

¿Es tu empresa políticamente vulnerable?

Uno de los grandes desafíos de los empresarios es asumir que sus negocios son un activo atractivo para políticos ávidos de construir una plataforma electoral que les dé nombre y les permita escalar a nuevas esferas de influencia. Con frecuencia la iniciativa privada siente desprecio por la actividad política y cuando sus planes de inversión enfrentan obstáculos por parte de individuos o grupos políticos, reacciona mostrando enojo contra aquellos incapaces de comprender la importancia y beneficio de sus proyectos.

En el cambio que representa el gobierno de Andrés Manuel López Obrador hay muchas empresas que son políticamente vulnerables porque operan en rubros en donde se cuestiona su beneficio social, se han visto envueltas en controversias o sus líderes son identificados por detractores como parte de la “mafia en el poder”. Es redituable para políticos, movimientos o partidos criticar a estas empresas e impulsar iniciativas populares que pongan en entredicho su operación y crecimiento.

En el caso de las empresas públicas, muchos fondos de inversión, instituciones financieras, analistas, agencias calificadoras de deuda y riesgos e inversionistas individuales estarán muy atentos a cómo las empresas que les interesan sortean los temporales que se avecinan con el nuevo gobierno.

El nivel de vulnerabilidad política de una empresa podría medirse evaluando cuatro elementos:

1.- Giro de la empresa/sector: hay sectores que operan en un ambiente de alta rentabilidad política. Su operación es fuente de polémica, afecta a amplios sectores de la pobla-

COLABORADOR INVITADO

Antonio Ocaranza Fernández

Director de Oca Reputación

Opine usted:
aocaranza@ocareputacion.com
@aocaranza



ción, enfrentan a grupos organizados que critican su operación y, a pesar de estar sujetos a una regulación estricta, están amenazados por mayores restricciones. En este sentido, un discurso político que se finque en regular más los servicios bancarios y tasas de interés, el costo o abasto de artículos de consumo masivo, energía o servicios de transporte, los efectos sobre la salud de alimentos o productos procesados o el impacto en el medio ambiente y en comunidades vulnerables, pueden ser exitosos porque encuentran amplio eco en consumidores y electores.

2.- Relación con el gobierno: si el negocio de la empresa tiene una vinculación con el gobierno, el escrutinio político es inevitable. En México sentimos una suspicacia natural por empresas cuyos negocios dependen de contratos con gobiernos a través de licitaciones, concesiones o compras directas. De ahí que empresas constructoras, de energía o mineras o que venden productos y servicios al gobierno, desde medicinas hasta servicios de informática, sean

apetitosos platillos políticos.

3.- Debilidad reputacional: empresas que no han podido proteger o restaurar su reputación de recientes escándalos son blanco de ataques políticos que se nutren de la impresión generalizada de un proceder incorrecto. La vulnerabilidad es mayor si el escándalo está relacionado con un acto de corrupción que involucra a alguna autoridad desgastada y con baja credibilidad.

4.- Líderes polémicos: el capital político de las empresas también está ligado a la personalidad y reputación de sus líderes. Las que más sufren están presididas por personajes polémicos que han dedicado muy poco tiempo y recursos a la construcción de una reputación que les ayude a sortear momentos de crisis. Estos líderes son fácil blanco de críticas y casi nadie sale en su defensa cuando son atacados públicamente.

Muchas empresas pueden caer en alguno de estos supuestos, pero si cumplen con más de dos resultan un excelente manjar para políticos que han ascendido con la ola de la última elección sin un programa preciso y están en la búsqueda de una causa y un propósito que le dé sentido a su nueva posición de poder. Hoy es más importante que nunca que las empresas sepan cómo defender sus proyectos y vender sus beneficios desde una perspectiva política de manera que puedan construir una red de aliados más amplia. Los empresarios que asuman que sus actividades son atractivas para políticos necesitados de votos y popularidad podrán desarrollar estrategias que les permitan asegurar mejor la continuidad de sus operaciones y el crecimiento de sus negocios.