

COVID19 – Crisis, profecía autocumplida

Las expectativas personales negativas se contagian a las expectativas negativas de las empresas, por lo tanto retraen los negocios al reducir el aparato productivo, virus contagioso que podría dañar la reactivación.

La crisis la generamos nosotros por la expectativa de lo que podría pasar, esto es fomentar que la crisis ocurra, examinemos el siguiente relato de Gabriel García Márquez.

Una mujer un día se levantó con una corazonada alucinante: «Algo terrible va a pasar en este pueblo».

Muy segura se lo advirtió a su hijo en el desayuno y éste se lo dijo a sus amigos. Los amigos propagaron la noticia entre sus familiares y vecinos. Al atardecer todo el pueblo comentaba la premonición y estaba en la plaza esperando una desgracia inevitable. La zozobra era desesperante. De pronto alguien decidió abandonar el pueblo y los demás siguieron su ejemplo. Algunos prendieron fuego a sus casas y el incendio se propagó. En su retirada la mujer del principio miró hacia atrás, vio las llamas y el humo y le susurró a su hijo: «Yo te lo dije, yo te lo dije».

Este es un buen ejemplo de un fenómeno llamado "profecía autocumplida". O sea, una predicción que se convierte a sí misma en la causa de que un hecho se haga realidad.

En la economía real que estamos viviendo existe una crisis de oferta temporal y crisis de demanda por expectativa. El sector productivo tiene limitada su capacidad productiva y ha bajado la velocidad de generación de riqueza, pero el principal problema es de la demanda.

El empleo es un activo que genera flujos a través del tiempo y la probabilidad de quedarte sin empleo ha aumentado en todos los casos, pero más bien lo que aumentó es la creencia personal de una mayor probabilidad de quedarte sin empleo.

Por lo tanto se retrae el consumo por el miedo del que va a pasar, porque no sabemos "que va a pasar mañana", este miedo contrae la demanda a bienes de primera necesidad, entonces la oferta a más de estar parada por la crisis del COVID19 se acentúa porque los clientes no están interesados a comprar esos bienes.

Por eso, en una crisis hay que tener extremo cuidado con lo que hablamos, compartimos e interpretamos ya que podemos terminar siendo profetas de lo que esperamos. Hay casos en los que una empresa o una entidad financiera han estado al borde de la bancarrota debido a los rumores, no dejemos que esas visiones dañen la estructura de nuestro país

El desafío, entonces, no es negar la crisis, sino asumirla con una actitud positiva, abiertos al cambio y a la esperanza. El reto es irradiar confianza y ser protagonistas de una transformación necesaria.

Al fin y al cabo, la crisis es una maestra que nos invita a soltar lastre, renovarnos y mejorar.