

¿ANTE LA CRISIS ECONÓMICA, QUÉ DEBEMOS HACER?

¿Qué se avizora en el entorno que nos va a acompañar en los próximos meses?

Según los más experimentados organismos de análisis a nivel internacional, las condiciones de desaceleración de la economía mundial se han agudizado y la crisis financiera aún no se ha superado. Por el momento, han resultado insuficientes las significativas reducciones de las tasas de interés en los países desarrollados, las devaluaciones de sus monedas y el uso de importantes presupuestos de origen gubernamental y multilateral para la reactivación de las economías, el soporte a diferentes instituciones de seguros, financieras, de ahorro y sus protecciones de depósitos, la absorción de grandes y tradicionales empresas financieras por otras o por el estado, la compra de “**activos tóxicos**”, entre muchas otras medidas locales y regionales de diversa índole.

En efecto, para los próximos meses existe la expectativa de un moderado crecimiento económico en casi todas las economías del mundo desarrollado y también en los países en desarrollo. En estos últimos países, con impactos de mayor o menor intensidad, dada la sensibilidad de cada uno de ellos a la dinámica del comercio mundial, a la inversión extranjera directa, a los flujos de capitales, las exportaciones y a las remesas de sus inmigrantes. Este ciclo de menor crecimiento se espera que no sea de larga duración.

En América Latina, estos fenómenos, acompañados del decrecimiento de los precios de las materias primas que esencialmente conforman sus canastas exportadoras, la iliquidez mundial o lo que es lo mismo la dificultad de acceder a fuentes de crédito estables y de costo razonable, sumado a sus notorios déficit fiscales y comerciales, van a causar verdaderos retrasos en el crecimiento económico, especialmente en sectores económicos sensibles, con deterioro general de la demanda agregada.

Además, en general, la respuesta inicial de todas estas economías ha sido la de defenderse con fuertes elevaciones reales de las tasas de interés para evitar peligrosas fugas de capitales, cuyo efecto recesivo será relativamente duradero por estar acompañado de necesarios programas de saneamiento fiscal, esencialmente restrictivos de la demanda pública. A futuro se deberán moderar las tasas de interés para estimular el crecimiento interno, ante la menor demanda externa.

¿Qué hacer entonces, ante tan difícil escenario?

Si las condiciones externas no son favorables y las internas se ven amenazadoras, la pérdida de la confianza, el desánimo y el esperar que las soluciones nos lluevan del cielo, las convertirían en momentos aún más difíciles. La historia de la humanidad demuestra los claros ejemplos de recuperación de las naciones después de crisis económicas y financieras severas, y aún luego de pavorosas tragedias naturales o adversidades tales como las guerras o los conflictos internos, todo como fruto del tesón, la voluntad, la disciplina y la confianza de sus



ciudadanos. **Lo primero que se requiere es un cambio de actitud para decir y actuar con el pensamiento de: “al mal tiempo, buena cara”.**

Desde el punto de vista empresarial, vienen muy bien, en este momento, las siguientes recomendaciones, apoyadas en conceptos emitidos por diferentes autores frente a los momentos de crisis, indicando qué hay que hacer y cómo debemos reaccionar:

- ✓ **Reenfocarse en los fundamentales económicos de las empresas.** Buscar el retorno real de la inversión por tipo de clientes, segmentos y productos. Las compañías que se deciden por la defensa de su utilidad, sobreviven. Habrá que “abandonar” lo que no es rentable o no genera flujo de caja y que además presenta un desenvolvimiento de bajo crecimiento.
- ✓ **Mantenerse enfocado en la estrategia,** es momento para lo esencial y fundamental, no para lo accidental u ocasional. No se puede hacer de todo.
- ✓ **No sobre - reaccionar.** Aunque los clientes y proveedores actúen de manera diferente, no exagere las reacciones. Recuerde que se trata de un periodo recesivo o de desaceleración que se estima de corta duración.
- ✓ Si se requiere, hacer los **recortes de infraestructura, costos y gastos de acuerdo con la estrategia.** No deben hacerse en todas partes, sino donde verdaderamente se justifiquen, sin perjudicar el buen servicio.
- ✓ Hay oportunidades para **tomar decisiones que garanticen la supervivencia** (replanteamientos y alternativas de funcionamiento diferentes), hay que recordar que, en una situación como la actual, el juego es mantenerse, no pretender destacarse.
- ✓ De todas maneras, **hay que hacer lo que sea necesario** (defensa de ciertos clientes, productos y mercados) **para preservar el éxito en el largo plazo,** aunque se tengan que hacer sacrificios de corto plazo.
- ✓ Hay también **oportunidades para reestructurar.** Hay que mantener la mente abierta para encontrar las oportunidades. La necesidad de una estrategia, es en este momento más importante que nunca.
- ✓ **El foco fundamental son los clientes tradicionales,** los que más conocemos y nos conocen.

Mercadeo en momentos de crisis

En situaciones de excepción se requiere un mercadeo diferente, con énfasis en el cliente actual y en la experiencia ganada con él a través de años de buenos resultados. Estrategias de tipo proactivo para acompañar a nuestros clientes en momentos que para ellos también pueden ser difíciles, resultan ser la mejor experiencia para la lealtad y permanencia de largo plazo; sin correr riesgos extremos, siempre existirá una oportunidad de apoyar el desarrollo de los clientes tradicionales.



Quizás no es el momento para los grandes proyectos, pero no abandone su visión de largo plazo, un cliente es un activo para toda la vida, no sólo para un período de buenos resultados.

Pueden venir momentos de restricción en el desempeño comercial de muchas empresas. Si su empresa está preparada para atravesar esos momentos, es hora de sacar las reservas de capacidad empresarial que se dispone. El sector empresarial requiere impulsar estos esfuerzos comerciales con sus clientes tradicionales con mucho de persistencia, disciplina y austeridad, pero ante todo con una gran confianza en el resultado final. **Cada “granito de arena” del sector privado se sentirá con fuerza en el proceso de mantenimiento de una economía sana y el retorno a una senda de mayor crecimiento.**

Colombia tiene un futuro mejor, pero eso depende de nosotros mismos, **porque el futuro se construye, no simplemente se recibe.** Ayudemos a construir una Colombia mejor, la clave es la persistencia y la confianza, para sobrellevar los momentos de dificultad.

Enero de 2009

Acerca de Planning

Si desea conocer más sobre este tema, [pulse aquí](#)

Planning S.A. es una empresa privada colombiana que proporciona servicios especializados de consultoría e investigación, elabora publicaciones sobre estrategia y desarrolla y comercializa modelos de planificación y evaluación de la gestión, dirigidos a satisfacer las necesidades de la dirección superior.



Servicios: Si desea conocer más sobre nuestros servicios de asesoría y sistemas de inteligencia, pulse en cualquiera de los vínculos:

- ✓ [Consultoría](#)
- ✓ [Sistema de inteligencia empresarial](#)
- ✓ [Otras publicaciones](#)



Recomienda a un amigo: Si usted desea que alguien más reciba esta publicación, [pulse aquí](#), para entrar a la página de referidos.



Si quiere cancelar su suscripción, [pulse aquí](#), y será removido de nuestra base de datos.