



***¿ESTAMOS EN CRISIS O ESTAMOS?***  
***Las Pymes deben tener otra visión de la coyuntura***  
**JB MELEK**  
**Consejero Independiente**  
**Presidente de Arrendia-Solo Alquilo**

Miramar  
02.08.09

JB MELEK es un pseudónimo que utiliza Joan Baptista Aragonés Signes

Comerciantes inteligentes rodean El Corte Inglés, estudian sus acciones y reaccionan “robándole” clientes al amparo del tirón de su misma publicidad, utilizan su energía... En lugar de quejarse por la aparente “crisis” que provoca la apertura de un centro El Corte Inglés, aprovechan la coyuntura y le “roban” una parte de sus clientes... En el mismo mercado, y en el mismo momento, un gran número de comercios locales, se quejan por el mismo hecho, que según ellos, les condena a cerrar sus establecimientos, porque no pueden competir contra un *monstruo* como El Corte Inglés... *Unos abren y otros cierran*, unos ven una oportunidad y otros un riesgo. Es la Ley del mercado.

En la *crisis* actual, algunas empresas aprovechan la coyuntura para crecer y otras, mueren esperando que la mal llamada “crisis” pase y *vuelva a lucir el sol; que vuelva un pasado en el que fueron felices, ganaron dinero y comieron perdices...* Debo reconocer en público que tengo un hijo que lleva un *Piercing*, ¡*que barbaridad, un Piercing en la cara!*, ¡*qué escándalo...*!. He intentado de todo, pagarle para que se lo quite, buscar amigos que le convenzan... Sin embargo, el *Piercing* está en su lugar ¡*¿Qué puedo hacer?*. Un buen amigo me dijo, ¡**aceptalo!**. Y desde entonces, el problema es menor, porque estoy aceptando una realidad: mis hijos construyen su mundo que no es el mío, es el suyo, se visten, se comunican y se comportan a su aire y con sus formas. Lo importante no es el *Piercing*, si no lo que hacen con su vida... *¿Recordáis lo que hacíamos en los años sesenta para que nuestros padres aceptaran nuestras “melenas”, nuestro deseo ferviente de tener “pantalones acampanados de color rojo y amarillo” y las formas protestotas de actuar ...?*

Así es el mundo y así evoluciona, los seres humanos debemos seguir su ritmo. Unas veces nos gusta y otras no, pero el mundo siempre avanza y los seres humanos vivos, nos vamos adecuando a sus postulados. Los otros, los que se aferran a los tiempos pasados están muertos, *la vida está llena de seres humanos muertos que deambulan por sus calles a la espera de que les llegue el final de sus mal vividas vidas...*

El mundo siempre es real, el mundo es lo que es. Los mercados son reales, en cada momento emergen con toda su virulencia, para favorecernos o castigarnos en función de lo que hemos hecho, porque nosotros somos los únicos responsables de sus impactos. La responsabilidad no la tiene el mundo por la “desgracia”, ni la tienen los mercados, ni la tienen los políticos, ni de las multinacionales o las malvadas empresas de distribución que *“ahora me han echado a la calle porque mis productos los han sustituido por marcas blancas”*. El problema siempre es nuestro, porque somos los únicos responsables de encajar sus impactos.

**El mundo no esta en crisis, nunca lo ha estado, están en crisis los seres humanos que viven en el**, pero no el mundo, porque es real. La fantasía la tenemos las personas que lo habitamos, no el mundo. Si cae una bomba atómica en una ciudad, ésta no entra en crisis, tan sólo se transforma en algo horrible, pero no está en crisis. Quienes estarán en crisis serán las personas que viven en ella porque sufrirán sus efectos. Los mercados no están en crisis, tan sólo están, unas veces nos favorecen y otras nos perjudican, pero siempre se expresan como son. Estamos en crisis las empresas sufrimos sus efectos, pero no perdamos de vista que otros se aprovechan...

**La palabra crisis nos invita a la inanición.** Quién está en crisis está “*rebajado de servicio*”. Quien está en crisis, tiene “*perdón para vivir del cuento...*” La palabra “*crisis*” nos ayuda a transferir la responsabilidad a un tercero, a un ser superior a quien le cedemos la responsabilidad de nuestros actos, en quien delegamos la salvación de nuestras almas y de nuestras empresas. Están en crisis los que no aceptan el mundo en el que viven. Yo estuve en crisis cuando no acepte el *Piercing* de mi segundo hijo. *¿Cómo es posible que mi hijo lleve un Piercing ...?*

“*Por culpa de la crisis, no hay ni coches de alquiler...*” Las compañías de alquiler de coches no han comprado suficientes vehículos y los turistas no pueden alquilar coches....*¿Que mal está el país...!* Sin embargo, *¿Cuántas empresas pequeñas de alquiler de coches estarán aprovechando la coyuntura para crecer y hacer el agosto?*. Creo que todas aquellas que no están en “*crisis*”, porque sus directivos en lugar de estar esperando a que vuelva a salir su sol, han estado pensando y viajando más que nunca para saber como va a evolucionar el mundo y adecuarse al mismo..

Me sorprende ver como muchas empresas eficientes, competitivas y con recursos se asustan ante la mal llamada “*crisis*”. No se dan cuenta que la “*crisis* les presenta una oportunidad irrepetible para ganar cuota de mercado. No se percatan que las empresas eficientes compiten mejor cuando los mercados se constriñen, porque *cuando todo va bien hasta los tontos saben hacer negocio...* La crisis puede aportar oportunidades a las empresas que han sabido guardar recursos financieros, tienen capital humano y, sobre todo, modelos de gestión dinámicos que les permiten adecuarse a las cambiantes y dinámicas necesidades del mundo y de los mercados.

Que duro es vivir. Que malo es que el mundo cambie, *¿Cuánto me gustaban los bocadillos de blanco y negro!*, *¿Cuánto me gustaban los almuerzos santuarios, con vino y licores en abundancia..!*, *¿Cuánto me gustaba fumar, a todas horas y en todos los lugares públicos y privados!* *¿Cuánto nos gustaban las barrigas, muchos las conservaban con honor, sobre todo los banqueros!* *¿Cuánto me gustaba salir de la oficina y estar desconectado, de casi todo...!*. Estas cosas nos gustaban, pero se corresponden con un mundo que ya no existe. En el actual, son *anomalías o deleites esporádicos...* El mundo evoluciona y nosotros tan sólo podemos adecuarnos a sus postulados.

Ayer comí en un restaurante en “*crisis*”. Por una comida normal para una persona me cobraron 50,00 euros. El mismo importe que cobraban hace dos años. El restaurante estaba vacío. Su dueño esta esperando que se vuelva a llenar.... Desea que Zapatero y Rajoy pacten pronto, o que gane Rajoy para resolver la crisis y que su restaurante se vuelva a llenar... No se da cuenta, que ese mundo ya no existe, esos restaurantes medios con insuficiente diferenciación, no van a poder operar con eficiencia. Ese mundo del que vienen, ya no existe, estamos en otro, al menos en los horizontes temporales en los que podemos prever. En el mismo escenario y en el mismo momento, otros restauradores, se han dado cuenta del mundo en el que viven y han dado respuestas más adecuadas, para continuar viviendo y haciendo cosas similares:  
I.-Algunos han reconvertido sus negocios hacia el segmento popular, produciendo menús a 6 euros, comidas muy dignas a un precio módico. Conozco alguno de éstos restauradores que están creciendo al amparo de la crisis, comprando restaurantes a un precio de ganga, en los que reproducen un modelo adecuado para los tiempos.

II.-Otros han invertido, montando tiendas de venta de comida preparada.

III.- Y otros, los más elitistas, diferencian su oferta incrementando precios y servicios.

Todos se dan cuenta de que en el mundo en el que vivimos las cocinas particulares no se volverán a abrir, *no las abrirán ni los parados...*! El mundo no nos lleva a realizar los mismos actos que hacíamos en el pasado. Las personas desempleadas comen en restaurantes de comidas populares, en las tiendas que expenden comidas o compran la comida preparada en los supermercados en forma congelada, enlatada o al vacío, pero no cocinan, ni lo harán.

El mercado esta reaccionando, los seres humanos debemos saber leer sus postulados y adecuarnos a los mismos. Siempre ha sido así y siempre lo será...El futuro está por hacer, pero no suele ser una repetición del pasado.