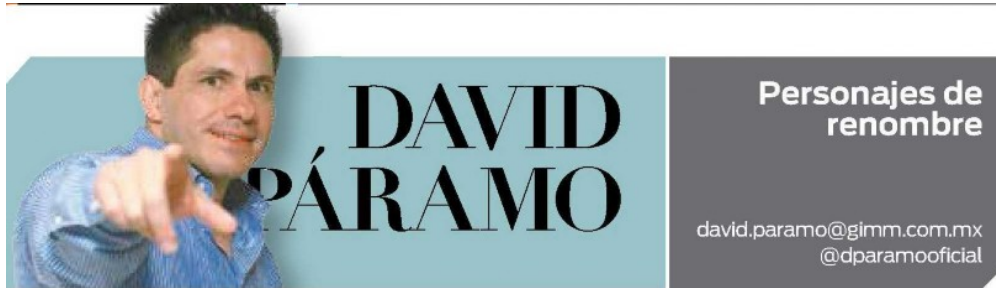


Fecha 18.09.2014	Sección Dinero	Página 4
----------------------------	--------------------------	--------------------



¿Grupo México, víctima?

■ *Lo único claro* es que si bien la empresa es mucho más grande que el daño causado a gran cantidad de sonorenses, en realidad ellos no le importan.

Después del grave daño ecológico causado por Minera México en Sonora, la estrategia de comunicación de la empresa de **Germán Larrea** ha sido francamente de pena.

Primero trató de minimizar los hechos, incluso con mentiras como decir que había sido por las lluvias y no como ha venido demostrando la autoridad, por fallas graves de control y mantenimiento que sólo son imputables a la empresa.

La segunda parte de la estrategia es preservar el valor de sus acciones. No se han cansado de filtrar entre sus "cuates" que las reservas hechas para enfrentar los daños que causaron son una parte ínfima de su capital y que el valor de sus títulos no se ha visto afectado. Vamos, hay quienes vinculan el hecho con el repunte que han tenido sus acciones durante las últimas sesiones en el mercado.

Lo único que deja claro es que si bien la empresa es mucho más grande que el daño causado a una gran cantidad de sonorenses, en realidad ellos no le importan.

La siguiente estrategia ha sido tratar de hacer creer que es víctima de quién sabe qué conspiración. Por ahí han tratado de inventar que **Germán Larrea** cayó

de la gracia del gobierno federal por exóticas razones que, como en toda mentira, no tienen ninguna clase de sustento ni explican por qué.

Como si el gobierno hubiera creado una conspiración de falta de mantenimiento en una mina de Minera México o que la hubieran aprovechado para quién sabe qué ridícula venganza. Se trata de una versión que, en el menos malo de los casos, es total y absolutamente inverosímil.

Para construir la historia de la víctima, durante el fin de semana comenzaron a propalar que **Germán Larrea** participa en la licitación de lo que podrían ser una o dos cadenas de televisión abierta.

Se trata de una versión prácticamente imposible, puesto que una de las reglas establecidas por el **Instituto Federal de Telecomunicaciones** es que los participantes en la licitación no pueden tener vínculos con el grupo preponderante en el sector de la radiodifusión. **Larrea** es miembro del Consejo de Administración de Televisa.

El mensaje, oculto, que trata de mandar es que busca tener sus medios para defenderse de los ataques que ha recibido de quién sabe qué conspiraciones impulsadas por sus publirrelacionistas.

El otro mensaje es que si no avanza en su intento de la subasta, porque no cumple con la regulación, le permitirá construir la narrativa de que la empresa es víctima de la administración de **Enrique Peña Nieto** por una factura que sólo existe en la cabeza de su directiva, pero que caerá en el terreno fértil de los que se distraen fácilmente.

RP's

Una buena parte de las empresas de relaciones públicas generan más problemas a las empresas que las contratan que los beneficios que supuestamente les aportan. Generalmente diseñan estrategias similares para todos los problemas.

En una empresa que tiene problemas financieros suelen decir que todo se debió a las circunstancias y tratan de hacer creer que todo es parte de una conspiración política o que los periodistas están vendidos o infamias similares.

Hay empresas, como por ejemplo Zimat, que no sólo recurren a esquemas similares sino que engañan a clientes tan ingenuos como torpes a quienes les tratan de justificar su incapacidad con mentiras. Una recomendación sería pedir pruebas o consultar directamente con el implicado.

El autor de esta colum-



Fecha 18.09.2014	Sección Dinero	Página 4
----------------------------	--------------------------	--------------------

na desde hace prácticamente 20 años no trata con empresas de relaciones públicas porque sabe, entre otras cosas, que la distancia más corta entre dos puntos es la línea recta.

Que no

Si el aumento al salario mínimo se hace por un acto de voluntad política, por decreto, no se beneficiará a los trabajadores como lo planteó nuevamente **Miguel Ángel Mancera** en la presentación de su Informe de Gobierno.

Aumentarlo de este modo, como lo demuestran las experiencias pasadas en México y recientes en América del Sur, sólo provoca fuertes repuntes en la inflación que se comen al aumento.

Reiteramos, la única discusión posible es en qué momento, cuándo y cómo se puede quitar al salario mínimo su carácter de unidad de cuenta. Si será por la vía de crear un nuevo indicador por parte del Banco de México e INEGI o si se dejará al salario mínimo como unidad de cuenta y se creará otra medición para el aumento del salario mínimo a través de la Comisión Nacional de los Salarios Mínimos.

Todo lo demás es una grave imprudencia que generará más efectos negativos económicos que positivos. Que dañará más a los trabajadores que se pretenden defender y a otros que hoy tienen salarios muy bajos.

En la medida en que se repitan los mismos supuestos ar-

gumentos a favor, se tienen que recordar los problemas. La única manera sería de incrementar los salarios reales (no únicamente los mínimos) a favor de la mayoría de los trabajadores es a través de la productividad y competitividad para lo que se requiere una verdadera Reforma Laboral.

Impacto

A dos meses de su creación, el impacto del Buró de Entidades Financieras ya puede comenzar a medirse. De entrada, se trata de un catálogo útil operado por la Condusef, que preside **Mario Di Costanzo**, producto de la Reforma Financiera como un contrapeso a las sociedades de información crediticia, que algunos siguen haciendo creer que se trata de una lista de los malos cuando, en realidad, es una herramienta fundamental para disminuir el crédito.

Condusef, ya con periodicidad publica listas de multas, sanciones y acciones que se aplican a las instituciones crediticias, las cuales no están teniendo ningún impacto en las decisiones de negocios de los consumidores.

Es un hecho que los usuarios de servicios financieros son muy poco sofisticados y toman decisiones mucho más con base en la publicidad y propaganda que en su beneficio económico. El dato más claro es que durante el año pasado más de la mitad de los cambios de afores se hicieron a una de menor rendimiento, lo cual deja muy claro que la gente no está tomando decisiones con el bolsillo sino por las acciones comerciales.

La estrategia ha sido tratar de hacer creer que es víctima de quién sabe qué conspiración.