

## **Las Pintan Calvas...**

*Pocas son las oportunidades que se llegan a aprovechar haciendo las cosas igual que antes...*

Con signos encontrados y no tan halagüeños para el 2008, lo mejor que podemos hacer es aprovechar algunas de las oportunidades que estos mismos tiempos nos ofrecen. Algunas son conocidas –al menos ya nos fueron referidas en ocasiones anteriores- y otras son verdaderamente nuevas, en parte por la exacerbación de algunas tendencias y también por la emergencia de nuevas formas de abordar los negocios.

La competencia externa que se traduce en mayores importaciones de plásticos, la interna que nos lleva a pelear por una rebanada mayor de un pastel del mismo o de menor tamaño, la informal y la ilegal que, al quebrar las reglas, nos empujan a luchar fuera del ring, son los frentes más obvios aunque no necesariamente donde se alojan, “per se”, las mejores oportunidades.

La mercadotecnia verde emprendida por los dueños de las marcas, la migración de las empresas a otros negocios, productos o mercados, el reemplazo de las materias primas convencionales por otras con mejor disponibilidad así como algunas “Megatendencias” que en poco tiempo podrían cambiarle la fisonomía a nuestra industria son algunas de las carreteras por las que transitan esas nuevas oportunidades y que implican ya no hacer más de lo mismo.

Albert Einstein lo dijo hace tiempo, con mucho tino y razón: “*No podemos resolver los problemas con la misma forma de pensar que empleamos cuando los creamos*” (los problemas). Si, como reza el dicho, las oportunidades se pintan calvas, no esperemos que un postizo o un Ma Evans nos resuelvan la alopecia.

Wal-Mart, Sears y muchas corporaciones más, dueños de las grandes marcas, se tiñen de verde y arremeten contra todo lo que suena a contaminante, dañino al ambiente o a la salud porque así influyen –para su beneficio- en un consumidor cada día más reticente a los riesgos personales y más “ecologizado” (dícese de aquel gentil converso a las doctrinas y dogmas ecologistas). Si esta tendencia la vemos como amenaza, más nos conviene irle buscando comprador a nuestras empresas aunque, si la vemos como oportunidad, podemos rehacer e imprimirle nuevos bríos a nuestro negocio. Cuestión de enfoques...

Seguir soplando botella genérica o haciendo “bolsa de carita” nos lleva sólo a una de dos: o somos los más grandes y los más eficientes o nos veremos penando como escualos para no descender.

Emigrar del negocio actual, es decir, del producto o del mercado donde ahora estamos para ir en busca de otros donde podamos aprovechar mejor nuestro talento, recursos y capacidades para construirnos otras posibilidades de éxito no es señal de debilidad ni de cobarde retirada sino de oportuna sabiduría (como Romano con la Libertadores). Pensar en el rotomoldeo (mas no en los tinacos) o buscar una complementación con industriales de Centroamérica son sólo ejemplos de las muchas “migraciones de negocios” a nuestro alcance.

Como les comenté en la anterior **Carta al Industrial**, desempeñar el cristal y “enchinarnos” la visión para aprovechar el valor de los **plásticos usados** es una gran área de oportunidad, aunque implica quitarnos de la cabeza que las vírgenes son mejores (las resinas, por supuesto). Muchos de nuestros proveedores se dedican a la compra-venta de resina virgen de importación y, dicho sea de paso, son muy buenos marchantes, “*marchands*” o “*traders*” (elija usted el idioma). ¿No podrían ofrecernos **plásticos usados** de importación?

En los plásticos, ya desde hoy y más en el futuro (y como dirían los chavos) **lo chido es lo “nano” y lo “bio”**. Los aditivos basados en nanotecnología ofrecen propiedades en los productos finales muy superiores y en algunos casos asombrosas respecto de lo que usamos en la actualidad. Los hay en cargas, pigmentos, ayudas de proceso y demás. Cuestan, kilo a kilo, bastante más de lo que hoy paga por un talco común y corriente o por un concentrado de estearato molido en Osterizer pero su producto sería mejor que el de sus demás competidores y no dudo que más económico para sus clientes.

Aunque el PLA no es santo de mi devoción, porque creo más en el reciclaje que en la biodegradación, no está por demás intentarle con algunos **biopolímeros** que, al menos, pintarían de verde su producto aunque bien pudieran darle una buena ventaja sobre sus competidores.

En fin, que las oportunidades no son escasas ni están en la estratósfera. Las tenemos más cerca de lo que imaginamos y solamente tenemos que quitarnos el estigma del “no se puede” e intentarlo. Lo peor que le podría ocurrir es que la aventura no funcione y tenga que vender su fábrica. De todas formas, si se queda inmóvil y se aferra a hacer “más de lo mismo”, el destino lo alcanzará antes de lo que se imagina... ¿O no?

Atentamente,

Eduardo de la Tijera Coeto

P.D.: El **Café Plastitlán** reabrió sus puertas con algo que les encantará a muchos habitantes del DF: [una terraza para fumadores...](#) Les invito un cortado doble o un capuchino. Visítenos en <http://cafeplastitlan.blogspot.com/>