

Opciones empresariales ante
el candidato presidencial

El negocio de jugar a ganador



Sergio Molina: campaña empresarial a su favor.

Divididos, temerosos, desconcertados, insatisfechos, desorientados y, en definitiva, angustiados, se muestran los empresarios cuando tienen que referirse al tema del candidato a la Presidencia de la República. Si, al candidato que los representará en las elecciones del 14 de diciembre. Pese a que son varios los nombres que circulan como posibles postulantes—entre otros, Manuel Feliú, Fernando Léniz, José Piñera, Hernán Büchi, Francisco Javier Errázuriz, Sergio Onofre Jarpa, Modesto Collados y Pedro Ibáñez—, ninguno de ellos aparece como el hombre que los pueda representar adecuadamente y, lo que es más decisivo, ninguno de ellos les asegura la carta de triunfo.

Peor es la actitud de los empresarios frente a los candidatos ya proclamados del oficialismo: Sergio Diez y Pablo Rodríguez. Ambos nombres sencillamente no los entusiasman. ¿Qué van a hacer los empresarios entonces? ¿Se van a quedar sin candidato? ¿Dejarán que los políticos por sí solos resuelvan la nominación? Lo único que está más o menos claro, por ahora, es que los empresarios no quieren dejar de participar, aunque sea en la trastienda.

Fraccionada como está, la derecha oficialista le está haciendo un flaco favor a los empresarios en la cruzada por la proyección del actual modelo económico. Mientras los políticos del régimen se desangran en discusiones y, en los hechos, le cierran las puertas al entendimiento que conduzca a un candidato común—con programa y todo—, los desconcertados empre-

sarios comienzan a pensar seriamente en la posibilidad de buscar el hombre ideal en las filas de la oposición moderada.

El único requisito que tendrá que tener este opositor es el pleno respeto a la empresa privada y a las líneas gruesas del modelo económico de mercado. Pero mientras pasan los días el elegido no aparece, “no por un

problema de escasez de nombres, sino por un factor de indecisión de los propios interesados”, expresó a APSI un asesor allegado a la Confederación de la Producción y del Comercio.

En vista de tal indecisión, un sector de dirigentes vinculado a la Sociedad de Fomento Fabril (Sofofa) y a la Unión Social de Empresarios Cristianos (USEC) lanzó el nombre de Sergio

Molina Silva a la palestra. "Para probar resistencias", dijeron unos, y "para estimular a los más indecisos", dijeron otros. Por estos días circula una convocatoria entre los empresarios de diversos pelajes y tamaños: la de sumarse públicamente a la postulación de Sergio Molina. Una vez que se reúnan las firmas y la cantidad de dinero requerida saldrán inserciones en los diarios y, posteriormente, los promotores de la iniciativa dejarán de actuar concertadamente para dejarle el campo abierto a los políticos. Así lo establece el último párrafo de la convocatoria:

-Nosotros no constituimos un comando formal de la candidatura de Sergio Molina. No volveremos, por lo tanto, a hacer nuevas publicaciones. Invitamos eso sí a quienes como nosotros se sientan motivados por esta candidatura a difundir esta convocatoria y a expresar su apoyo haciéndola llegar a cualquiera de los firmantes de esta carta. Al mismo tiempo los invitamos a manifestar su posición a las autoridades de las entidades políticas del país, sobre quienes recaerá la responsabilidad de la nominación de los candidatos a Presidente de la República.

EL MAL MENOR

Entre los promotores de esta precandidatura se cuentan los ingenieros Fernán Ibáñez y Eduardo Arriagada, quienes, hasta la semana pasada, estaban teniendo buenos resultados en los medios empresariales, incluyendo en aquellos tildados de conservadores y pro-oficialistas.

El nombre de Sergio Molina comenzó a cobrar mayor interés que muchos otros probablemente oficialistas en los medios empresariales por varias razones: primero, porque los empresarios no quieren sufrir una segunda derrota política en menos de un año y medio; segundo, porque Molina les da garantía de moderación, y, tercero, porque en el futuro régimen democrático (y sea cual fuere el Presidente que asuma en marzo de 1990) los sectores que han estado marginados del poder en los últimos 15 años presionarán con fuerza por sus demandas, motivo por el cual se piensa que es más factible que un opositor como Molina administre mejor esas demandas que un oficialista. Esto, porque tendría un importante partido que lo respalde -la Democracia Cristiana- y porque a través de éste tendría fácil llegada al resto de los partidos concertados por la democracia.

En resumidas cuentas, los empresarios estarían por preferir "un



Pablo Rodríguez (al lado del dirigente nacionalista Alvaro Corbalán): sin arraigo en la derecha económica.

mal menor", con Molina en la Presidencia, que un mal mayor, con la eventual derrota del candidato oficialista en las elecciones de fin de año.

El diagnóstico que hacen los analistas empresariales es que la oposición finalmente presentará un candidato único y si, en el mejor de los casos, el oficialismo presenta un solo contrincante, de todas maneras éste será derrotado. El ideal para los empresarios es que el próximo Presidente salga de las filas del régimen actual, pero están convencidos de que ello es una utopía. Esto explica por qué no se han atrevido a mostrarse partidarios de las opciones que los más fanatizados partidarios de la proyección del régimen se han esforzado en levantar: Hernán Büchi, Sergio Diez y Pablo Rodríguez. Son nombres que tienen tras de sí sus respectivas maquinarias de postulación en marcha. Hernán Büchi, por cierto, no la quiere reconocer. Dice que se la pusieron en forma obligada, sin su consentimiento. Sin embargo, hay indicios de que tanto no le disgusta el asunto (ver *coyuntura* en la página 4).

Otro nombre que se menciona en ciertos medios oficialistas y que no deja de ser considerado por los empresarios menos pragmáticos es el del general Pinochet. Claro que casi nadie se atreve a nombrarlo públicamente, salvo los dirigentes de Avanzada Nacional. Al fin y al cabo, Pinochet no despierta reticencias en los sectores empresariales, como ocurre con Pablo Rodríguez. Pinochet es diablo conocido y ha dado garantías de estímulo a la empresa privada y al modelo de merca-

do. En cambio, Pablo Rodríguez es para los hombres de negocios un genuino representante del "socialismo con otro signo, del nacionalismo estatizante y paternalista que a la larga termina por ahogar a la iniciativa privada", dicen los empresarios que defienden la pureza del modelo de mercado.

FELIU TAMPOCO

Por temor a la derrota, los empresarios oficialistas tampoco se atreven a levantar la candidatura de su líder natural: Manuel Feliú Justiniano, el hombre que sacó del letargo a la mayor organización patronal del país -la Confederación de la Producción y del Comercio- y el que emprendió la apertura de ésta a otros sectores empresariales y a una parte de los trabajadores organizados. Feliú ofrece el mérito de tener voluntad para el diálogo, pero difícilmente podría sacarse de encima el estigma patronal, ese que no entusiasma a los trabajadores y que identifica a la mayor parte de su actuación pública en los últimos años. Porque, si hay que decirlo claramente, desde la perspectiva de los asalariados el régimen de Pinochet ha preferido a los empresarios y, hoy por hoy, Feliú es el más destacado representante de éstos.

El diagnóstico empresarial sobre el grado de influencia oficialista entre los trabajadores es francamente penoso. De allí las nulas posibilidades que se le otorgan a otro candidato: José Piñera Echeñique, el mismo que siendo ministro del Trabajo gestó y rubricó el Plan Laboral, aquella judica-

tura que hasta los más incondicionales dirigentes sindicales oficialistas proponen reformar. "Aunque sabemos que Piñera lo haría estupidamente bien como gobernante, sobre él recae la mayor responsabilidad de la actual legislación laboral, factor que juega en contra de su postulación, tal como lo señalan las encuestas sobre las principales demandas pendientes", reconoció a APSI un consejero de la Sofoa.

La impopularidad de Piñera no es menos que la de Büchi en diversos sectores sociales. El diagnóstico que manejan los empresarios es que Büchi despierta serias resistencias entre los jubilados, los trabajadores del sector público y los profesores. Las severas restricciones al gasto decretadas por Büchi a partir de 1985 aún se sienten con fuerza en la salud, la educación y la previsión. Por si esto fuera poco, se dice que una campaña de desprestigio bien llevada contra Büchi terminaría con el apoyo que éste tendría en la juventud. "Esa imagen de dinamismo, de seriedad, de inteligencia, de transparencia y de sobriedad del actual ministro de Hacienda, corre el riesgo de ser contrarrestada por una contracampaña que le diga a los jóvenes que Büchi es el responsable de los problemas presupuestarios en la educación—principalmente en las universidades— y del altísimo porcentaje de desocupados en los estratos de edad entre 18 y 35 años, donde precisamente se ubica una alta proporción de votantes", sos-

tiene un informe de marketing político que circula en medios empresariales.

Tantas son las dificultades de los empresarios para pronunciarse por una candidatura, que en los últimos días comenzó a hablarse de una posible convención de los máximos dirigentes que participan en la entidad Empresarios por el Desarrollo. Allí buscarían una salida negociada. Un encuentro de este tipo por supuesto que se haría con el máximo sigilo, "porque los gremios de empresarios no pueden aparecer abanderados políticamente ante el público", explicó a APSI un miembro de la directiva de Asimet (Asociación de Industriales Metalúrgicos).

Empresarios por el Desarrollo, sin embargo, ha estado muy inactiva desde la derrota del 5 de octubre. En esta entidad participan sólo organizaciones que *de facto* apoyaron a Pinochet en el plebiscito, pese a los intentos de Manuel Feliú por incorporar "a todos los que desempeñen una actividad productiva privada, incluyendo a los que se ganan la vida con un buque maniero en las esquinas". En Empresarios por el Desarrollo participan las seis ramas de la Confederación de la Producción y del Comercio (Asociación de Bancos, Cámara Chilena de la Construcción, Cámara Nacional de Comercio, Sofoa, Sociedad Nacional de Agricultura y Sociedad Nacional de Minería), más la Confederación de Productores Agrícolas de Domingo

Durán y los camioneros de Julio Lagos. No se sabe con exactitud si todavía pertenece a esta organización Copunipia (Confederación de la Pequeña y Mediana Industria y Artesanado), la cual había anunciado su retiro poco después del plebiscito.

La Confederación del Comercio Detallista, que preside Rafael Cumsille, no aceptó incorporarse a Empresarios por el Desarrollo porque—aunque no lo dijo públicamente—no se sintió identificada con el marcado tinte oficialista que le imprimieron sus promotores.

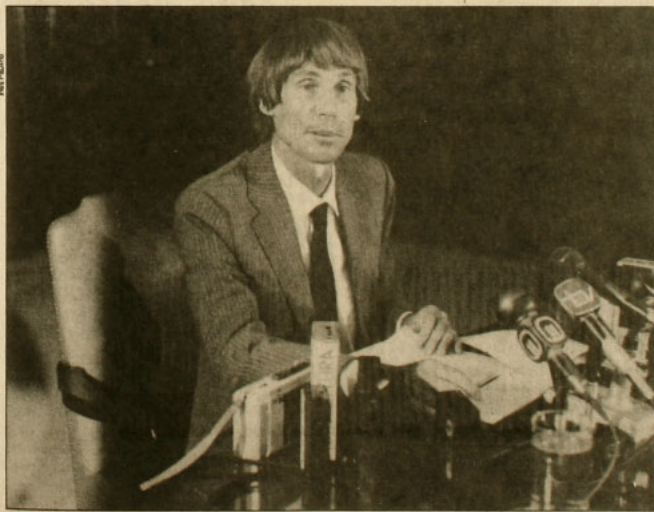
LOS "RUPTURISTAS"

En todo caso, las rencillas provocadas por la excesiva polarización a que llevó el plebiscito ya pueden darse por superadas y "Empresarios por el Desarrollo" podría retomar su propósito original, cual es promover la defensa de la libre iniciativa privada y el ambiente propicio para que ella se desarrolle", dicen los entendidos. El problema es que ahora surgió la indefinición por la candidatura y pueden pasar bastantes meses antes de que el mismo pueda ser superado.

Los empresarios que jugaron a ganador en el plebiscito (y que no son pocos) tienen ahora la mejor opción para proponer el nombre de su preferencia, por una razón bastante simple: ya tienen recorrido el camino que los llevó a pronunciarse en favor de la plena democracia, corriendo todos los riesgos inherentes a la ruptura con un régimen que—a pesar de todo—se propuso estimular a la empresa privada.

Estos "rupturistas" están mejor representados por la USEC y por Empresarios por la Democracia (donde participan, incluso, empresarios con ideas socialistas) que por los viejos gremios patronales liderados por Manuel Feliú. Es más o menos razonable entonces que haya surgido de estos sectores la idea de proponer a Sergio Molina como candidato. A pesar de los remilgos que cualquier demócrata cristiano provoca entre los empresarios de la derecha económica, Sergio Molina les atrae más que otros candidateables de este partido (Patricio Aylwin, Andrés Zaldívar, Eduardo Frei Ruiz-Tagle, Gabriel Valdés), por una razón que a la larga podría frustrar la designación: la escasa simpatía que Sergio Molina despierta en la oposición de izquierda, esa que también tiene algo que decir en el seno del bando que resultó victorioso el pasado 5 de octubre.*

Hugo Traslaviña



Hernán Büchi: un candidato que no prende.