

La última pepsicola del desierto

Guido Zuleta Ibargüen

El conflicto planteado entre las transnacionales de las negras colas, con el Grupo Cisneros como intermediario o beneficiario más directo, ha sido objeto de alto interés nacional.

Para el ministro de la Secretaría de la Presidencia, Asdrúbal Aguiar, -*El Nacional* 21-8-1996- este conflicto hay que analizarlo positivamente pues «debe verse como parte del creciente interés de los inversionistas extranjeros por mantener su capital en el país».

Aparecen cortos publicitarios en la televisión tratando de introducir o ampliar la penetración de algunos refrescos para aprovechar el desconcierto. En río revuelto...

Los protagonistas directos se enfrasan en una querrela en varios niveles tendiente a reconquistar o consolidar el espacio de demanda de la marca, según sea el caso. En ocasiones pareciesen asumir un aire novelesco, con frases como «Cocacola es mi nuevo amor». Para ser contrarrestados con respuestas con contenido moral: «No vamos a actuar como los Cisneros». *El Nacional* 21-8-96.

La mayoría de la población, en medio de la estrechez ya largamente sentida, sigue los sucesos asumiendo una conducta parecida a la del espectador de lucha libre. Siempre y cuando, claro está, ese espectador no sea uno de los trabajadores despedidos en medio de la trifulca.

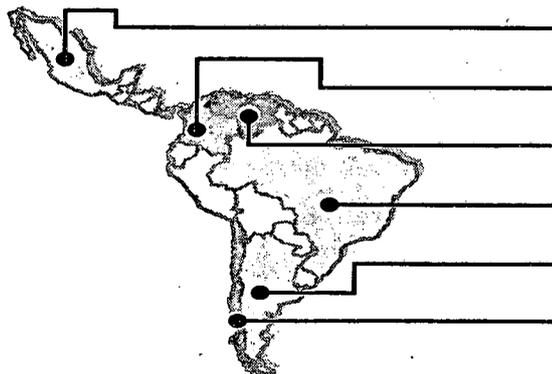
En el trasfondo, pareciese ser una contienda simplemente privada entre dos actores que compiten en el mercado local. Una demostración palpable de la libertad pregonada cuyos vencedores y vencidos se reflejan en el mercado de valores. También puede analizarse este conflicto en fun-

¿Oro negro?

En Latinoamérica Coca-Cola tiene una participación de 55% en las ventas de refrescos y un consumo anual promedio de 157 botellas de ocho onzas per cápita. Actualmente sus productos se venden en más de 35 países del continente americano y existen más de 380 plantas embotelladoras



Participación en el mercado durante 1995



EL NACIONAL

ción de lo que el P. José Ignacio Rey llamaría los valores del mercado.

¿Existen valores en juego? Se supone que son aquellos que la libertad logra manifestar en los contratos entre las partes con un arbitraje legal que debiera dirimirse en el marco jurídico del país.

La magnitud de los activos en juego hace del conflicto algo mucho más trascendente que uno de los pleitos comunes y corriente que se ventilan diariamente en los tribunales.

Cisneros oferta -como remanente de la adquisición de su nuevo amor- 6 plantas embotelladoras, 1.400.000 cajas de Pepsi y 500 camiones. Se menciona un precio base de 100 millones de US\$, unos 47.500 millones de bolívares. Y se ofrecen estos activos

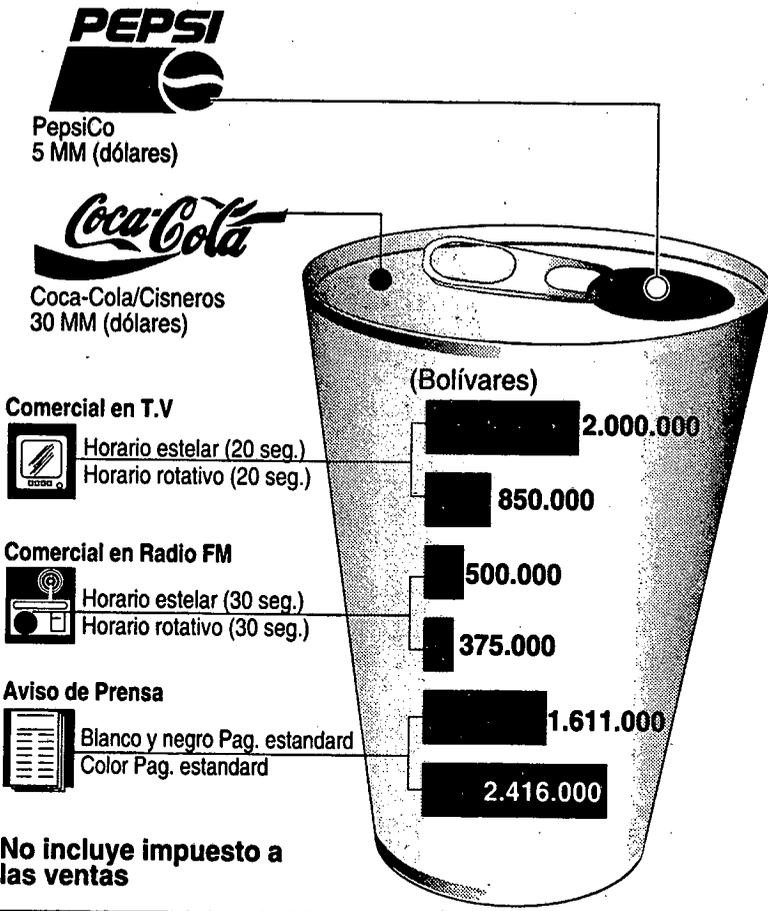
como primera opción al antiguo amor. Es decir a la deshechada Pepsicola.

La Pepsicola inició las gestiones para una demanda al malqueriente por un monto equivalente a otros 100 millones de US\$ por violación de su contrato, de acuerdo a las cláusulas allí contenidas. Y el presidente de Pepsicola Panamericana, Alberto Uribe -*El Nacional* 27-8-96- califica a la acción de Cisneros como «una enorme trastada para con una compañía que con él siempre fue muy noble. Lo que hizo fue embarrar su nombre».

Para muchos, sin embargo, especialmente de gente vinculada al mundo de las finanzas, las acciones del caso son simplemente un cálculo frío que debe ser aplaudido como audaz. Cumple con las cláusulas. Indemni-

Guerra de mensajes

La inversión que emprenderán en el país los dos fabricantes de refrescos más grandes del mundo comenzará a caer en cascada sobre la economía a partir del sector publicitario



Fuente: Agencias de publicidad

EL NACIONAL/Juan Miguel Ortiz

za. Y actúa en el mejor beneficio de tu persona o grupo. La lealtad tiene su precio.

En este caso, parece ser que está estipulado en los 100 millones de dólares que representa la multa. Se cancela la multa y no hay problema. ¿Cuál por lo tanto es el embarramiento aludido de nombres?

Quizás en este marco de análisis, en este tipo de reglas de juego contractuales, del mayor beneficio personal como norte exclusivo de las decisiones, los analistas financieros tengan plena razón. Los actos de este tipo son plenamente esperables. Y cuanto más sensacional y sorprendente el hecho, más genial el jugador.

Y son los valores del mercado llevados al extremo. Casi podría decirse al extremo caricaturesco, si no fuera porque nos los restrega la rea-

lidad cotidiana de los hechos.

Las normas de convivencia social y humana pareciese que no logran llenarse con este tipo de actitudes. Se podrán recibir los 100 millones de USA\$. ¿Mas se restituye la amistad? Esto que pareciese una reflexión sacada de contexto quizás no sea tan traída de los cabellos.

Los valores del mercado a ultranza, sin un marco no sólo jurídico sino ético de amistad, de buena fe, de solidaridad en la acción común, pareciese que tienden a disgregar, a hacer al uno enemigo del otro. Es la esencia de la competencia sin freno ni medida, ni límites. Una lucha libre sin campana, sin ensogado, sin tiempos, sin pesos de diferenciación. Peor aún si se le agregan jueces parcializados.

Quizás con este tipo de valores se logre atraer capitales de diversos la-

dos. Y construir nuevas embotelladoras. Pero no se logrará reconstruir a un país. Para ello se requiere potenciar el sentido de nación, de solidaridad, de bien común, por encima del exclusivo beneficio personal y como única manera espiritualmente constructiva de lograrlo.

Tal vez por ello la sabiduría popular se refiere a las personas que se creen muy superiores y más vivas que los demás en el sentido de la frase que titula a este artículo.

De lo que se trata no es de refrescarse un poco individualmente en el desierto. Sino lograr, aún en medio de tormentas, de transformarlo en equipo, en una tierra de gracia.

• Tomado del diario El Globo del 4 de septiembre de 1996