

## Kit de supervivencia para comercios en crisis

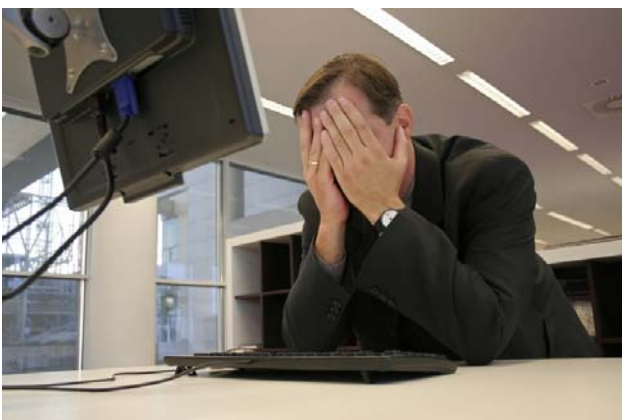
Desde el control del gasto a la mejora de la atención al cliente, sin olvidar la renegociación de crédito o no perder el optimismo, todo vale para frenar el cierre de 100.000 establecimientos este año.

Victor Relaño/ Más de 55.000 comercios se han visto obligados a echar el cierre sólo en los dos primeros meses del año. Para detener esta sangría, que amenaza con provocar la quiebra de otros cien mil establecimientos en lo que resta de ejercicio, sólo existen dos opciones. O el Gobierno lanza un plan de rescate o los empresarios hacen suya aquella célebre frase de Churchill de "sangre, sudor y lágrimas". La Asociación Española de Asesores Fiscales y Gestores Tributarios (Asefiget) ha elaborado un manual, "Sobrevivir a la crisis", para comercios, autónomos y PYMES, al que ha tenido acceso este diario.



Los comercios, la denominada micropyme, constituyen el 97% del tejido empresarial español, por lo que su defensa resulta fundamental en esta crisis. Un documento imprescindible en el caso de que no se vayan a ejercer acciones de apoyo a estos colectivos por parte de las autoridades económicas del país.

1. **Reducir gastos y eliminar los superfluos.** Reducir a mínimos los gastos de producción, renegociando con los proveedores, evitar los gastos superfluos, reducir al máximo los gastos fijos y ajustar la plantilla a las necesidades reales de la sociedad son las recetas básicas para un comerciante o una pequeña y mediana empresa. Hay que ver cuáles son los gastos prescindibles y cuáles pueden reducirse.



Iluminar sólo aquella zona que se necesita en una tienda o apagar las luces a partir de las tres de la mañana resulta de tanta utilidad como deshacerse de los móviles superfluos, porque no tiene sentido pagar la línea de varios teléfonos en una etapa de crisis. Es muy frecuente el caso de empresas que han dado de alta hasta tres móviles y que en estos momentos sólo utilizan un aparato, aunque pagan tres líneas.

# NOTICIAS de INTERÉS

FORO GALEGO DO COMERCIO

- 2. Mejorar la liquidez con fórmulas alternativas.** Conseguir la mayor liquidez posible es un objetivo que se logra con medidas que van desde los descuentos a clientes por pagar al Contardo, hasta la renegociación del pago a proveedores, mediante el alargamiento de los plazos de abono. Todo ello, sin olvidar acciones como la reducción de las existencias hasta niveles mínimos, para "hacer caja" y lograr liquidez.

Esta es la estrategia que siguieron los establecimientos en las últimas fiestas de Navidad: vender a pérdida para conseguir liquidez con la que pagar a los proveedores al menos el primer plazo del pago de nuevas existencias para la empresa.

Otra actuación posible para mejorar la liquidez de un comercio consiste en hacer coincidir los días de pago con los habituales de mayor venta de cada comercio. "Cada uno conoce su negocio mejor que nadie para saber cuál es la mejor fórmula aplicable".

- 3. Optimizar financiación e inversión productiva.** "Depender lo menos posible de la subvenciones, la financiación ajena y las entidades bancarias, ya que pueden ser un aliado, pero no la base para salir adelante para una sociedad", indica el documento *Sobrevivir a la crisis*, elaborado por Asefiget.

Hay que renegociar con las entidades financieras las condiciones de financiación, cambiando de banco o caja si es preciso, o acudiendo a profesionales de la refinanciación. Se deben ejecutar sólo las inversiones que sean imprescindibles, aparcando de momento las que no lo sean.

"Si una empresa consigue flujo de fondos, reduce sus necesidades de dinero y no se encuentra expuesta a la situación de estrangulamiento de los comarcados de crédito", indica Juan José de los Mozos, presidente de la Asociación Española de Asesores Fiscales y Gestores Tributarios. La independencia económica de una empresa pasa a reducir su dependencia de las entidades financieras.

- 4. Estudio preciso de la oferta y la demanda.** El objetivo principal de una PYME, un comercio o un autónomo es lograr una mejor atención y un mayor servicio a los clientes con el objetivo de fidelizarlos. "Si se requiere una mejora del escaparate, hay que hacerla, máxime cuando la crisis proporciona más tiempo para llevar a cabo acciones como estas", dice Mozos, en referencia a que el menor consumo proporciona más tiempo para ello.



# NOTICIAS de INTERÉS

FORO GALEGO DO COMERCIO

Se deben analizar los productos y comprar aquellos que puedan venderse con mayor facilidad. Hay que reforzar la imagen y trato con los clientes y demostrar "que nuestro producto o servicio no ha disminuido su calidad y que ofrece mayores garantías que los de la economía sumergida".

5. **Buscar las asociaciones y los apoyos externos.** El apoyo externo es fundamental en esta etapa económica. Asefiget recomienda cinco acciones puntuales. La primera es asociarse a organizaciones que permitan ahondar en la búsqueda de soluciones conjuntas y "forzar la persecución y denuncia de la competencia desleal y exigir al legislador a tomar medidas productivas adecuadas a las necesidades de las empresas".

Otras acciones que aconseja el documento de 25 puntos para combatir la crisis son fomentar la unión de microempresarios para reducir los costes fijos o compartir clientes; las cadenas de compra mediante las que varios comercios se unen para conseguir ventajas de la gran distribución; y conseguir el reconocimiento de la sociedad a sus esfuerzos por generar riqueza y empleo. En contabilidad, la asociación aconseja contar con profesionales que informen en cada momento de la viabilidad de la empresa.

6. **Mantener la confianza en el futuro es vital.** Hay que confiar en los conocimientos y la experiencia propia, creer en la empresa, valorar la experiencia. Es necesario analizar todos los cambios que deben hacerse en la empresa. "Micropymes y autónomos tienen una posición envidiable frente a esta crisis, ya que su equipo humano está formado por trabajadores que son familiares o amigos. Es el momento de mentalizarles de que hay que actuar al unísono para mantener la empresa".

La Gaceta, 22 de marzo de 2009