



Salir adelante en tiempos inciertos

9 pasos para

Salvaguardar su negocio

Por definición, las emergencias son impredecibles, ya sea a escala global o local. Sin embargo, las compañías que no hacen planes son las más afectadas por grandes desastres e incluso por las interrupciones del servicio menores. Es por eso que tener un plan de continuidad del negocio es muy valioso en el caso de una crisis o una recesión económica. La planificación para una amplia gama de circunstancias los hará a usted y a su empresa superar los tiempos de incertidumbre, independientemente de cuánto duren.

Cualquier interrupción en su negocio puede tener consecuencias de largo alcance e introducir alteraciones en procesos que de otra manera serían más eficientes. Al crear un plan de continuidad empresarial, no solo se asegurará de que todos sepan qué hacer en caso de una emergencia, sino que también obtendrá una comprensión más clara de lo que funciona bien en su negocio y qué se puede mejorar.

Ya sea que esté en medio de una crisis o simplemente que esté elaborando un plan de continuidad para proteger a su empresa contra una posible emergencia, estos nueve pasos lo ayudarán a proteger su negocio para el éxito a largo plazo

- Plan de continuidad de negocio/plan de contingencia/gestión de riesgos.
- Actuar con ETICA, INTEGRIDAD y AUTENTICIDAD

Salir adelante en tiempos inciertos

1. Evaluar la situación y el impacto previsto

El primer paso en la planificación de la continuidad del negocio es evaluar la situación actual. Tener una lista claramente definida y priorizada de servicios vitales y funciones y responsables a la mano lo preparará para comenzar a tomar decisiones rápidamente si surge la necesidad.

Su evaluación debe incluir la identificación de las **funciones mínimas de CORE (principales)** en su empresa. ¿Cuáles son los servicios esenciales que ofrece y que necesita para mantener las operaciones a un nivel base?

Del mismo modo, debe trabajar para identificar a los **miembros clave del equipo** y elaborar un organigrama claro que defina las responsabilidades y la cadena de mando. La planificación de emergencia debe tener en cuenta las estrategias para hacer frente a la pérdida o ausencia prolongada de cualquier miembro clave del equipo. ¿Existe una formación cruzada continua para que se puedan sustituir personas con funciones clave por otras si surge la necesidad?



2. Preserve tesorería y evalúe sus finanzas

El acceso a datos financieros confiables sobre su negocio es fundamental, para planificar con anticipación de manera efectiva, al igual que tener una comprensión muy clara de sus finanzas y balance general. Usted no desea entrar en pánico y comenzar a reducir costos sin evaluar estratégicamente sus opciones.

La conservación de la tesorería debe ser la máxima prioridad durante una crisis, por lo que debe identificar los gastos esenciales y no esenciales. Tener estos claramente delineados hará que sea fácil decidir qué cortar si llega el momento. Del mismo modo, evalúe qué productos o servicios tienen el mejor rendimiento. Cuando planifique recortes, comience simplificando su línea de productos, deshaciéndose de productos menos rentables. Puede ser prudente reducir su inventario a aquellos que realmente son los esenciales de su negocio.

Salir adelante en tiempos inciertos

3. Planifique el cashflow, los préstamos y las cadenas de suministro.



Nuevamente, su cashflow es su salvavidas en tiempos de tensión económica. Parte de la elaboración de un plan de continuidad efectivo es mapear los peores escenarios: cómo serán las cosas con una reducción del 25%, 50% o más en los negocios.

Concéntrese en cambiar a deuda a largo plazo la deuda a corto plazo mediante la renovación de préstamos. El bloqueo de la deuda a bajas tasas de interés le servirá a largo plazo y en el futuro inmediato al diferir su flujo de caja saliente. Tener un modelo realista de pronóstico de ventas basado en una disminución significativa de los ingresos lo ayudará a tomar decisiones estratégicas sobre dónde reducir el gasto. Disminuir el circulante (clientes y stock) es otra manera de conservar tesorería

Además, necesita un mapa claro de su cadena de suministro para planificar interrupciones. ¿Qué componentes son vitales y cuál es su inventario disponible típico? ¿Cuánto tiempo puede sobrevivir a la escasez de ciertos materiales?

4. Busque oportunidades para impulsar su modelo de negocio.

Ya sea que esté creando su estrategia durante una situación especial o durante operaciones normales, siempre es productivo identificar áreas con oportunidades. Busque oportunidades que tengan un **alto impacto financiero** (margen de beneficio) junto con un **bajo impacto / costo organizacional**, y que se puedan lograr a corto plazo. Puede haber proyectos de bajo riesgo y alto impacto para desarrollar, mientras que los proyectos a más largo plazo puede ser razonable aplazarlos.

Además, debe tener un plan operativo de doce meses claramente definido. Esto ayuda a todos a seguir trabajando para mantener las metas y objetivos clave de la empresa

- ✓ Las cadenas de suministro se van a simplificar para ser más robustas, lo que reducirá la globalización e impulsará la industria local. **GLOBALIZACION INVERSA**
- ✓ Dar estabilidad a las infraestructuras críticas
- ✓ Permitir el cambio en los procesos de negocio



Salir adelante en tiempos inciertos

5. Aproveche sus RRHH

Asegúrese de apoyar a sus empleados de una manera que fomente una cultura empresarial de apoyo incluso en momentos de gran estrés. Si bien los despidos pueden ser inevitables, considere trasladar a los empleados esenciales a tiempo parcial. Del mismo modo, los períodos de interrupción o desaceleración del servicio pueden ser una oportunidad para concentrarse realmente en la formación.

En última instancia, desea **luchar por la retención** y evitar un ambiente de trabajo tóxico. Dependiendo de la naturaleza de una crisis, puede haber una reducción significativa en la mano de obra disponible. Por lo tanto, retener a las personas que tiene, incluso bajo condiciones restringidas, será preferible a la contratación.

- ✓ Cuidar a los empleados
- ✓ Mantener los liderazgos que afloran en la crisis
- ✓ Aprovechar la oportunidad para equilibrar la diversidad de pensamiento

6. Desarrollar un plan de comunicación para todas las partes interesadas.

La clave para la gestión de crisis y continuar las operaciones de forma efectiva es una **comunicación clara** con todos los involucrados: clientes, empleados, accionistas y cualquier persona interesada en la viabilidad y rentabilidad de su empresa. Si bien esto debería ser parte de sus operaciones regulares, un **plan efectivo de continuidad del negocio** debe incluir pautas detalladas sobre la distribución precisa y oportuna de la información después de una crisis. Esto abarca el contacto con empleados, clientes, proveedores, funcionarios de seguridad pública (según sea necesario) y cualquier otro tercero relevante.

- ✓ Comunicación bidireccional, directa, personal y colectiva
- ✓ Comunicar con confianza, solidez y fiabilidad
- ✓ Comunicar valores en la adversidad, que es cuando se desarrollan más
- ✓ Comunicar parte humana
- ✓ Q&A
- ✓ Desarrollar sentimiento de pertenencia “Vamos a salir juntos”

7. Centrarse en la retención de clientes

Particularmente durante una recesión económica, es imprescindible retener a los clientes leales. Comience **evaluando a su mercado objetivo** para asegurarse de que aún ofrece a los clientes leales productos o servicios que satisfagan sus necesidades. Es posible que incluso desee encuestar a los clientes clave para determinar cuáles son los desafíos que le esperan y las formas en que su empresa puede continuar satisfaciendo sus necesidades.

Salir adelante en tiempos inciertos

Con la vista puesta en la retención, también querrá crear un plan para continuar **entregando productos de calidad** y servicio al cliente. **Evalúe sus operaciones actuales**. ¿Hay áreas de servicio al cliente que necesiten mejorarse? Asegúrese de evitar cualquier área problemática antes de que comiencen a surgir quejas. Un servicio al cliente excepcional contribuirá en gran medida a la retención del cliente si los tiempos se ponen difíciles.

8. Mantener marketing. Mantener ventas.

Su presupuesto de marketing no debe ser uno de los primeros elementos en el bloque de corte de gastos. Más que nunca, los momentos de tensión económica son cuando debe inclinarse a elaborar un plan de marketing efectivo. Aproveche el punto débil actual para su base de clientes y encuentre formas innovadoras de resolver sus problemas.

Aunque es conveniente contener los costos, no examinar las necesidades cambiantes de sus clientes clave puede poner en peligro el rendimiento de su empresa a largo plazo. Las empresas que **entienden claramente las necesidades de los clientes** y se vuelcan para ajustar estrategias, productos y servicios en respuesta a la demanda cambiante tienen más probabilidades de prosperar tanto durante como después de una recesión.



Al escuchar a sus clientes, **encontrará nuevas oportunidades** y adaptará rápidamente sus esfuerzos de marketing y ventas para capitalizarlos.

- ✓ ¿Qué está haciendo su competencia?
- ✓ Reflexión sobre las fortalezas de su negocio, para mantenerlas y trabajarlas, pensando en los clientes
- ✓ Generar conocimiento
- ✓ Generar utilidad
- ✓ Prepararse para el incremento de la competencia

Salir adelante en tiempos inciertos

9. Tener un consejo asesor confiable para grandes decisiones

Particularmente en medio de una catástrofe, contar con un coach de negocios o **un consejo asesor** de otros dueños de negocio le servirá a usted y a su negocio de gran ayuda. Un consejo asesor le dará acceso a otros dueños de negocios que puedan tener experiencia con la situación exacta con la que está lidiando y que hayan resistido la tormenta. Incluso en situaciones sin precedentes, el grupo servirá como una **comunidad de apoyo con miembros experimentados** y objetivos para ayudar a resolver problemas. Si está planificando con anticipación para crear un plan efectivo de continuidad empresarial antes de una crisis, es igual de importante contar con ideas de otros CEO y líderes empresariales que tengan experiencia en la navegación de los desafíos que está proyectando.



En los buenos tiempos tener un consejo asesor es de importancia vital. Durante los tiempos de economía incierta, cuando se tienen que tomar decisiones importantes, tener acceso a nuevas ideas frescas, experiencia y apoyo, no es un lujo **es una necesidad**

Posicionamiento para la recuperación

No hay duda de que las recesiones son difíciles para los negocios. Sin embargo, muchas de las principales empresas del mundo comenzaron en tiempos económicos difíciles y usted también



Salir adelante en tiempos inciertos

puede posicionarse para capear la tormenta. Siguiendo estos nueve pasos, su empresa puede emerger más fuerte en tiempos más soleados. Con operaciones optimizadas y una gran comprensión de las necesidades del cliente, estará en forma, eficiente y bien posicionado para emerger sano y listo para crecer.

Incertidumbre < Anticipación + Adaptación + Acción sobre el entorno

1. La distancia entre ganadores y perdedores no va a ser tanta
2. Agilizar la transformación digital
 - a. Los CEOs deben liderar la implantación de nuevas tecnologías
 - b. Mejor aprovechamiento de la tecnología
 - c. Ir más allá del teletrabajo con formación y certificación del nuevo entorno
 - d. Ser proactivos en ciberseguridad
3. FORMACION como elemento transversal
 - a. Acelerar nuestra capacidad de aprendizaje
 - b. Competiremos en tasa de aprendizaje
 - c. Generar empresas más RESILIENTES
4. COLABORACION como factor de sostenibilidad
5. Reconvertir la humildad en acción. Actuar u no quedarse en la visión contemplativa
6. Prepararse para comprar empresas

La preparación de la batalla es más importante que los planes, porque nos ayudan a ser ágiles en la toma de decisiones y generan RESILIENCIA en la empresa