

BERLOT, Jean-Christophe (1997): *La crise? C'est moi!*, París, L'Harmattan.

Un libro con título de anuncio publicitario llama la atención, pero también pone en guardia al lector avisado que no busca lugares comunes, y hace indispensable tener noticia del autor, de su formación y experiencia. Jean-Christophe Berlot es ingeniero de «l'Ecole Centrale de París», y «Master of Science» de la Universidad de Stanford. Director de misión en un gran gabinete de consultoría, interviniendo ante las Direcciones Generales de varios grupos de Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) para mejorar sus prestaciones futuras. Méritos bastantes inicialmente para aventurarnos en la lectura de un libro que nos arrastrará hasta el final de sus 219 páginas, deseosos de completar su lectura.

Jean-Christophe Berlot inicia su razonamiento pragmático con una evidencia empírica, no por obvia menos impactante: confiar en la acción política de las autoridades públicas, para solucionar el paro, carece de todo sentido transcurridos ya 25 años oyendo esta o aquella propuesta de política económica, sin que ninguna de las medidas hayan aportado solución alguna a la crisis.

Paro, pobreza, y aceptación de un gasto público creciente soportado por «los que quedan», van emparejados con la desresponsabilización individual, en la que Berlot halla la causa más grave de la crisis actual. La crisis se ha instalado en la vida colectiva como consecuencia de las actitudes de cada uno de nosotros, y que Berlot radica correctamente en el individuo: empresarios, directivos, mandos intermedios, trabajadores de cuello blanco, o de mono azul, todos son causantes y copartícipes de la crisis con sus actitudes en las empresas. Y para todos ellos vale el párrafo que Berlot destina a los parados:

«Por el contrario, si no ha comprendido, después de todos estos años de vida profesional, que el cliente —el comprador, el usuario— es su mayor riqueza, una riqueza que se cultiva, que se respeta, que se protege porque da vida..., entonces, parado quedará» (pág. 58).

No profundiza Berlot, es verdad, en la emergencia de restricciones sociales, colectivas, que se derivan de las interacciones individuales. No importa, no menoscaba el valor del libro, puede quedar para otra ocasión o para otro autor. Berlot, con este libro, ya nos proporciona materia de reflexión suficientemente importante, nos suministra experiencias ciertas (así se lo creemos) de sus actividades en el mundo empresarial, principalmente como consultor, sin desvelar nombres.

Nacidos en un contexto de economías «organizadas», el trabajo de cada uno contribuye a la creación de una riqueza mayor de la que individualmente conseguiría; pero, a su vez, «La organización del sistema induce mi nivel de valor añadido... revaloriza mi trabajo» (pág. 71). En definitiva, se trata de elevar lo más posible este valor añadido por individuo o grupo de individuos, lo que determinará la competitividad, sabiendo que «Cuanto más competitivo se es, más se sabe hacer “más con menos”, y más rico se es» (pág. 73).

Precisamente por la competitividad, Berlot gira el argumento conformista y justificativo de que las empresas lanzan al paro a sus trabajadores para ser competitivas, cuando lo que debiera decirse es que precisamente porque no son competitivas no contratan, poniendo énfasis en la causa y no en la consecuencia (aunque él mismo sólo se haya percatado del hecho en sí).

Crear nuevas actividades para crear nuevos empleos, y saber organizarnos para generar riquezas es el broche de cierre de la primera parte del libro.

La segunda parte la titula «Yo soy una empresa», nuevamente con el propósito de hacer tomar consciencia de la responsabilidad de uno mismo ante el empleo, ante su trabajo presente y futuro: «Yo tengo, como cada uno, competencias (en el sentido de capacidades) únicas. No puedo esperar que la sociedad las descubra sola. Es a mí a quien corresponde hacer valer mi competencias» (pág. 84).

En la cadena/circuito de la economía, de los procesos de satisfacción de necesidades, en que los actores son proveedores o clientes (unos tras otros), la competencia (en el sentido que ya hemos dicho, de capacidades/cualidades), ha de consistir en proponer al cliente aquello que no espera, que tal vez ni haya imaginado. No se trata, pues, de vender el producto que ya tenemos, sino más allá, imaginar y ofrecer qué necesita, qué le conviene, qué le atrae, qué le solvetamos.

Pero las competencias no bastan por sí solas:

«Las competencias, por brillantes que sean, no bastan jamás para desarrollar una empresa. Falta todavía combinarlas, multiplicarlas, animarlas (en el sentido de estimularlas, movilizarlas) para producir el mejor valor añadido» (pág. 128).

La tercera parte, intitulada «Superar la crisis», comienza poniendo en relieve la distancia que seapara a los hábitos necesarios en la Empresa, de los que recibimos por medio de la Educación, estableciendo paralelismos entre comportamientos habituales en la escuela y en la empresa, desde el ángulo de lo que es negativo para esta última y se ha forjado en la escuela.

Berlot trata el valor añadido del dirigente en una sección en la que recoge los problemas de actitud y de relación del dirigente, hacia arriba (con el dueño), y hacia abajo (con sus subordinados). Suscitar la creación, proteger la idea nueva del ataque que emana de la rutina, evitar que los problemas de organización, de burocracia, de actitud principalmente, arrasen la idea de que dé sus frutos.

Tarea principal es la de encarnar los objetivos, especialmente el objetivo común. Objetivos claros, movilizados. A veces en forma de consigna, a veces mediante metáforas, construyendo el objetivo conscientemente, con energía «para convencer, para interesar, para motivar, para movilizar» (pág. 191).

El dirigente puede tomarse el tiempo para anticipar, tiene la legitimidad necesaria para reservar parte de su tiempo, y tiene la obligación de hacerlo en beneficio del futuro. Y tiene también la misión de educar, de ampliar el campo de los posibles y ampliar la visión de síntesis de sus colaboradores, como nos lo recuerda Berlot.

Todo un canto al futuro desde la responsabilidad individual cerrará las últimas páginas del libro, y que puede resumirse con las palabras y con la pasión del propio Berlot:

«todo mensaje del libro está ahí: somos, cada uno, creadores potenciales, empresarios, fuerzas, oportunidades únicas para nuestra sociedad» (pág. 204); «He buscado intensamente cuál era mi misión. No he encontrado más que ésta: yo, ciudadano de este país y del mundo, yo tengo como misión traer un proyecto y vivirlo» (pág. 208).

No me queda sino sugerir explícitamente, por si no lo logré implícitamente, la lectura de este libro repleto de riquezas que aquí tan sólo he insinuado.

FERNANDO GUSTAVO JAÉN COLL

XV PREMIO CONTINENTE DE PERIODISMO (Modalidad: «Consumo y distribución comercial»)

MELLE, M. (1997): «¿Qué ha conseguido hasta ahora la Ley de Comercio?», *Anuario de Finanzas*, 1997, Grupo Negocios.

El pasado 21 de abril se entregaron los Premios Continente de Periodismo, en su XV edición. Este certamen se celebra sin interrupción desde 1983 con el fin de premiar la labor de los profesionales del periodismo español en las modalidades de «tema libre» y «Consumo y distribución comercial». En esta ocasión, los ilustres miembros del Jurado, presidido por el señor D. Pedro Laín Entralgo y formado por los señores D. Diego de Alcázar, D. Miguel de Haro, D. Luis del Olmo, D. Ignacio Garralda, D. Fernando González Urbaneja, D. Juan Hoyos, D. Enrique Moya y D. Juan Soto, han tenido a bien premiar, en la modalidad de «Consumo y distribución comercial» a una antigua alumna de nuestra Escuela: Mónica Melle Hernández. Fue precisamente en la Escuela Universitaria de Estudios Empresariales (EUEE) de la Universidad Complutense de Madrid (UCM) donde la profesora Melle inició sus labores docentes e investigadoras colaborando con el profesor Dr. D. Luis Corral Guerrero, Catedrático de Derecho Financiero y Tributario. La autora del artículo premiado, además de Diplomada en Ciencias Empresariales por la de la UCM, es Doctora en Ciencias Económicas y Empresariales por la misma Universidad y Actuario de Seguros.

Tres son al menos las razones que nos han motivado a incluir en las páginas de nuestra Revista el texto íntegro del artículo premiado, fruto de una investigación que la Dra. Mónica Melle realizó hace ya unos meses, sobre «La Ley de Comercio y sus efectos económicos». En primer término, es motivo de gran satisfacción y orgullo para todos nosotros, el paso de su autora por las aulas de la EUEE de Madrid, así como su colaboración con el profesor Dr. D. Luis Corral,