

Marco V. Herrera B.

Enfrentando la crisis 2: desaprenda lo aprendido

La crisis que empezamos a vivir va más allá de una simple crisis. Es un cambio del entorno tal como lo conocemos y como lo hemos vivido en los últimos años. Esto tiene, en mi opinión, dos efectos básicos en la actitud del hombre:

1) La negación. Se ve reflejada en muchas actitudes: no querer ver los cambios del ambiente, no desear abandonar la zona actual de confort o, simple y sencillamente, rehusar adaptarse a las nuevas condiciones que nos presenta la situación, que además, bajo las circunstancias que estamos viviendo, seguramente van a ser muy drásticas.

2) El miedo. Miedo natural a una situación desconocida y a, en un momento dado, perder lo que uno ha podido, bien o mal, ganar con el esfuerzo de los últimos años de trabajo. Estas actitudes fomentaron de manera importante la especulación, la cual, básicamente, es el origen de esta crisis.

Bajo este principio es muy fácil entender las actitudes tan disímiles que estamos viendo en los empresarios en el mundo. Como ejemplo tenemos las posiciones que toman las grandes armadoras de Estados Unidos: van al gobierno "con una mano en la cintura", como se dice coloquialmente, a pedir que los rescaten, si no, el alma de los estadounidenses, la industria más poderosa de la nación, se vendrá abajo.

Vista desde afuera, la situación es totalmente diferente:

— Es una industria cara e ineficiente; los autos japoneses les han ganado todo el mercado, aun en su propia casa, y por estar cuidando sus intereses, aún no dan el salto hacia nuevas tecnologías para dejar atrás la malograda y cada vez más ineficaz industria petrolera.

— Mantienen a uno de los sindicatos más poderosos de Estados Unidos, y parte del problema es que los beneficios sociales de estos empleados son extremadamente caros para la empresa y para el sistema estadounidense.

— Si están en quiebra quiere decir que no son buenos empresarios o que sus ganancias estaban infladas por el manejo de sus tesorías en derivados y bolsas de valores, o sea especulando, y parte de ese dinero se esfumó con la crisis especulativa actual.

Hoy, más allá de rescates, algunos llaman a la época la creación del capitalismo 2, y otros más bien quisieran llamarle la creación del socialismo 2, ya que si el gobierno rescata a la industria automotriz, ¿quién sigue? ¿Las telecomunicaciones?, ¿los laboratorios médicos?, ¿quién da más? Ejemplos van a seguir dándose.

Ayer mismo una de las empresas más importantes de medios, el *Chicago Tribune*, se declara en quiebra oficialmente, y la pregunta es: ¿fácil?, ¿por arte de magia?, ¿no vendía lo que producía, o ya venía con una mala situación y hasta ahora se hizo insostenible? La burbuja de la especulación y ambición está matando al mundo y sus empresas.

Aquí en México se acaba de dar una situación digna de analizarse: Carlos Slim señala que los bancos deben dejar de cobrar tantos intereses en créditos al consumo (sobre todo en lo que respecta al negocio de las tarjetas de crédito), y los banqueros brincan, se quejan y se defienden, niegan la situación y les da miedo esa posición.

Lo que puedan decir hoy al respecto lo deberán enfrentar contra lo que pase en el mundo el próximo año, cuando las condiciones cambien radicalmente y

pueda no existir ni quien use el crédito o ni quien deposite su dinero en el banco. ¿Qué harían los banqueros?

Quiero interpretar lo que Carlos Slim está diciendo, y es algo tan sencillo que por eso es tan difícil de entender. El mensaje es: ya no especulen en contra de la gente, porque se puede revertir y con esto matar a los bancos, que son la gallina de los huevos de oro. El lugar en el mundo donde más utilidades generan los bancos es en México, por aquello de que cobran muchos intereses y comisiones.

Lo que está diciendo Carlos Slim, en pocas palabras, es: hagamos negocios con una responsabilidad social en medio de una situación mundial inaudita. La



Fecha 18.12.2008	Sección Opinion	Página 28
---------------------	--------------------	--------------

responsabilidad social ya no es el concepto antiguo de "regresa a la sociedad parte de lo que has ganado"; ahora hay que dar un brinco cuántico y llevarla al extremo de "hagamos negocio realmente sustentable en un mundo que está cambiando drásticamente y que nunca más volverá a tener la cara que conocimos".

Peter Drucker decía que el empresario debía desaprender lo tradicional, ya que —en momento de cambio, de entornos como el que estamos viviendo— el mundo se transforma y se dan giros inesperados.

El ponía como ejemplo que cuando se inventó el automóvil, una de las industrias más afectadas al dejar los carros de caballos fue la industria que fabricaba los fuetes con que guiaban a los equinos, técnicamente desapareció de la faz de la tierra y se convirtió en un asunto artesanal, cuando era una industria fuerte y sólida. ¿Qué fue lo que pasó? Cambió el ambiente de negocios y ya no se necesitó más ese producto.

Lo que vamos a ver en el futuro son cambios muy rápidos de ambiente. Las

mutaciones en la economía van a matar

a algunas industrias que hoy se ven fuertes y tradicionales, pero por las variaciones drásticas de los entornos económicos se modificarán las necesidades del consumidor y de la industria misma.

Para enfrentar la crisis, ¿qué prefieren?: ¿negar lo que está pasando y paralizarse del miedo, y con esto convertirse en una empresa por desaparecer, o empezar a desaprender lo que conoce y comenzar a buscar las oportunidades en medio de esta situación?

Una buena solución para México, para apoyar a la planta productiva, sería bajar la tasa de interés para los créditos personales y empresariales (como acaba de pasar en Estados Unidos), y la segunda, obligar a que las empresas disminuyan los días de pago a sus proveedores.

Esto podría hacer que se mueva el flujo de dinero y se pueda invertir más. Las grandes empresas se están financiando en las Pymes, que no tienen ni crédito ni recursos. Al fin las empresas ya no necesitan ahorrar dinero de sus proveedores para manejarlo en las tesorías, ni en los derivados; allá seguro pierden dinero por especuladores.

Esta es la última colaboración de 2008. Aprovecho la ocasión para desearles a los lectores el mejor de los éxitos en 2009. ¡felicidades! ☑

marco.herrera@grupopublic.com.mx
 Blog: <http://www.marcoherrera.blogspot.com/>

Consultor y analista político