

Opini3n financiera

COORDENADAS

C3mo viene el cierre de a3o

ENRIQUE QUINTANA



Las pr3ximas tres semanas ser3n claves para el cierre econ3mico del 2007 y para el tono que tendr3 la primera mitad del 2008.

La raz3n es que hay diversas **industrias y giros comerciales** que concentran una **parte importante de sus ventas** en las **3ltimas semanas del a3o**.

En promedio, en el comercio en su conjunto las ventas efectuadas en diciembre son **40 por ciento superiores** al promedio del resto de los meses.

En el caso de los ingresos de los trabajadores del sector formal, durante diciembre **aumentan en una media de 35 por ciento** respecto a lo que se recibe en un mes normal.

Desde luego que hay giros que dependen mucho m3s de las ventas de fin de a3o y tambi3n hay trabajadores que incluso duplican sus ingresos. En el primer caso est3n las **tiendas departamentales, las jugueteras** y toda una serie de establecimientos que comercian con **bienes de consumo duraderos**. Y en cuanto a gremios, la mayor parte de los **trabajadores del sector p3blico** recibe una proporci3n mayor por concepto de aguinaldo que los del sector privado.

En el conjunto de la econom3a la diferencia no es tan marcada, pues el PIB del 3ltimo trimestre del a3o es cerca de 5 por ciento mayor al promedio de los trimestres anteriores. Pero, aun cuando la diferencia sea peque3a, un buen cierre de a3o tiene m3s efecto sobre las cifras totales que un buen principio.

Bueno, pues por todas estas razones es que **la guerra por atraer la atenci3n de los compradores** se ha desatado ya desde principios de noviembre y en un par de semanas tendr3 su momento m3s cr3tico, cuando la mayor parte de los trabajadores haya recibido su aguinaldo.

Ayer le explic3bamos que **la confianza de los consumidores ha ca3do** durante los 3ltimos meses, lo que conduce a desembolsos m3s bien cautelosos, que le van a pegar a las expectativas de muchos giros comerciales.

Por esa raz3n es que nuevamente hemos visto la proliferaci3n de esquemas de cr3dito basados en meses sin intereses o descuentos por pago de contado o m3ltiples formas de asegurar que la gente perciba que si no gasta pierde una oportunidad.

Ser3a mejor para el desempe3o econ3mico de corto plazo que la gente gastara m3s, que los comercios incrementaran fuertemente sus ventas en este a3o respecto a las del a3o pasado.

Para el largo plazo, lo m3s adecuado es que la gente tome decisiones de gasto de modo m3s racional.

Hay diversos s3ntomas de que **hay familias que ya han llegado a sus topes de endeudamiento**. Ya pidieron un cr3dito hipotecario o gestionaron un cr3dito de Infonavit. Se compraron un auto, tambi3n a cr3dito. Compraron un "teatro en casa" utilizando financiamiento. Han recibido dos o tres tarjetas de cr3dito adicionales durante el 3ltimo

a3o y empiezan a ver c3mo crece la proporci3n de sus gastos mensuales que tienen que destinar a pagar sus cuentas.

En otros casos, todav3a los menos, las finanzas ya hicieron agua y han incumplido con alguno de los pagos que ten3an que hacer.

Si esa tendencia se acentuara y generalizara, aunque tal vez el resultado trimestral en las ventas ser3a mejor, estar3amos **gestando nuevamente una situaci3n financiera de alto riesgo** para comercios, intermediarios financieros y sobre todo para las familias.

Si usted va a empezar este fin de semana a hacer sus compras navide3as, aprovechando el cr3dito, le sugiero que se vaya con pies de plomo y que vea con cuidado que deuda es la que est3 en posibilidad de cargar.

Revise cu3l ser3a el monto mensual que tendr3a que destinar a cubrir las mensualidades de sus cr3ditos el pr3ximo a3o y c3mo impactar3a en el ingreso que le quedar3a disponible para gastar.

No se entusiasme demasiado con las promociones y las ofertas, y piense que el **gasto**

adelantado a trav3s del cr3dito le va a **limitar su capacidad para gastar en el futuro**.

Y, por el contrario, el ahorro que usted pueda hacer en el presente le va a representar una capacidad de gasto en el futuro, algo que parece obvio, pero que a veces se nos olvida.

UNA M3S DEL EMPLEO

Si realmente se hubieran creado 890 mil empleos en los primeros 10 meses del a3o, ser3a de esperar que la tasa de desempleo hubiera bajado.

De acuerdo con las estad3sticas del INEGI, el crecimiento de la Poblaci3n Econ3micamente Activa fue de alrededor de 300 mil personas durante los 3ltimos 12 meses.

Por simple aritm3tica, deb3ramos detectar a 600 mil personas menos en condici3n de desempleo y eso deb3a conducir a una baja de la tasa.

Bueno, pues resulta que en octubre la tasa fue de 3.93 por ciento, una cifra por arriba del 3.47 por ciento con el que terminamos el a3o pasado y cerca del 4.02 por ciento del nivel de octubre de 2006.

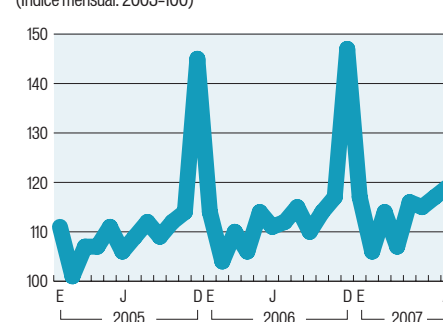
Hay otro indicio de que la din3mica de los asegurados en el IMSS no est3 reflejando adecuadamente la tendencia del empleo en el Pa3s.

enrique.quintana@reforma.com

Los picos de diciembre

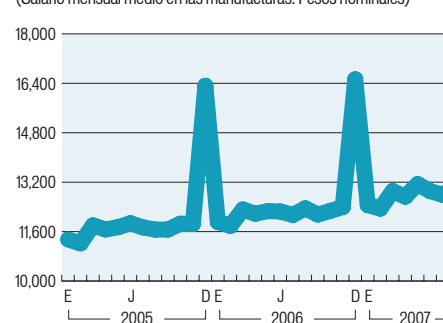
LAS VENTAS DEL COMERCIO

(3ndice mensual. 2003=100)



LOS SALARIOS MEDIOS

(Salario mensual medio en las manufacturas. Pesos nominales)



FUENTE: INEGI

Si las tendencias del a3o se mantienen, lo m3s probable es que el ingreso mensual medio en las manufacturas durante diciembre sea cerca de 17 mil 500 pesos. Esto significar3a que, en promedio, se recib3 un aguinaldo equivalente a 11 d3as de salario.

MARKETER

8 pecados del 3xito

HORACIO MARCHAND



Los **griegos** lo registraron en sus mitos. Le llamaban *hybristik3s* que significaba orgullo, insolencia, licencioso; en ingl3s *hubris*, en castellano ligado a *arrogancia*.

La gloria te cobra, tal como le pas3 a **H3rcules** quien, enga3ado, mat3 a sus hijos; **Agamen3n**, triunfador de Troya, asesinado por la trama de su esposa; **Aquiles**, que le dieron la fama neg3ndole su vejez; **Icaro**, vol3 tan alto que quem3 la cera de sus alas y muri3 al caer de las alturas.

No es el triunfo lo que le causaba el enojo a los dioses, lo que castigaban era que el 3xito se subiera a la cabeza, que el individuo se creyera m3s, superior, imbatible, perenne; *hybristik3s*.

Este principio aplica tanto a individuos como a organizaciones y la **personificaci3n**, la tendencia a relacionarse con las entidades, ideas, emociones y cosas en general, como si fueran personas, se refleja en el lenguaje que se usa para expresarse de las organizaciones: la organizaci3n que aprende, la marca viviente, la empresa inflexible, ap3tica, o bien entusiasta, y abierta.

El *hybristik3s* se complica cuando se trata de individuos y empresas que por su 3xito recurrente si tienen raz3n para enalzarse. Y esto representa un reto feroz; el 3xito tambi3n es t3xico, embriagante; sega, presi3n, demanda. Te puede inflar hasta que revientas.

El que est3 aposentado en el 3xito est3 a un paso de polarizarse y caer en alguna de lo que podr3 llamarse los 8 pecados:

1. Complacencia, *business as usual* genera confort: no hagan olas.
2. Arrogancia, el enemigo es inferior: *no te molestes*.
3. Politiquer3a, los feudos contaminan a la empresa: *y yo qu3*.
4. P3rdida de clientes, no se detecta la fuga de clientes: *mientras sigan llegando nuevos*.
5. Uni-dimensionalidad, la misma f3rmula parece solucionarlo todo: *hazle como siempre*.
6. Fuga de Talento, los buenos se van: *que se vayan, se arrepentir3n*.
7. Incrementalismo, s3lo se le sube un porcentaje de incremento en ventas y de ahorro en gastos: *m3s de lo mi mismo*.
8. Negaci3n, lo malo ocurre all3: *a mi no me pasa*.

Es que el 3xito no tiene fin, la din3mica no termina, el equilibrio se vuelve a romper, el entorno cambia. En las siguientes columnas desarrollar3 cada uno de los temas expuestos y constituir3n lo que pretendo sea una serie: Los 8 Pecados del 3xito. Le llamo pecados pero en realidad son propensiones: una inclinaci3n hacia algo, como si estuviera en la naturaleza del sujeto.

El triunfo te hace propenso a caer en lo que pudieran tipificarse como las cl3sicas ca3das del que triunfa. Lo que sube, baja.

Arie De Geus encontr3 que el 33 por ciento de las compa3as enlistadas en el Fortune 500 en 1970, desaparecieron para 1983 en medio de quiebras, fusiones o des-incorporaciones. Otro estudio estima que la vida promedio de empresas en **Jap3n** y **Europa** es 12.5 a3os; la vida promedio de empresas en **Alemania** ha disminuido de 45 a 18 a3os, en **Francia** de 13 a 9, en **Inglaterra** de 10 a 4.

Empresas con marcas famosas han visto su capital de marca desvanecerse, como **DEC, WANG, People Express**, mientras que firmas l3deres han sido golpeadas en diversos frentes dej3ndolos adoloridos y con moretones, entre las que se encuentran **IBM, Sears, Microsoft**.

Y est3n los l3deres de industria que han cre3do, equivocadamente, que pueden implementar una extensi3n de marca a casi todo, y se han equivocado: por ejemplo: **Listerine** hacia pasta de dientes, **Coors** hacia agua, **Heinz** (ketchup) hacia comida de bebes, **Adidas** a colonia, **Levi's** a zapatos, **McDonald's** a pizza, **Xerox** a computadoras.

En **M3xico**, los grandes empresarios – que por cuestiones end3micas han seguido siendo los mismos de toda la vida – se han reducido en n3mero, espec3ficamente tras el TLC y la crisis del 95. Otros han sido sacados, a billete, de sus oficinas al ser adquiridos por compa3as extranjeras.

Llegar a las alturas tiene su m3rito pero es m3s complicado lo que sigue. Cuando vas de subida traes deseo, fuego, ganas de llegar. La pasi3n alimenta al cuerpo y lo hace aguantar contratiempos, enemigos, desabasto. Los obst3culos s3lo reafirman tu resoluci3n, te haces creativo y terco.

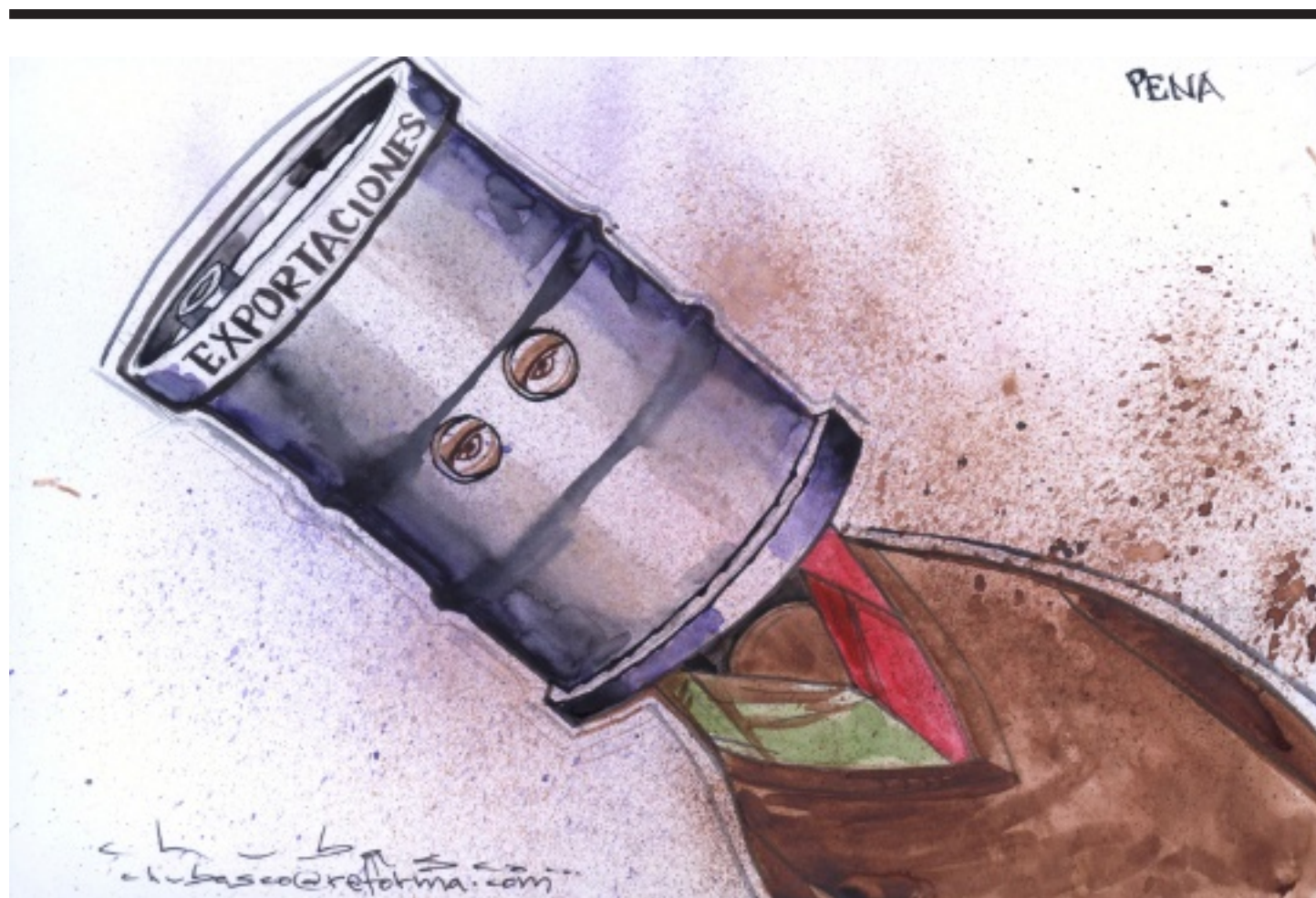
Una vez arriba, cuando la cima de la monta3a se acaba, el cuerpo se afloja, busca donde sentarse, el esp3ritu se empieza a apagar y tu energ3a vital puede desaparecer por completo.

Britney Spears lo siente, **Lindsey Lohan** lo siente, **Microsoft** lo siente, **Coca Cola** lo siente, **Michael Jordan** en una ocasi3n lo confes3.

La ca3da empieza en el psique, en la actitud del que maneja una entidad, en la forma en la que mueve a la organizaci3n e interact3a con el entorno, en la predisposici3n personal de tomar una decisi3n; si te defines como guerrero, constructor, 3 desarrollador; si est3s liberado o acooplejado, si abres el sistema para cambiar o lo cierras para aferrarte.

En la pr3xima semana cubrir3 el primer pecado: complacencia.

hm@horaciomarchand.com



COLABORADOR INVITADO

¿Cuotas compensatorias o simulatorias?

ENRIQUE DUSSEL PETERS



Coment3bamos en nuestra 3ltima columna sobre cuotas compensatorias, adem3s del origen de las que se negociaron entre China y M3xico en diciembre de 2001 y que venen el 11.12.2007, la ficci3n en la que M3xico se est3 enfrascando internamente y en la OMC. C3lculos propios nos llevan al resultado de que en 2006, China export3 915 millones de d3lares bajo las 738 subpartidas a las que M3xico le ha impuesto cuotas compensatorias; 3stas representan tan s3lo el 3.74 por ciento de las importaciones provenientes de China y el 6.7 por ciento de las importaciones de M3xico bajo el universo de las cuotas compensatorias a las que impone este arancel acordado; el 47.91 por ciento de las importaciones bajo cuotas compensatorias que se imponen a China provienen de Estados Unidos.

El resultado es parad3jico: ¿ser3 que en aras de proteger a los posibles sectores afectados haya que imponer cuotas compensatorias a las importaciones de los Estados Unidos y a otros pa3ses (y no a China) que realizan el 93.3 por ciento de las importaciones de las subpartidas que buscamos proteger? ¿Por qu3 el debate retrasado actual –siendo que hace 71 meses se negociaron estos acuerdos p3blicos– sobre China si pareciera que las importaciones de China no son las principales al respecto?

La aparente paradoja sealada nos refleja que las cuotas compensatorias son en verdad cuotas simulatorias.

El sector empresarial potencialmente afectado simul3 que se preparaba ante la competencia con China desde 2001 y no lo gr3 cerrar estas brechas: los esfuerzos realizados en t3rminos de inversiones, desarrollo tecnol3gico y de proveedores, as3 como de nuevos clientes y productos no fue suficiente o no se llevaron a cabo. Las importaciones asi3ticas y de China contin3an incrementando su presencia en M3xico y mientras que la participaci3n de las exportaciones mexicanas con respecto al total importado por la cadena hilo-textil-confecci3n de Estados Unidos cay3 del 13.27 por ciento en 1999 al 7.09 por ciento en 2006, las chinas aumentaron del 12.41 al 31.16 por ciento.

Las aduanas mexicanas simulan que efectivamente tienen capacidad de controlar las importaciones y cobrar aranceles y cuotas compensatorias, siendo que ingresan masivamente importaciones en forma ilegal: barcos y filas de camiones entran a M3xico gracias a la corrupci3n. Tamb3n simulan que tienen la capacidad t3cnica de verificar si las mercanc3as importadas efectivamente concuerdan con los pedimentos, siendo que existen masivas importaciones ilegales mediante "saltos arancelarios o de fracciones": la ropa importada es registrada en el pedimento como ropa usada que no grava arancel (ni cuotas compensatorias).

Las autoridades estadounidenses simulan que controlan sus importaciones temporales en Long Beach y otros puertos, siendo que es consabido –por las propias autoridades federales estadounidenses como la US-

GAO– que masivas importaciones asi3ticas y chinas se internan en estos recintos y cambian su procedencia de terceros pa3ses a "made in USA" para ser reexportadas a otros pa3ses como M3xico (la "triangulaci3n" de mercanc3as).

Las autoridades mexicanas federales, concretamente la Secretar3a de Econom3a, simula que lleva a cabo una pol3tica comercial, industrial y hasta de ciencia y tecnolog3a, siendo que en el caso de las cuotas compensatorias –y al haber decidido la eliminaci3n de la totalidad de las cuotas compensatorias con excepci3n de aquellas en las que las empresas puedan demostrar comercio desleal por parte de China– han transferido la responsabilidad de pol3tica federal a las empresas: si no demuestran comercio desleal no existe pol3tica comercial (ni industrial).

La Secretar3a de Hacienda y Cr3dito P3blico y los partidos pol3ticos –casi por unanimidad en el Presupuesto para 2008– en la actualidad simulan confianza y optimismo ante importantes nuevos ingresos presupuestales y una aparente estabilidad macroecon3mica, aunque no explican que el PIB per c3pita durante 1980-2006 en China fue 10 veces superior al de M3xico. ¿C3mo nos explicamos estas diferencias y qu3 ha faltado en M3xico en 26 a3os? ¿Por qu3 el sector productivo en M3xico –la agricultura, miner3a y manufactura– han disminuido desde 1988 su participaci3n en el empleo y el PIB? ¿Por qu3 no crecemos y reducimos la pobreza a diferencia de otros pa3ses?

La banca comercial simula incrementar su financiamiento a la econom3a mexicana, siendo que el otorgado al sector privado y a las empresas, con respecto a su PIB, represent3 en el segundo trimestre de 2007 el 24.79 por ciento, y 20 por ciento para el sector privado y sus empresas de 1994, respectivamente. Como contraparte, y bajo el mismo esquema legal, el financiamiento al sector p3blico, al consumo y a los estados y municipios se ha incrementado en forma sustantiva.

En el pa3s de la simulaci3n las realidades son violentas: cientos de miles de empleos –en la confecci3n, la electr3nica y en el mediano plazo en la cadena de valor autopartes-automotriz– se ven cuestionados ante el embate de la competencia de los pa3ses asi3ticos y China. Buscar eliminar o prolongar las cuotas compensatorias –aunque una estrategia de negociaci3n binacional pareciera ser mucho m3s inteligente que una confrontaci3n multilateral en la OMC– no responde a las exigencias globales de las pasadas y futuras d3cadas. El reto de M3xico no es China –y en el caso de China requerimos de una pol3tica integral, no s3lo de cuotas compensatorias– sino el de ¿cu3ndo decidiremos dejar de lado a las simulaciones y nos enfrentaremos a nuestras realidades internas?

Enrique Dusel es profesor del Posgrado en Econom3a de la UNAM y Coordinador del Centro de Estudios China-M3xico, <http://dusselpeters.com>