Cajamurcia gana por goleada

ÁNGEL FERRÁNDEZ IZQUIERDO

El paso del tiempo y la satisfacción del cliente son dos indicadores infalibles para pronosticar el éxito de una empresa. Como son intangibles y difícilmente medibles, no suelen aparecer en los estudios económicos al uso, ni tenidos en cuenta por los gurús que cada día tratan de ofrecer insufribles explicaciones de las pérfidas intenciones de los avaros inversores. Sin embargo, cualquier ciudadano, por lego que sea, los entiende porque los vive.

Me viene a la cabeza, como ejemplo sonado, el caso Mercadona, cuya primera fase expansiva en Valencia, allá por 1980, se adornaba de unos precios muy poco atractivos. Su indiscutible éxito actual es la muestra más palpable de una perfecta sintonía empresarial con los indicadores citados. Pero no es el imperio Roig el que me guía, sino la situación actual a la que la crisis ha conducido a dos de las cajas de ahorro señeras regionales, Cajamurcia y CAM (Caja de Ahorros del Mediterráneo).

Echando un vistazo a la última década de ambas instituciones, uno recuerda que Cajamurcia siempre sale muy favorecida, en eficacia y tecnología, en todos los estudios de la CECA (Confederación Española de Cajas de Ahorro), lo que despertaba una mal disimulada sana envidia en la CAM. Rememorando quizás sus orígenes, la CAM situó su cuartel general en Alicante y la saludable rivalidad Alicante-Murcia era secundada por un pretendido idéntico sentimiento entre ambas entidades financieras.

Incluso el pequeño ahorrador, y como tal escribo, hasta hace muy poco tiempo no sabía cuál era más grande, o más eficiente, o ganaba más, o tenía mejores hipotecas; se limitaba a llevar su nómina o sus ahorrillos a una u otra en función del trato que recibía del personal de ventanilla. Y en este sencillo detalle, pequeño si se quiere, pero vital, Cajamurcia ganó de calle.

Hay otro detalle, más sibilino, pero no menos importante, y es que los mandamases de la CAM alardearon de prepotencia, es decir, supuestamente parlantes de un casi perfecto castellano, aderezado con un gutural acento catalán tipus president Montilla, siempre han mirado por encima del hombro a la lengua que va de la Vega Baja a Cartagena, pasando por Yecla y alrededores, pues aquella les suena a recio agricultor de barbecho y limonero, pero homenajean a Miguel Hernández olvidando las raíces de su niño yuntero.

Y claro, llega la crisis, toca arrejuntarse y el pueblo llano piensa que el matrimonio natural es el de los vecinos que se conocen de toda la vida. Pero amigo, donde las dan las toman, y tras tantos y tan reiterados errores, el tiempo -juez implacable- siempre pasa factura y ahora, olvidando los desaires a los modestos impositores, vienen los lamentos. Y resulta que Cajamurcia, sabedora de aquello, se busca otros amigos, no tan próximos, para liderar un nuevo banco; mientras que CAM, que se las prometía muy felices allende estas tierras, fue descubierta y condenada a pedir limosna. Nada menos que 2.800 millones de euros (si lo cambian a pesetas se marearán) pondrá alegremente el Banco de España para salvarla, dinero esquilmado de unos bolsillos inocentes, mientras que los responsables del desaguisado mantendrán su poltrona.

Sé que hay otras muchas razones del éxito de una y el fracaso de la otra, quizás mucho más oscuras y sólo aptas para sesudos analistas del viejo negocio del lucro sin alma, pero he aquí un claro y cercano ejemplo de la venganza de unos pequeños ahorradores que no hace mucho fueron menospreciados. En lenguaje futbolero diríase que Cajamurcia ha ganado por goleada.