

COORDENADAS

Subsidiamos a otros países

ENRIQUE QUINTANA



La reacción del país al brote de influenza ha conducido de facto a la transferencia de recursos de México hacia el exterior.

No sé si algún día sabremos con exactitud cuánto le costó al país algo que ya se puede llamar la **crisis de la influenza**, pero tengo la impresión de que **va a ser más de lo que oficialmente se estima y acepta**.

Y, como parte de esos costos, quizá tampoco haya forma de saber del todo con cuántos recursos México subsidió al resto del mundo. Le explico.

Cuando el 23 de abril, las autoridades mexicanas recibieron la información que confirmaba que teníamos la presencia de un nuevo virus de la influenza, la reacción que se tuvo fue **acorde con la ignorancia que existía** respecto al comportamiento del virus.

Se procedió como si fuera altamente contagioso y con un alto grado de letalidad.

Es probable que si un primer brote de este tipo hubiera ocurrido en Shanghai o en Nueva York, las medidas que se hubieran tomado habrían representado altos costos para China o Estados Unidos, mucho más que en los que han incurrido.

El principal costo de la epidemia, que tiene que ver con **un impacto de imagen** que ha derrumbado al suelo al turismo internacional, así como **el freno brusco** de la actividad económica por **más de una semana**, derivó del hecho de que la reacción mexicana fue sobre la base de la ignorancia que teníamos.

Con el conocimiento del virus que se fue obteniendo durante los días de alerta máxima en México se hizo posible que otros países no tuvieran que llegar a los extremos a los que llegamos aquí.

Por eso es que, de facto, México subsidió de manera importante al resto del mundo en las últimas dos o tres semanas, convirtiéndose de hecho en un país "conejillo" ante el nuevo virus.

Se ha debatido por qué en otros lugares no han tomado medidas tan drásticas como

las que se ejecutaron en México. Una parte de la respuesta tiene que ver con el conocimiento de la epidemia y otra con el efecto positivo de contención que se obtuvo en el país.

El problema es que **el "ahorro" que México les propició a otras naciones, no va a ser contabilizado ni mucho menos compensado**.

Por el contrario, es probable que por varios meses sigamos con la imagen de "apestados", lo que va a pegar al turismo.

Aunque haya datos objetivos respecto a los menores riesgos que hoy existen para los visitantes, el turista promedio que se quedó con la imagen de la gente con cubrebocas en las calles y con la noticia de la suspensión de vuelos y las "cuarentenas", va a tardar varios meses en visualizar a México como opción, lo que **va a costar divisas, ingresos y empleos**.

Así que, además de la promoción turística, que va a subrayar los atractivos usuales de los destinos del país, sería necesario plantear también que **muchos mexicanos tuvimos que poner directamente de nuestra bolsa** para que otros países no tuvieran que hacer el gasto o tener la pérdida que tuvimos.

CAEN LAS VENTAS

Las compras de pánico de los últimos días de abril no tuvieron el aliento necesario para compensar la caída del resto del mes.

Para que no se confunda, la ANTAD está reportando un crecimiento nominal de las ventas en 5.4 por ciento en abril. Pero al descontar la inflación de 6.17 por ciento, tenemos un retroceso de 0.7 por ciento.

Como ha sido en este año, hay fuertes diferencias según el tipo de tienda. Las departamentales tienen una caída real de 3.5 por ciento en el mes, mientras que los autoservicios lograron un crecimiento de 1.3 por ciento.

Los números no son nada buenos, pero, si sirve de consuelo, eran peores en los meses anteriores. Por ejemplo, en marzo, la caída real fue de poco más de 9 por ciento.

Ni el empleo, ni los salarios reales, ni el crédito al consumo se han recuperado.

Continúa en siguiente hoja



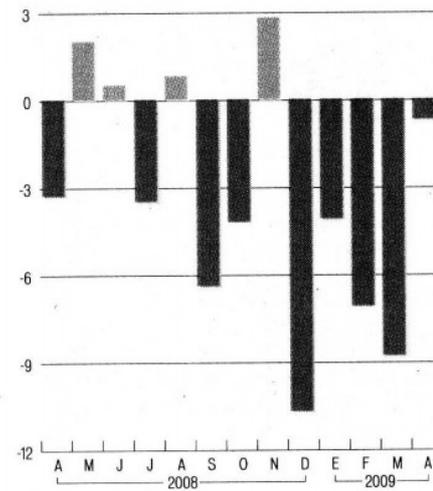
Fecha 14.05.2009	Sección Negocios	Página 4
----------------------------	----------------------------	--------------------

Mientras no lo hagan va a ser muy difícil ver otra tendencia en las ventas.

enrique.quintana@reforma.com

Sin repunte en las ventas

(Variación anual real de ventas comparables de la ANTAD)



Fuente: ANTAD