

# EL SECRETO DE SALINAS

CUBICULO ESTRATEGICO de Carlos Mota, Milenio Diario

2/Jul/03

El secreto de Salinas fue contar con un asesor de primer nivel. Sensato en extremo, su asesor le proveyo de toda clase de herramientas para desmitificar conceptos muy anclados en Mexico, como el excesivo uso irracional del poder. Desposeido de mitos autoritarios, Salinas ha ejercido un liderazgo participativo, y entra en nuevas aventuras tan pronto divisa oportunidades. Nada lo para.

Ricardo Salinas es la mezcla perfecta entre el emprendedor con arrojo y el administrador que ejerce controles adecuados. Quizá esto último tiene que ejercerlo todavía más, pues la compra de Iusacell fue duramente criticada y su orientación hacia la adquisición de empresas debe equilibrarse con la obtención de rentabilidad interna.

Salinas vive una paradoja que todo empresario debiera buscar: crear nuevos negocios a partir de la explotación de su competencia central, y controlar su crecimiento. En Elektra esto ha funcionado, aunque no sin problemas. Hace unas semanas, la empresa dirimió públicamente el tema de la calificación de su deuda, culpando a Moody's de falta de profesionalismo por haber degradado su opinión respecto de la empresa. Moody's había castigado a Elektra por los altos costos de iniciar el Banco Azteca.

Ricardo Salinas es poco popular entre la clase intelectual de este país, pero en realidad es uno de los hombres de negocio más envidiados porque encontró la solución a una ecuación que muchos ni siquiera observan: servir con productos de alto valor agregado a las clases populares. Nadie lo hace tan bien como él.

El asesor de Ricardo Salinas se llama Ichak Adizes, quien estuvo en México invitado por Sam Podolsky y por Roberto Salinas para hablar ante una nutrida audiencia empresarial, compuesta entre otros por José Luis Romero de Bancomext, Carlos Villagómez de la casa de bolsa Arka, y Jorge Familiar, de la CNBV.

Pero los asesores cobran sentido si el asesorado escucha y logra instrumentar los planes diseñados. Salinas es muy inquieto, cada año anda abriendo un negocio nuevo o comprando algo. Podría pasarsele la mano. La acción de TV Azteca en Wall Street todavía no recupera el valor de 16 dólares que llegó a tener en 2000. Por ello, los hombres cercanos de Salinas, Javier Sarro y Pedro Padilla, deben contener el ímpetu emprendedor de su jefe. Adizes puede ayudarlos en eso. Ya lo hizo para Royal Shell y para Bank of America. Grupo Salinas está en el camino.

Ricardo Salinas está en el mejor de los mundos. Entre más emprenda en negocios con sinergia, más valor accionario creará. Además, no se saldrá del debate nacional. Lo encara y promueve. Ahora en julio por ejemplo patrocinará a The Economist en la 13va. mesa redonda con el Gobierno de México, al que asistirán Vicente Fox y varios secretarios. El tema está bueno: "Paving the way for change".