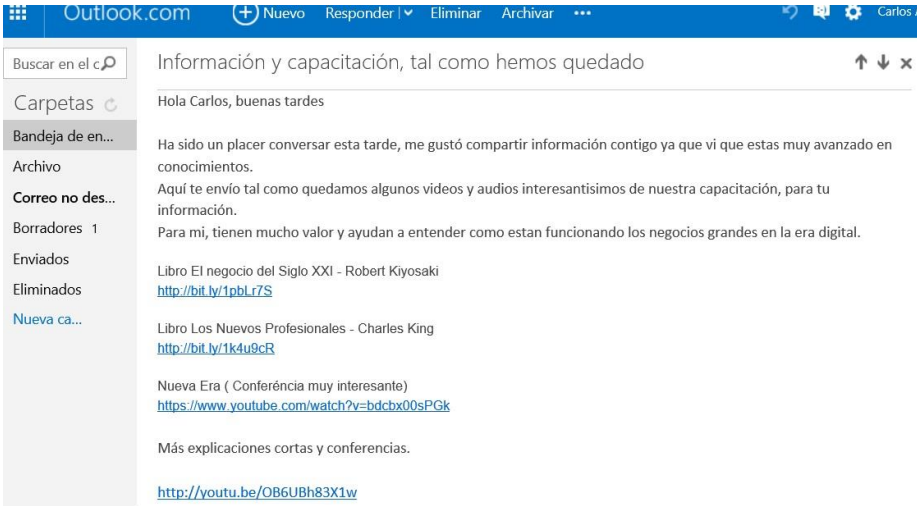


Mi *coach* practica lo que se conoce como venta piramidal, prohibida en muchos países (incluso en España, desde 1991) Así la define el BOE: “Se considera desleal, en cualquier circunstancia, crear, dirigir o promocionar un plan de venta en el que el consumidor o usuario realice una contraprestación a cambio de la oportunidad de recibir una compensación derivada de la entrada de otros consumidores o usuarios en el plan, y no de la venta o suministro de bienes o servicios”. El siguiente enlace lo deja bien claro: http://noticias.juridicas.com/base_datos/Privado/13-1991.html#a24. Perfecta descripción de su actividad, pues los productos de Amway solo sirven como pretexto para meter más pollos en el horno (aunque si por un casual se venden, enseguida aseguran su pertinente comisión). Sin embargo ciertos subterfugios, unidos a generosas donaciones a ciertas campañas políticas, permiten que la compañía haya sobrevivido tantos años e incluso prosiga su estrategia de expansión internacional.

Según los datos que maneja Scheibeler, por cada mil comerciales globales de Amway que pierden dinero, dos o tres (¿los más afortunados o los más implacables?) recuperan su inversión. Porque no les basta con exigir la compra de productos que no interesan a nadie, sino que además les obligan a “formarse” en técnicas de venta mediante costosos cursos y talleres que deben pagar de su bolsillo. En ello basan su negocio los captadores que, como el tipo que me tocó en gracia, pretenden involucrar a los incautos en esta operación en la que siempre ganan y pierden los mismos. Para manipularlos utilizan toda clase de técnicas de presión y, una vez dentro, acosan a los individuos para que reserven más productos o atrapen a nuevos reclutas. El asunto es muy serio. Scheibeler asegura haber recibido cuatro reportes de compradores-vendedores que no han podido resistir y han acabado quitándose la vida.

Mi instinto periodístico latió con fuerza al vislumbrar el fraude de Amway. En vez de ignorar a mi mentor, como habría hecho cualquier persona razonable, decidí introducirme en su gaseosa realidad con objeto de documentarla y describirla en un reportaje.

No tardé en recibir el siguiente email de mi *coach*:



The screenshot shows an Outlook.com email interface. The top navigation bar includes 'Nuevo', 'Responder', 'Eliminar', 'Archivar', and 'Carlos'. The email subject is 'Información y capacitación, tal como hemos quedado'. The body of the email reads: 'Hola Carlos, buenas tardes. Ha sido un placer conversar esta tarde, me gustó compartir información contigo ya que vi que estas muy avanzado en conocimientos. Aquí te envío tal como quedamos algunos videos y audios interesantísimos de nuestra capacitación, para tu información. Para mí, tienen mucho valor y ayudan a entender como estan funcionando los negocios grandes en la era digital. Libro El negocio del Siglo XXI - Robert Kiyosaki <http://bit.ly/1pbl77S> Libro Los Nuevos Profesionales - Charles King <http://bit.ly/1k4u9cR> Nueva Era (Conferencia muy interesante) <https://www.youtube.com/watch?v=bdcbx00sPGk> Más explicaciones cortas y conferencias. <http://youtu.be/OB6UBh83X1w>

También empezó a mandarme whatsapp, no con una frecuencia asfixiante pero sí lo bastante alta para que no me olvidase de la generosidad de su oferta. Sus documentos oscilaban entre lo cómico y lo indignante, por ejemplo este video en que se desprecia a “la gente pobre”, seres inferiores que no merecen ni el dinero que ganan con tanto esfuerzo: <https://www.youtube.com/watch?v=6Cf3dl-Gldg>

Tras verlo me convencí definitivamente de la necesidad de escribir este reportaje. Porque quizá todavía puedan engañar y quizá yo pueda evitar que alguien (me basta con una persona) desperdicie su tiempo y su dinero en enriquecer a quienes menos lo merecen. Porque el mercado laboral que padecemos empuja a muchos al borde y más allá de la desesperación. Porque, en el fondo, es la incapacidad de los políticos y su corrupción la que alienta este tipo de organizaciones.

El segundo encuentro con mi mentor sucedió en la misma cafetería. Mi intención era mostrarme sumiso a la codicia, fascinado por cada una de sus palabras, pero no pude contenerme y le arrojé a la cara varias preguntas desafiantes. Aunque amenazó con abandonar a su insolente discípulo, no perdió la calma ni levantó el culo del asiento: todo formaba parte de su calculada estrategia de persuasión.

Recurrió al dibujo: un esquema rudimentario de cómo habían cambiado los negocios en el siglo XXI. Trató de asociar Amway con Amazon y Facebook (del primero tomaban su agilidad en el comercio electrónico y del segundo la construcción de redes). Su última carta consistió en invitarme a una conferencia en un lujoso hotel situado en el barrio del Eixample. Vendría un gran orador e importante miembro del *business* que me lo dejaría todo cristalino. Mientras tanto debía absorber los videos, e-books y audiolibros que me seguiría enviando a través del e-mail o el teléfono.

Imaginé que la conferencia sería un buen espectáculo, así que acepté la propuesta. No puedo sentirme decepcionado. El esperpento escandaliza aún más de lo que me había figurado. El argentino recurre a preguntas retóricas (¿no te gustaría ser tu propio jefe?, ¿no querrías tener libertad financiera y disfrutar de tiempo libre?, ¿te apetece ahorrar un 30% en tu cesta de la compra?, si a mí me funcionó, ¿por qué no a ti también?) para apelar directamente a la audiencia, que para mi asombro se muestra entusiasmada ante el discurso.

Una chica que también se halla en primera fila recibe de la mano del orador, como premio por asentir a una de sus tramposas preguntas, la bebida energética fabricada por Amway. Mi mentor ya se ha encargado de encasquetármela en la entrada del salón de actos, donde había que pagar siete euros por presenciar la conferencia si se carecía de invitación. Me he tomado media lata hasta cansarme de su sabor dulce y su efecto gaseoso en el estómago. Justo a mi izquierda, atento a mis reacciones y susurrándome comentarios que reafirman las patrañas del orador, mi *coach* se esfuerza en terminar la suya. No parece que le esté sentando muy bien, pues jadea a intervalos como si cada trago consumiera sus fuerzas. Un combustible artificial que para arder requiere más llamas de las que genera: perfecta metáfora de Amway.

El power point se llena de fotografías de destinos paradisíacos que el *speaker* ha visitado por gentileza de la compañía. De pronto se encalla en una diapositiva y se siente perdido. Mira de reojo a mi *coach*, que le da un consejo para reactivar la presentación. En vano trata de recuperar el hilo y el tono. Se levantan murmullos de nerviosismo. El argentino se ha quedado sin palabras y ya no puede disimular la vacuidad de su discurso. Con una mirada tensa pide auxilio a una mujer de pelo plateado que salta a escena, ataviada con varias pulseras y llamativos pendientes verdes.

El nuevo personaje, que se presenta como esposa del orador, intenta levantar el poder persuasivo de la opereta. He de reconocer que al menos utiliza los gestos y la voz con más encanto. Enseguida nos muestra en pantalla a sus hijos adolescentes, ya a punto de introducirse en el universo Amway: declara emocionada que son lo más importante de su vida. Si se siente en deuda con la empresa, asegura, es sobre todo por las oportunidades que abre para su futuro y porque le ha permitido dejar de trabajar para centrarse en su devoto cuidado. El dinero es tan solo la puerta a la verdadera calidad de vida y a la seguridad necesaria para formar una familia como Dios (y Amway) mandan. Amén.

La mujer vuelve a sentarse entre aplausos y cede la palabra definitiva a su marido. Este ha aprovechado la pausa para fabricar la emoción que habrá de exhibir en el desenlace. Llevo al menos veinte minutos desoyendo sus palabras y fijándome en sus expresiones. ¿Acaso ciertos escrúpulos le impiden interpretar creíblemente su personaje? Me temo que el principal obstáculo no es otro que su propia torpeza. Las contorsiones a que somete su rostro no le habrían servido para pasar un *casting* ni siquiera en la época del cine mudo, cuando en el gremio de actores imperaba la sobreactuación; el temblor fingido de su voz es como un zarpazo en mi cara.

Hay aplausos que deberían castigarse con el látigo. El *speaker* los recibe como si hubiera contado un ápice de verdad. Cuando termina, un joven sale al estrado para recordar próximas conferencias cuyas entradas pueden reservarse con antelación. Al finalizar el acto la mayoría permanece en la sala formando corrillos. El *coach* me presenta al argentino, a otro tipo que se define como escritor y a no sé quién más. Algunos de los presentes parecen excitados, como si de verdad lo que han oído tuviera el poder de cambiarles la vida.



Mi incapacidad para contagiarme de la alegría colectiva me hace sentir marciano. Escapo de mi mentor y curioso entre los libros que deben servir para captar nuevos adeptos. Me suenan títulos y autores por los materiales que he ido recibiendo en el correo y el móvil. Ojeo tres o cuatro ejemplares y encuentro una colección de decálogos, historias inspiradoras, casos de éxito, consejos prácticos... Así de fácil: millonarios todos.

Llega la hora de abandonar el escenario. Me despido del *coach* (que será el protagonista de la siguiente charla) procurando aparentar un educado interés en el negocio y dejando abierta la posibilidad de nuevos encuentros. Creo que él piensa que soy duro de pelar, pero que acabaré cayendo bajo sus encantos.

Un simple interrogante me atormenta y me retiene todavía en el hotel: ¿solo yo detecto la fabulación? No me considero un cerebro privilegiado capaz de leer la mente de las personas, pero soy casi el único que en ningún momento ha aplaudido, reído o asentido. ¿Seré un amargado que no sabe disfrutar de los placeres y el dinero fácil?

Me introduzco en un círculo y formulo un par de preguntas para medir la solidez del entusiasmo. El intento queda interceptado de inmediato por un chico tan joven o más que yo, el mismo que había anunciado la próxima ponencia. Me toma del hombro, separándome del resto, y me dice en un susurro, como si se tratara de una cuestión de fe y yo estuviera blasfemando: ¿tienes dudas? Su fanatismo es tan afable que por un momento le creo y casi le respondo que no, que yo también quiero arrodillarme ante el Dios Amway y jurarle sumisión eterna, pero la epifanía dura poco y al instante siguiente lo que deseo es darle un puñetazo y me alejo del hotel a grandes zancadas.

La conferencia solo había servido para aumentar mi confusión. Tenía que seguir investigando, así que concerté una nueva cita con mi *coach*. Él quiso que nos viéramos al mediodía, pero le dije que no podía y al final se le liberó la tarde. Llamativo que el horario del destacado miembro de una multinacional girara en torno a mis deseos. Decidí llegar quince minutos tarde para provocarle un poco, pero se mostró tan educado como siempre. Le confesé que su amigo argentino no me había entusiasmado y que el cuento seguía pareciéndome bastante oscuro. Elogió mi capacidad crítica y me confesó que él tampoco se lo creyó a la primera. Sin embargo, ahora se congratulaba por haber abandonado su puesto de ingeniero en la Generalitat para convertirse en un empresario Amway. En doce meses construyó una sólida red de contactos que le permitía embolsarse 3.500 euros al mes y vender en todo el mundo sin moverse del sitio: “Solo es cuestión de tiempo que alcance la categoría diamante, y si tú estuvieras igual de convencido que yo, también lo lograrías”.

La empresa clasifica a sus integrantes por categorías: platino, rubí, esmeralda, diamante... Cuanto más dinero generas, ya sea por lo que compras, por lo que vendes o por lo que compren o vendan tus reclutas, mayor es el brillo de tu virtual escalafón. Este sistema de puntos provoca que muchos comerciales desesperados se compren a sí mismos enormes lotes de suplementos vitamínicos, bebidas estimulantes, cepillos de dientes, champús, detergentes, vajillas o perfumes para alcanzar la siguiente categoría, lo que implica unos beneficios que en ningún caso compensan la inversión de alcanzarlos.

El mentor me aconsejó que empezara por algo modesto que me sirviera para comprobar la calidad de los productos, ya que el mejor argumento para vender es “convertirse en cliente y utilizar tu experiencia personal para explicar los beneficios”. Digamos unos 100 o 200 créditos (1 crédito son casi 2 euros). Con eso bastaría por ahora. Como yo no parecía dispuesto, tuvo que confesar que le canta el alerón y que usa desodorante todos los días. “Antes compraba muchos al año, pero con el nuestro me echo solo un poquito y el bote me dura seis meses por lo menos”. No hacía falta que lo jurase: aquello olía muy mal.

En el juego de la persistencia, en el tira y afloja dialéctico, el ex ingeniero es habilidoso como un comercial redomado. Te arranca un pequeño compromiso sin que apenas te des cuenta. Salió de allí con más datos míos (aunque algunos los inventé), incluyendo una cuenta de e-mail que no uso a la que me enviaría la invitación oficial de la familia Amway. Para sellar el pacto tendría que pagar 30 euros y ellos a cambio me proporcionarían una especie de tienda online desde la que comprar y vender. Yo le dije que sí, que ya lo haría, o tal vez que lo iba a pensar, que no prometía nada, pero que en cualquier caso ahora debía marcharme. Hay mañanas en las que pierdo cinco minutos en decidir el color de los calzoncillos que voy a ponerme, así que humildemente creo poder afirmar que el rol de indeciso me sentaba a la perfección.

Cuando llegué a casa revisé mi e-mail alternativo, donde entre toneladas de spam destacaba el kit de bienvenida de la empresa: un PDF plagado de testimonios globales de gente a la que Amway había cambiado la vida y otro con las diferentes opciones para comenzar a “ahorrar dinero” adquiriendo sus productos (cuanto más compras más ahorras, pero también crece el volumen de la estafa). En su publicidad utilizan citas inventadas de Bill Gates, Donald Trump o Warren Buffet en las que ensalzan las maravillas del Network Marketing.

Mi presupuesto para realizar el reportaje es de cero euros (inconvenientes de *freelance*), así que no completé el formulario y nunca llegué a integrarme en esta encantadora comunidad de sanguijuelas. Tuve que decirle a mi mentor que de momento no me interesaba. No se lo tomó muy bien, desde luego. Con el tiempo que me había dedicado, ya me veía como un quilate más en su ascensión a la categoría diamante. Por whatsapp me tildó de cobarde y reprobó mi falta de iniciativa. Pero no me dio del todo por perdido y aún tuvo bemoles de invitarme a su conferencia.

¿Qué mejor manera de concluir mi artículo? En la otra charla, el *coach* me situó en primera fila (el lugar de los indecisos) y no pude captar lo que ocurría a mis espaldas. Acudo de nuevo al hotel, esta vez armado con cámara fotográfica. La esposa del ingeniero jubilado (todo queda en familia) se encarga de facilitarme el acceso. Me conduce hasta su marido, que me saluda con afecto y me revela una confidencia: está preparando un e-book que adapte al castellano las enseñanzas de Robert Kiyosaki, su gurú favorito: otra golosina más con que engordar la envenenada tarta de Amway.

Le deseo suerte y me siento en una de las últimas filas, atento al flujo de gente que se acomoda a mi alrededor. Diviso al conferenciante de la semana pasada, a su mujer y otros rostros repetidos. Casi todos parecen conocerse de antes, se saludan con familiaridad y cuchichean excitados ante la nueva dosis de palabrería que nos aguarda. Parte del público viste con chaqueta y corbata como si de verdad asistiésemos a un acto solemne. Trabo conversación con el tipo a mi izquierda, un latinoamericano que acaba de ingresar en Amway pero que sabe lo suficiente para repetir como un loro los métodos y beneficios de la organización.

Mi mentor habla más claro que el argentino, o quizá es solo que ya me he acostumbrado a su voz y las increíbles cifras que salen de su boca. Afirma, por ejemplo, que existen en el mundo tantos empresarios Amway como habitantes de Barcelona y su área metropolitana, como si esta ilusión de ser muchos y estar en todas partes tuviera más efecto persuasivo que cualquier argumento racional.

Una celada del discurso se vuelve en su contra. Pregunta a los asistentes cuántos han cobrado un cheque de la compañía y de inmediato se levanta la casi totalidad del auditorio, revelando así que apenas hay caras nuevas en las que tatuar su emblema. Ya sea por su negra reputación online, por el boca a boca (con irónico orgullo aseguran que la empresa aterrizó en España en 1986, lustros en las que han tenido tiempo hasta de patrocinar y nombrar el pabellón del equipo de baloncesto de Zaragoza) o por la facha tenebrosa que cubre a sus embajadores, Amway cada vez engaña a menos gente.



Le falta entusiasmo, de todos modos. Habla de sueños y oportunidades que solo se presentan una vez en la vida con tal sosiego que incluso los disparates suenan plausibles, pero carece del brillo y la fuerza de un verdadero maestro de la retórica. Tal vez por ello se ha preparado una sorpresa final. Llegado desde Miami, entre aplausos atronadores y con aspavientos propios del ganador de un Óscar, sube al estrado un tal Nelson que pregona con su voz agudamente caribeña “que la vida es un teatro y que debemos ser actores, no espectadores”. Podría creerlo, pero antes desempeñaría un papel en el teatro del absurdo o en el teatro de la crueldad que en el de Amway, cuyos protagonistas carecen de cualquier atisbo de gallardía y seducción.

Los triunfadores de la empresa, aquellos que han alcanzado al menos la condición de “platino”, suben al escenario (Nelson, en el centro, rodea con su brazo el hombro de mi *coach*, que sonrío incómodo), y reciben la más sonada ovación de la tarde. Solo faltan matasuegras, confetis, serpentinas y trompetas para que esto parezca una celebración de fin de año.

Cuando se calma el jolgorio y se reconstruye la intimidad de los círculos, la euforia se apaga como el fulgor de una estrella muerta. Se habla de dinero y, sin el menor disimulo, de captar nuevos seguidores.

-Es mejor llamar por teléfono, te hacen más caso.

-Ya, pero el mío nunca lo coge y le mando whatsapp.

-¿Y si no contesta al whatsapp?

-Siempre nos quedará el e-mail...

Ya no me tomo la molestia de despedirme. Subo a la recepción del hotel y me apoyo en el mostrador. Se acerca un tipo con pinta de zumbado, que habla español con cerrado acento catalán, y empieza a contarme su historia. Se parece tanto a la de mi mentor, a la del argentino, a la del otro y la del otro que todas se confunden en mi memoria como trozos de puré. “Esto lo tienes que hacer por ti, por tu futuro. A Amway le da igual, ya tiene millones como tú, pero piensa en el beneficio que le puedes sacar...” En su cartera exhibe varios billetes de cincuenta euros. Un rápido movimiento y... la decencia o la cobardía me detienen.

Antes de irme todavía asisto al triste espectáculo de una sectaria en plena faena de conversión. Su víctima es una joven andaluza que no parece decidida, pero sí abierta a escuchar sus embustes.

-Lo que veo difícil es hacer que se vendan todos esos productos...

-Tranquila, tenemos un método que garantiza resultados. Te lo iremos enseñando poco a poco. Vamos a proporcionarte la ayuda que necesitas: cursos, talleres, libros, conferencias... de momento voy a mandarte unos videos muy buenos para que entiendas mejor cómo funcionamos aquí. Mañana me dices si tienes alguna duda y seguimos avanzando. Yo te voy a apoyar siempre, pero al final no olvides que todo depende de ti...

Carlos Gamissans

carlos-albertogl@hotmail.com

<http://cgamissans.blogspot.com.es/>

<https://twitter.com/Gamissans>

<https://www.facebook.com/carlosalberto.gamissanslopez>