

Editorial

*Facultad de Economía de la UANL:
su modelo educativo*

Ernesto Bolaños Lozano
página 1

*Perfil socioeconómico del adulto mayor en
el Área Metropolitana de Monterrey*

Irma Martínez Jasso
página 6

*Error de diciembre:
¿económico o de comunicación?*

Edmundo Crespo Ruiz
página 11

*Comentarios sobre el Presupuesto
de Egresos para el año 2001*

Antonio Medellín Ruiz
página 14

Libros
página 18

*Índice de precios al consumidor
correspondiente a septiembre y
octubre de 2000*
página 19

Entorno Económico

Error de diciembre: ¿económico o de comunicación?

*Edmundo Crespo**

Economista
Periódico El Norte

El desarrollo de la economía de un país sin duda que debe buena parte de su éxito o fracaso a una buena estrategia de comunicación, ya que para instrumentar las medidas necesarias es básico convencer a la sociedad de que se está en el rumbo correcto.

Una buena política económica se puede ir a pique si no se convence a la población de que es lo adecuado, ya que puede boicotearla al tomar sus decisiones económicas de inversión, consumo y ahorro.

Además los mercados financieros buscan anticipar el futuro y si no se da información confiable, los inversionistas pueden tambalear la estabilidad de un país al cambiar su dinero a otros mercados.

Igualmente una política mal diseñada puede salir a flote si la población la considera como cierta y con su actuación le da certidumbre.

Mucha gente asegura que en la parte final del sexenio de Carlos Salinas la estabilidad y el desarrollo económico estaba sostenido con alfileres, pero lo que mantenía estos en su lugar sin duda era la confianza que los inversionistas tenían en el Gobierno.

Al darse el cambio de poderes una mala política de comunicación ocasionó la desconfianza lo que provocó que los alfileres se cayeran y se viniera a pique la economía del País.

El 31 de diciembre de 1993 la mayoría de los mexicanos se fueron a celebrar la llegada del Año Nuevo esperando un halagador futuro con la entrada del Tratado de Libre Comercio de Norte América, pero 1994 deparaba muchas sorpresas.

A los primeros minutos del siguiente día estalló el conflicto en el estado de Chiapas, ubicado en la zona de mayor rezago social, el sureste del País, que no tuvo mucho impacto en el ámbito económico: los capitales continuaron fluyendo, las reservas alcanzaron su nivel más alto a finales de febrero, el tipo de cambio estaba estable, las tasas de interés y la inflación seguían descendiendo.

Esto se debió sin duda a que la estrategia de comunicación se abocó a focalizar el conflicto en un punto aislado y que no afectaba el resto de la vida económica del país, además se logró sentar las bases para un rápido diálogo y se nombró un representante del Gobierno para negociar con el Ejército Zapatista.

Llegó marzo y se suscitó una de los peores sucesos de los últimos años, el día 23 fue asesinado el candidato del partido oficial a la Presidencia de la República, Luis Donald Colosio Murrieta.

Este hecho, junto con las versiones que circularon sobre la autoría de

*El autor es egresado de la Facultad de Economía, UANL en 1993. Durante 1994 y 1995 era coeditor de la Sección Negocios del periódico El Norte, ahora es coordinador de las secciones de Nacional-Los Estados de la misma publicación.

éste en los siguientes días, que fue sin duda una falta de control de parte de la comunicación gubernamental, provocaron un ambiente incierto, con efectos económicos devastadores:

- Una salida de capitales que ocasionó que las reservas cayeran 38% en los siguientes 30 días al pasar de 28 mil 321 millones de dólares, un día antes del asesinato, a 17 mil 541 millones de dólares.
- La tasa de interés líder del mercado de dinero, la de los Certificados de la Tesorería de la Federación, subió de 9.7 por ciento en marzo a 15.8 por ciento en abril.
- El tipo de cambio tuvo ligeros altibajos pero se mantuvo alrededor de 3.3 pesos por dólar.

En junio, el día 24 se dió la renuncia del Secretario de Gobernación, aunada a la cercanía de las elecciones presidenciales, provocando una salida de cerca de 3 mil millones de dólares de reservas en los siguientes 18 días.

El Gobierno frenó la caída vendiendo recursos al Banco central y realizando una modificación legal que de un plumazo convertía en deuda pagadera en dólares, pagarés de corto plazo que se pagaban en pesos aunque estaban nominados en dólares; en otras palabras, convirtió deuda interna de corto plazo en deuda externa de corto plazo, los llamados Tesobonos, además de aumentar la oferta de estos instrumentos.

Los medios de comunicación fallaron al no alertar sobre lo vulnerable que se estaba poniendo la economía ante esa medida, un ataque especulativo podía golpear severamente al país y la comunicación gubernamental hizo lo propio al no hacer tanto ruido en algo tan delicado.

En septiembre se suscitó otro asesinato político, el de José Francisco Ruiz Massieu, líder del Partido Revolucionario Institucional, partido en el poder, y el más viable a ser el líder de la siguiente Cámara de Diputados.

En principio este crimen no tuvo un efecto sobre los principales indicadores del país, pero en noviembre, el subprocurador Mario Ruiz Massieu, investigador del asesinato de su hermano José Francisco, denunció a altas esferas del partido gobernante que estaban obstaculizando su trabajo, sembrando dudas sobre el sistema mexicano, aunado a esto Estados Unidos aumentó sus tasas de interés, provocando una salida de 3 mil 713 millones de dólares en reservas en los siguientes días.

A unos días de la entrada del nuevo Presidente, Ernesto Zedillo, las reservas eran de sólo 12 mil millones de dólares.

Un ingrediente adicional fue la circulación en algunas columnas de las diferencias del Secretario de Hacienda y el nuevo Presidente, lo que no permitía la continuidad en el responsable de las finanzas federales, rumores que nunca fueron ni confirmados ni desmentidos.

Pese a esto los inversionistas extranjeros mantuvieron su apuesta en México, pero durante la segunda semana de diciembre revivió la hostilidad del Ejército Zapatista de Liberación Nacional en Chiapas, provocando un ataque especulativo que originó una salida de cerca de 2 mil millones de dólares en 3 días.

Aquí falló la comunicación institucional al no dar certidumbre en el caso chiapaneco, que desembocó con una declaración del Subcomandante Marcos el lunes 19 de diciembre, rechazando la propuesta gubernamental de una comisión legislativa y tomando pacíficamente varios pueblos; así inició la semana del “error de diciembre”, el tipo de cambio cerraba en 3.4650 pesos por dólar.

Ante esta situación la comisión de cambios acordó eliminar el sistema cambiario de bandas y liberar la moneda el siguiente día, comunicándolo en el seno de la reunión del Pacto, donde participaban representantes de las fuerzas productivas del país.

Pero dichos representantes convencieron al Gobierno de que no era el momento de liberar la moneda, que se ampliara mejor la banda deslizamiento, el dólar cerró el martes en 3.9240, un alza del 13.2 por ciento.

El miércoles el tipo de cambio siguió soportando y subió 7 centavos o 1.8% más a 3.9950 pesos.

Finalmente ya no se pudo defender al peso y se liberó la moneda, alcanzando al siguiente día 5.2, en 4 días el País se había ido al precipicio, sus reservas habían caído a sólo 5 mil millones de dólares y el costo del dólar había subido más de 50 por ciento.

Aquí falló la comunicación institucional al poner a consulta una decisión tan delicada, dando tiempo a que se filtrara la información y ocasionar un ataque especulativo mayor y después minimizó el problema, dando la sensación de no tener la menor idea de lo que estaba pasando.

De acuerdo con Álvarez y Caballero en momentos de crisis deben emplearse algunas reglas de oro para hacer una efectiva comunicación¹, con base en éstas se puede asegurar que después del primer descalabro, siguió un periodo de mayor incertidumbre ocasionado por una mala política de comunicación.

Las siguientes son las siete reglas de oro que mencionan Álvarez y Caballero

1.- Realizar una análisis interno de la magnitud del problema. Las autoridades dieron la impresión de no tener una análisis correcto de la magnitud del problema, a tal grado de consultar una decisión que debió tomarse sin previo aviso o bien buscar apoyo previo a la crisis y no posterior como sucedió.

2.- Centralizar las comunicaciones. Si se hizo pero se centralizó en nadie, ya que hubo un vacío informativo, a tal grado que la Presidencia

citó a varias conferencias de prensa y después las cancelaron o avisaron que se iba a dar un mensaje que se pospuso, en fin era un desorden total, reflejando que no se tenía nada bajo control.

3.- Establecer plan concreto de actuación. No se dió, ya que como se comentó en el punto anterior no se informaba cuándo se decía que se iba a informar, creando una mayor incertidumbre.

4.- Rechazar la mentira como recurso. Después de la ampliación de la banda el 20 de diciembre, se dijo que todo estaba bajo control, cuando en realidad lo que se necesitaba era una cirugía mayor.

5.- No demorar la respuesta. Como ya se mencionó esto fue lo primero que no hicieron, dejando un vacío de comunicación que ahondó la crisis.

6.- Análisis continuo de la situación. Posiblemente se hizo, pero no se vio reflejado en su plan de comunicación.

7.- Balance honesto de la misma. Creo que el balance final de daños se hizo bien, pero en los balances intermedios no se llegaba a fondo en la medición del problema.

Quizá con una mejor política de comunicación no se hubiera evitado la crisis, pero si se hubiera podido atemperar.

Notas

¹ Álvarez, Tomás y Mercedes Caballero. Vendedores de imagen. Los retos de los nuevos gabinetes de comunicación, Papeles de comunciación número 18 de editorial Paidós, España, 1998.