

La crisis dura siempre

Los datos macroeconómicos son contundentes. La recesión está superada. Las economías europeas, y también la española, presentan un cuadro claro de recuperación con tasas positivas de crecimiento y perspectivas favorables para el inmediato futuro. Crecimientos agregados entre el 3 y el 4% son más que probables para el próximo trienio. El comercio mundial crece y nuevos países, antes en subdesarrollo, avanzan claramente por el camino de representar porciones crecientes de mercado y de competencia abierta y rigurosa. Ello significa oportunidades para quienes sean más competitivos y riesgos para los que se duerman.

Y en ese marco de crecimiento moderado las expectativas de muchos empresarios y ciudadanos españoles siguen siendo negativas, conservadoras, prudentes. La demanda interna española sigue siendo neutra o incluso negativa si se descuenta el tirón de la demanda de automóviles, estimulada por el mágico efecto de los planes *renove* que tan fantástico resultado de marketing han conseguido. Y por la parte de la inversión los datos siguen siendo poco favorables. Crecen algunas importaciones de bienes de equipo, pero la demanda de crédito, la creación de nuevas empresas o la ampliación de las existentes brilla por su ausencia.

Un conocido empresario señalaba hace unos años que había que partir como dato de la tesis de que "la crisis dura siempre". La competencia significa que aun en etapas de fuerte crecimiento el riesgo de perder mercados y clientes es elevado. Etapas de crecimiento constante y sin sobresaltos son un pasado seguramente irrecuperable.

Los datos de resultados de las empresas durante los tres primeros trimestres del año, que empezamos a conocer ahora, son bastante satisfactorios, sobre todo en aquellas sociedades que han consolidado mercados exteriores y volúmenes crecientes de exportación. Las empresas limitadas sólo a mercados locales presentan logros menos favorables y sufren serias amenazas en el entorno.

La constatación de que la crisis dura siempre no significa que se acaben las oportunidades. Todo lo contrario. Dentro de cada crisis hay una oportunidad escondida que requiere nuevas formas de producir y de vender, un nuevo estilo en la dirección y la gestión, cada día más participativo y volcado al cliente final. Tanto la tecnología como el capital humano de las empresas es más potente y capaz que nunca lo fue antes. Lo que falta es la habilidad para extraer lo mejor de esos activos.

Muchos empresarios tienden a desfallecer y la acumulación de escándalos y frustraciones en el ritmo del cambio y de la reforma de estructuras lleva al pesimismo e incluso a la desesperanza. Quizá la principal lección de esta crisis es que las soluciones y alternativas no vienen de fuera, sino que son internas y residen en la imaginación y el talento para hacer frente a la nueva situación.

Siguen en pie problemas serios de cobros, especialmente con el sector público. La presión fiscal crece y la propensión pública al gasto no quiebra. Sin embargo se remueven algunos obstáculos en materia de relaciones laborales, siempre con la exigencia de mayor dedicación y capacidad de negociación. La crisis durará siempre, pero también siguen presentes y abiertas oportunidades como nunca nadie imaginó que serán aprovechadas por aquellos que sean capaces de ganar competitividad y dar satisfacción a sus clientes.