

# Práctica del Feng Shui en los negocios

**Normalmente el acercamiento de los empresarios al mundo del Feng Shui viene precedido por el consejo de alguien de su confianza, que practica la técnica con éxito.**

**Por Maru Canales, Master en Consultoría de Feng Shui y Socia Fundadora de OCTO.**

Las razones por las que solicitan el estudio para la empresa son varias y, muy dispares: porque no se sienten identificados, ni ellos ni a su negocio con la imagen que quieren proyectar, porque creen que su esfuerzo no es proporcional a los resultados que consiguen o porque están dispuestos a no dejar pasar ninguna oportunidad para alcanzar su éxito.

El Feng Shui es una disciplina milenaria de origen chino, literalmente significa "viento y agua", se basa en el estudio de cómo nos afecta el entorno y de qué manera podemos mejorarlo, a través de la decisión consciente de cómo construir, de cómo distribuir el espacio o cómo decorar, qué colores utilizar, qué materiales...

El objetivo del Feng Shui es la búsqueda del equilibrio entre las personas y su entorno, tanto de los lugares comunes (ciudades, parques, las empresas...) como de los más privados (la casa, el despacho...). La clave se encuentra en el equilibrio entre los

cinco elementos: agua, madera, fuego, tierra y metal, que se encuentran en todo lo que nos rodea, los colores, los materiales ...

Para realizar el análisis de Feng Shui de una compañía necesitamos conocer los factores diferenciadores de la empresa en el mercado y cuáles son los procesos clave del negocio, sobre los que se puede o debe actuar. Debemos entender la estrategia de la empresa, el tipo de organización, las claves del liderazgo, el valor añadido aportado por cada uno de los trabajadores y su localización espacial dentro de la empresa.

Entonces, explicamos al cliente el método de análisis que vamos a llevar a cabo, las áreas en las que podemos trabajar y lo que supone la implantación de la práctica. El objetivo del análisis del Feng Shui en los negocios debe ser muy pragmático y directamente enfocado a la consecución de objetivos tangibles, para lo cual hay que crear un entorno laboral positivo. En este sen-



tido, la práctica del Feng Shui se convierte en un vehículo ideal para iniciar una dinámica positiva de cambio.

En el proyecto de Feng Shui dentro del espacio analizaremos aspiraciones de carácter claramente profesional como son: la reputación y valor de la marca y de los profesionales que la componen, las relaciones internas (entre empleados) y externas (captación de clientes), los nuevos proyectos, el liderazgo, la motivación de los empleados, la salud, la carrera profesional de los individuos y, por último, las ventas, el cobro y la tesorería de la empresa. Todos estos conceptos en la empresa tienen una identificación en los procesos de negocio que se pueden definir como: la capitalización y tesorería, la generación de dinero, el éxito en la consecución de proyectos, el



reconocimiento y prestigio de la marca, la mejora en las relaciones con los socios y clientes, el reconocimiento de los empleados y la proyección de su carrera profesional...

Se puede aplicar siempre que se tenga la inquietud de aprovechar las ventajas que aporta a las personas o a los negocios la mejora de la relación con su entorno inmediato. La aplicación de la práctica de Feng Shui es técnica, siendo necesaria la utilización de formulas matemáticas complejas para su ejecución pudiéndose aplicar cualquier espacio, en cualquiera de las fases de construcción, una vez acabada e incluso una vez habitado:

- Buscando la mejor localización para la construcción que queremos realizar. Cuando tenemos la oportunidad de empezar un proyecto desde el principio de la construcción, tenemos en cuenta el terreno (sus inclinaciones, orientaciones, clima, alrededores...)



para determinar el mejor asentamiento y localización del Edificio. Por ejemplo, muy de actualidad después de las lluvias que hemos tenido, no se debe construir en un antiguo cauce de agua...

- Dentro de la parcela, decidiendo cuál es la mejor orientación de la construcción. En este caso, también hay que tener en cuenta el entorno. No tiene las mismas implicaciones una fachada Norte en Santander que en Sevilla. Todas las orientaciones son, en principio igual de favorables, depende enormemente de muchos factores: quién habita, la distribución interior, la actividad que se llevará a cabo, la localización exterior respecto a los espacios vecinos...

- Optimizando el espacio interior a través de la distribución con el objetivo de hacer llegar la prosperidad a cada rincón del edificio. Por ejemplo, todos sabemos que en un Centro Comercial el éxito de los negocios es desigual, primero necesitamos hacer que los clientes entren al Centro y después que conozcan todos los locales. Las acciones en estos casos no sólo se basan en la decoración sino que además están estrechamente ligadas a la estrategia de marketing del Centro, la estrategia del negocio, la arquitectura o la decoración, por lo que es imprescindible trabajar estrechamente con otros profesionales. El éxito de un Centro Comercial está íntimamente ligado a la prosperidad de todos los locales

- Equilibrando cada estancia a través de la decoración: colores, materiales y objetos decorativos. Comporta también el análisis de la imagen del espacio en cuanto a la manera en que nos refleja y/o afecta. Por ejemplo, si

visitamos un despacho de abogados no nos sorprenderá encontrar una decoración clásica y sobria, que probablemente nos haga confiar en que hemos dado con los profesionales adecuados. Sin embargo, si lo que buscamos es una empresa de publicidad, no esperaremos encontrar un despacho de las mismas características que el anterior, sino un espacio donde la creatividad se demuestre en cada rincón.

De la misma manera, la imagen global afecta a los trabajadores de la empresa, a través de la decoración, del orden, de la cantidad de espacio a ocupar, de la existencia o no de ventanas (y del paisaje que se puede ver), de la luz natural, de los mensajes explícitos o implícitos en la decoración...

## **Centro de Servicios Autoplaza**

Uno de los clientes con los que OCTO ha trabajado en todas las fases anteriormente mencionadas es Autoplaza, para el Desarrollo de su Centro de Servicios en Zaragoza. El proyecto consta de la construcción de más de 100 naves industriales distribuidas en dos zonas. Hace ahora más de un año que hemos empezado con el proyecto y, hemos ido cumpliendo todas las fases, trabajando estrechamente con el equipo de arquitectos, con la constructora y la dirección de la empresa, con el objetivo de optimizar la afluencia de público y ventas del espacio. "El equilibrio, la orientación y la distribución de las naves son fundamentales desde su concepción y,

por supuesto, en el resultado final del mismo. La calidad de un desarrollo industrial tiene mucho que ver con la distribución de los espacios y el uso que se hará de éstos por personas, vehículos y mercancías. Es este sentido, la aplicación de criterios definidos por el Feng-Shui ayuda a implementar soluciones permanentes a ese respecto siendo un medio más para asegurar el éxito de un proyecto", dice Ricardo Daura, director general de Autoplaza en España.

Por supuesto, el resultado del estudio debe ser lógico, factible, pragmático, viable, acorde con los gustos personales del cliente y en el caso de empresas, alineado con el posicionamiento de la marca y de los atributos que se quieren potenciar. ■