

Decálogo para prepararse ante un escenario recesivo

Por | **CLAUDIO FLORES THOMAS**

DLa llegada de Donald Trump, junto con la situación económica y de inseguridad por la que pasa el país en este momento, ha generado muchas dudas en torno al futuro. Claudio Flores Thomas presenta un decálogo para que las PYMES estén preparadas en caso de una crisis o escenario recesivo.

Son diez puntos que sin duda servirán tanto en el peor escenario como para mejorar la cuestión económica de tu empresa.

- 1 Revisión de eficiencia de gasto. Hacer un análisis del gasto anual 2016 para establecer parámetros de ahorro y eficiencia en el gasto 2017. Idealmente tener un PRESUPUESTO.
- 2 Revisión de deuda. Analizar la estructura actual de tu deuda y condiciones (tasas fijas/variables), para tener claridad sobre los costos del dinero en caso de variación de tasas, mantenimiento de líneas de crédito para capital de trabajo, etc.
- 3 Revisión de estrategia comercial. Análisis de cuentas una por una, establecer expectativas de montos de venta por cuenta y revisión comparativa contra metas. Es clave definir metas por trimestre (Q1, Q2, etc.) para arrancar planes emergentes A y B (ver más adelante).
- 4 Conocer y fidelizar a nuestros clientes. Definir estrategia de RR.PP. enfocada en fidelización de clientes (hoy más que nunca es clave estar cerca de los clientes). Generar acciones de acercamiento para captar expectativas de desempeño, necesidades, problemáticas, etc., con nuestros clientes. Con esto, tener una idea más precisa de escenarios 2017 y detonar acciones para retener o crecer nuestras cuentas.

- 5 Buscar negociaciones a mediano plazo. Definir cuentas/relaciones con las que podemos proponer iguales mensuales en venta o compra (clientes y proveedores), buscando amarrar precios y condiciones para evitar crisis y coyunturas.
- 6 Revisión de estructura y nómina. Revisión de puestos y funciones de la organización para entenderlas perfectamente y definir si es pertinente Eliminar, Crear, Aumentar o Reducir alguna función o posición. Es clave asegurar que las posiciones den resultados (evaluación de desempeño).
- 7 Búsqueda de oportunidades ante la coyuntura. Generar un mecanismo interno para imaginar y crear oportunidades ante una crisis potencial.
- 8 Implementación de semáforo financiero. Ante la posible recesión, es indispensable darle mayor visibilidad y comprensión a nuestra dimensión financiera. Hacer un análisis de variables clave o KPIs financieros (flujo, por cobrar, deuda, etc.) para tenerlo con la frecuencia necesaria (quincenal, o mensual) y estar más pendientes de nuestro desempeño financiero (altímetro en vuelo). Esto debe incluir supervisión de variables económicas nacionales (las clave para entender, no para confundir).
- 9 Revisión de estrategia fiscal. De la mano de nuestro asesor fiscal, contador o financiero, determinar si es pertinente ajustar nuestras estrategias fiscales para enfrentar mejor un escenario recesivo.
- 10 Elaborar plan de emergencia A y B (estar listos en caso de recesión). Determinar acciones de ajuste organizacional (presupuesto, gasto, nómina, etc.) ante escenarios recesivos A y B. Establecer evaluación al cierre del Q1 y al cierre del Q2 para determinar si es necesario implementar planes de emergencia o no.



LA PREPARACIÓN para una emergencia comienza mucho antes de que haya una. Por eso es importante no entrar en pánico y estar listo para cualquier situación que se presente.

La preparación para una emergencia comienza mucho antes de que haya una. Por eso es importante no entrar en pánico y estar listo para cualquier situación que se presente. 📌



© FOTOLIA

CLAUDIO FLORES THOMAS

Doctor en Periodismo y Ciencias de la Comunicación. Socio y Vicepresidente de LEXIA Insights Solutions. Especialista en Investigación de Mercados y Opinión Pública.

Especialista en metodología cualitativa, ha diseñado, coordinado y ejecutado proyectos de investigación desde hace 20 años en diversos campos: evaluación publicitaria, engagement, posicionamiento, branding, imagen institucional y de gobierno, impacto de campañas de salud, valoración de productos audiovisuales, enriquecimiento de estrategias para campañas políticas, promocionales, prueba de conceptos creativos, planeación turística, agroquímicos.

Actualmente coordina el Comité de Comunicación del Consejo Directivo de la Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercados y Opinión Pública (AMAI), así como del Colegio de Especialistas en Demoscopia y Encuestas (CEDE). Además, es líder del grupo de trabajo de Multi Screen en la IAB.

@ClaudioFloresT
Vicepresidente y socio fundador de LEXIA