

VANGUARDIA | MX

Los empresarios y el nuevo AMLO

[HERNÁN GÓMEZ BRUERA](#)

Aunque desde luego la figura de Meade —dos veces secretario de Hacienda— despierta mayor confianza y certidumbre entre el establishment empresarial y financiero, sería equivocado asumir que estos sectores se alinearán automática y abrumadoramente en contra de López Obrador.

En los últimos días he podido conversar con empresarios que han decidido apoyar a AMLO en su campaña. Más allá de los nombres que se han hecho públicos —como el de Alfonso Romo, Marcos Fastlich o Miguel Torruco—, hay muchos otros que están apoyándolo.

Varios de los que se han acercado a AMLO, sin embargo, prefieren no hacerlo público porque temen sufrir hostigamiento y represalias por parte del gobierno.

Están conscientes de que lo que menos quiere el régimen son ejemplos de empresarios que apoyen la candidatura de AMLO porque esto tira abajo la narrativa que buscará imponer el PRI de un López Obrador idéntico a Nicolás Maduro.

Dentro y fuera de México, los empresarios cada vez entienden más que una cosa es la retórica que ha caracterizado a AMLO y otra, muy distinta, su actuación concreta. El mejor ejemplo es su experiencia de gobierno. Quienes lo conocieron al mando del GDF suelen tener impresiones bastante positivas: “ejecutivo”, “resolutivo”, “honesto” y “buen administrador”, señalan.

Recuerdan su espíritu emprendedor, el haber brindado incentivos fiscales para promover desarrollos inmobiliarios, la construcción de la mayor parte de las edificaciones contemporáneas en el Paseo de la Reforma y el manejo responsable que hizo de las finanzas públicas de la Ciudad, donde la deuda tuvo la nota más alta de calificadoras **como Moody's y Standard and Poor's**.

Llama la atención que la incertidumbre que hoy existe en algunos sectores del mundo financiero sea mayor dentro que fuera del país. Citigroup, Scotiabank o Credit Suisse, por ejemplo, han publicado reportes relativamente positivos sobre AMLO, que tiran abajo muchos mitos. Scotiabank apunta que AMLO está más cerca de Lula da Silva o de José Mujica que de Hugo Chávez.

Hay distintas razones por las cuales una parte del empresariado apoya la candidatura de López Obrador. Algunos, porque les preocupa el crecimiento mediocre de la economía mexicana, otros por una genuina preocupación social. Los más, por hartazgo frente a la corrupción.

Otros empresarios, aunque no lo apoyen, han dejado de ver a AMLO con temor y animadversión. Entre muchos representantes del Grupo Monterrey, donde Romo ha jugado un papel importante, transita con mucha más facilidad que en el pasado. Es sabido, además, que la relación con Televisa y TV Azteca pasa por un buen momento.

Naturalmente, López Obrador también ha cambiado. Cada vez habla menos de la mafia del poder y, cuando lo hace, es para referirse a políticos, ya no a los empresarios. Muchos ven hoy un “nuevo AMLO”, más tolerante y sereno, más abierto y propenso a escuchar e incluso “más globalizado en sus ideas”.

Algunos de estos empresarios han participado en el proyecto alternativo de nación: un documento de más de 400 páginas que incluye muchas de sus propuestas. Su participación en la elaboración de este programa ha rebajado el tono ideológico de la propuesta lopezobradorista y hoy varios se sienten reconocidos en ella.

AMLO convence y persuade a buena parte de los empresarios que se sientan a conversar con él. Los que todavía lo satanizan probablemente nunca se sentaron en la misma mesa. Morena, el equipo de campaña López Obrador y sus hijos —que juegan un papel cada vez más importante— deben continuar acercándose al sector empresarial y hacer a un lado sus propios prejuicios.

No cabe duda que hoy el camino de la moderación y la apertura es el de la izquierda posible; el único que puede permitir que para el centro-izquierda la tercera sea la vencida.

[@hernangomez](#)