

Con tecnología y cambios en la gestión, las empresas se readaptan para enfrentar la crisis económica

Pese a que algunas optan por reducir su plantilla laboral y los beneficios de los empleados, algunas firmas confiaron a lanacion.com que prefirieron invertir creativamente en innovación y managment para enfrentar los desafíos económicos.

Imaginación. Con sólo una pizca de ella en medio del actual marco de pronunciada desaceleración económica que vive el país, algunas empresas de diferentes rubros evitan tocar su plantilla de empleados y recortes de beneficios, y logran aumentar su eficiencia y su productividad con el objetivo de reducir sus costos.

La fórmula es sencilla, por lo menos para ellas: apostar creativamente a la inversión en tecnología o a la readecuación del managment en diferentes áreas. En ese rumbo, algunas compañías cambian puertas adentro, mientras que otras, del otro lado de la vereda, ofrecen soluciones a las primeras.

A contramano de los recortes de la plantilla laboral ?solamente en el sector automotriz se estiman 12.000 despidos en marzo- o en los tradicionales gastos (viáticos, remises o la eliminación de la llamada "caja chica"), la apuesta es readaptarse originalmente frente a un ambiente hostil.

"De cara al nuevo escenario de crisis que plantea el mercado, delineamos un reacomodamiento de nuestro plantel directivo y gerencial con el objetivo de optimizar el rendimiento", señaló a lanacion.com Pablo Casal, gerente de Marketing y Comunicación de Iplan.

Pero además, la empresa comenzó hace ya un año a adoptar nuevas herramientas tecnológicas para ahorrar inversión en equipamiento, mantenimiento y licencias de software. "Migramos el servidor de mail a Google Apps y adoptamos sus herramientas tales como planillas de cálculo y de texto", dijo Casal.

Además, en la firma con claro sesgo tecnológico, se reemplazaron las aplicaciones para contact center para tener una solución integral virtualizada: preatendedor (IVR), distribución automática de llamadas (ACD) e integración de telefonía y computadora (CTI).

La crisis financiera generó dolores de cabeza en muchos gerentes de esa área. Esto lo conocen bien en la mendocina Impsa, una de las mayores empresas tecnológicas del país con proyectos en Colombia, Venezuela, Brasil, Malasia y Vietnam.

"En un mundo sin liquidez, hay que ser creativos. Hoy para los proyectos en Brasil buscamos financiamiento en el Bndes [Banco de Desarrollo Económico y Social de Brasil] y en otros públicos", aseguró a este medio Francisco Rubén Valenti, vicepresidente de la empresa.

Sobre la hora, en junio y octubre, la firma había logrado lanzar dos bonos al mercado global de capitales. En septiembre, la quiebra de Lehman Brothers en los Estados Unidos comenzaba la debacle de los mercados y profundizaba el conocido credit crunch (restricción de crédito). "Hay que ser imaginativos, la situación no nos acobardó y por eso conseguimos crédito pese a la crisis", sentenció Valenti.

"Claro que sentimos también el impacto de la crisis, pero tal vez menos que otras aerolíneas", afirmó a lanacion.com Annette Taeuber, directora general para la Argentina, Chile, Paraguay y Uruguay de Lufthansa.

El valor del combustible es el factor determinante de esta industria. Pese a que la coyuntura redujo drásticamente este costo -el precio del barril pasó de más de US\$ 140 a menos de US\$

50 en pocos meses- se trata de la variable a retocar cuando la crisis financiera internacional amenaza los flujos turísticos alrededor del mundo.

"Estamos mejorando la eficiencia en el consumo de combustible con estrategias que van desde el planeamiento de rutas más cortas hasta la limpieza constante de las turbinas, que ahorra carburante. También trabajamos en conjunto con otras empresas del sector en desarrollo de combustibles alternativos", indicó Taeuber.

Durante 2008 Lufthansa hizo la mayor inversión de la historia de la compañía (14.000 millones de euros en 175 nuevas aeronaves), lo que busca una optimización del consumo de combustible. Actualmente, tal valor es de 3,2 litros/pasajero/km. En un periodo de 17 años, la performance del transporte creció un 232%.

Las empresas de servicios públicos, con tarifas congeladas desde la crisis de 2001, también precisan buscar cada vez mayor eficiencia. "Una importante empresa de tecnología está desarrollando un sistema operativo informático para el área técnica que mejorará la eficiencia del personal y la operatividad diaria de la empresa", afirmó Alberto Lippi, vocero de Edenor.

Relata que en 2009 se implementará también en el sector comercial. Esto les permitirá bajar los costos en medio de la crisis económica y energética. "Lo que gastas hoy se gana en el largo plazo en eficiencia, con el mismo personal podés hacer más cosas", dijo.

En la otra vereda. "Nosotros intentamos dar soluciones para que la actual crisis no prive a las empresas a brindar capacitación a sus empleados", subrayó a lanacion.com Matías Palacio, director de Axiomas, una firma especializada en e-learning.

La compañía, que ya cuenta con Standard Bank y Nidera entre sus clientes, ofrece capacitación a distancia, a través de aplicaciones tecnológicas que la vuelven un producto flexible y ajustable a las necesidades empresariales.

"Lo que ofrecemos es armar una capacitación que se ajuste a la realidad de la empresa y la posibilidad de no hacer contratos de largo plazo. Para nosotros un proyecto de e-learning no significa hacer cosas a gran escala, sino más bien capacitaciones puntuales, cortas y efectivas", agregó el ejecutivo.

"Comparado con una capacitación normal en la que los empleados están en un mismo lugar, el e-learning es barato. Si existe dispersión geográfica, con costos de traslados, alquiler y viáticos es todavía muchos menos costoso", aseguró.

En ese sentido, Eduardo Díaz Williams, director de la consultora Zas, especializada en coaching transdisciplinario, critica que "en época de crisis las empresas suelen ajustar, lo que termina impactando en las comunicaciones internas y destruyendo la visión compartida" por empleados y empleadores.

"Es este contexto debe hacerse foco en la estrategia", aseguró el especialista a lanacion.com. Cuando hay crisis, las empresas suelen tener malos resultados, por lo que modifican sus acciones, lo que lleva a un círculo vicioso. En vez de modificar las acciones hay que cuestionarse la estrategia", afirmó Díaz Williams.

La Nación, Buenos Aires, 12 dez. 2008, Economía, online. Disponible em <www.lanacion.com>. Acesso em: 15 dez. 2008.