

La crisis global y el impacto negativo del "efecto multiplicador"



Por Magdalena Scarpatti - Exclusivo para Comercio y Justicia



Recuerdo de mis clases de economía un concepto que se llamaba el "efecto multiplicador". Dentro de una fórmula expresaba que por cada peso que uno gana de más, hay una porción de consumo que ingresa al bolsillo de otra persona, ésta tiene más para gastar, lo gasta, y este dinero ingresa a otra persona y así sucesivamente, con lo cual el efecto inicial de incremento en la economía es mayor que el inicial.

Esto me trajo a la memoria un cuentito. Resulta que un hombre vivía en la orilla de un camino y vendía choripanes. No tenía radio ni televisión ni leía periódicos, pero hacía y vendía buenos choripanes. Se preocupaba por la divulgación de su negocio y colocaba carteles de propaganda por el camino, ofrecía su producto en voz alta y el pueblo le compraba. Las ventas fueron aumentando cada vez más, compraba el mejor pan y el mejor chorizo. Luego fue necesario comprar un carrito más grande para atender a la creciente clientela. El negocio prosperaba y su choripán era el mejor de la región. Venciendo su situación económica inicial, pudo pagar una buena educación a su hijo, quien fue creciendo y fue a estudiar Economía en la mejor universidad del país. Finalmente, su hijo ya graduado con honores, volvió a casa y notó que su padre continuaba con la misma vida de siempre y tuvo una seria conversación con él. Le dijo: "Papá, ¿usted no escucha la radio? ¿No lee los periódicos? Hay una gran crisis en el mundo y la situación de nuestro país es crítica ¡Todo está mal y el país va a quebrar!".

Después de escuchar las consideraciones de su hijo, el padre pensó: si mi hijo es economista, lee diarios, ve televisión, entonces sólo puede tener la razón y, con miedo de la crisis, el viejo buscó el pan más barato (más malo) y comenzó a comprar el chorizo más barato (el peor) y para economizar dejó de hacer sus carteles de propaganda. Abatido por la noticia de la crisis ya no ofrecía su producto en voz alta ni atendía con entusiasmo a sus clientes. Tomadas todas esas precauciones, las ventas comenzaron a caer y llegaron a niveles insostenibles. El negocio que antes generaba recursos para que el hijo estudiara economía, finalmente quebró. Entonces, el padre, muy triste, le dijo al hijo: "tenías razón, estamos en medio de una gran crisis". Luego le comentó orgullosamente a sus amigos: "Bendita la hora en que envié a mi hijo a estudiar economía, él me avisó de la crisis"...

Del cuento se puede aprender que aun en medio de la crisis podemos construir nuestra realidad, seguir vendiendo choripanes con calidad, poniendo entusiasmo. Si entregamos nuestras mentes, capacidad y ganas, la crisis nos ganará. Reduciremos nuestros consumos, contrataremos menos personas y así el efecto multiplicador tendrá un efecto negativo mayor que el original; habremos transformado la crisis en una realidad.

Como argentinos hemos vivido muchas crisis, tenemos cintura para superar los obstáculos. Desde la inteligencia emocional podemos decir que nuestro sistema límbico posee un inventario de experiencias y situaciones similares a ésta y hasta peores, con lo cual tenemos recursos para afrontarla.

El gran desafío es no dejar que el miedo y la incertidumbre condicionen nuestras decisiones. Somos protagonistas y creadores de nuestra realidad, no actuamos automáticamente o por mandato sino por elección. Vivimos en un contexto y se trata de crear algo con lo que recibimos, sea lo que fuere. Se puede pasar de reactivos a creadores, moviéndonos así de un nivel pasivo de mente y conciencia a otro activo y creativo. Se trata de hacer limonada cuando nos tiran limones.

** Contadora, MBA y directora de Tus Talentos en Acción.*

IMPORTANTE: Los comentarios publicados son de exclusiva responsabilidad de sus autores, sobre quienes pueden recaer las sanciones legales que correspondan. Además, en este espacio se representa la opinión de los usuarios y no de Comercio y Justicia Editores y comerciojusticia.info. Los textos que violen las normas establecidas para este sitio serán eliminados, tanto a partir de una denuncia de abuso por parte de los lectores como por decisión del editor.