

ROLANDO ARELLANO C.

Presidente de Arellano Marketing
y profesor de Centrum Católica



Las naranjas más bajas

Paradójicamente, uno de los mejores resultados de la declaración del presidente Ollanta Humala de que la crisis económica mundial llegó al Perú es que la mayoría de críticos—que antes se empeñaban en mostrar los males que venían—hoy presentan argumentos para decir que el país está en buen pie para afrontar los. Bien para todos.

Pero siendo claro que está pasando la época de las naranjas bajas, esas que eran fáciles de cosechar, se necesitan algunos ajustes en las estrategias empresariales que permitan seguir creciendo de manera sana y sostenida. Lo primero es dirigirse a aquellos árboles donde las naranjas estén menos altas.

Para empezar por lo menos evidente, creemos que en el mediano y muy cercano plazo es importante volver a mirar al mercado estadounidense, cuya recuperación, con el alza del dólar, ya comienza.

No olvidemos que los Estados Unidos fueron nuestros principales compradores y que gran parte de nuestros problemas de hoy se deben a la mala situación que ellos pasaron últimamente.

Los textiles y la agroindustria serán probablemente los primeros en beneficiarse de esas naranjas no tan altas, junto con sus proveedores nacionales.

Desempolva sus contactos y vuelva a mirar al norte. Y prepárese para

recibir más inversionistas y más turistas estadounidenses. Do you speak English?

También encontramos naranjas no tan altas en los sectores internos menos expuestos a las crisis internacionales, sobre todo el de los millones de peruanos de las nuevas clases medias que viven en el mercado de oferta y demanda que ellos mismos crearon.

Se trata de un grupo menos dolarizado—y por tanto menos dependiente del tipo de cambio—que ha crecido consistentemente durante 30 años, con o sin crisis externa.

Es cierto que algunas ciudades del interior tendrán menos canon por el menor precio de los minerales, pero sabemos que la mayoría de las regiones ni siquiera lo ha usado completamente, y que lo que generó movimiento económico fueron los empleos en diversos sectores, incluido el minero, que no han disminuido, aún. Mírelo bien y verá las grandes oportunidades que presentan.

RECUPERACIÓN
En el mediano y muy cercano plazo es importante volver a mirar al mercado norteamericano, cuya recuperación ya comienza.

RENTABLES
Las empresas más rentables serán las que lleguen primero y mejor a las naranjas más cercanas y jugosas.

El tercer lugar de naranjas alcanzables es el de los consumidores actuales. Esos consumidores que antes llegaban a nuestros negocios con gran desprendimiento y que hoy no dejarán de comprar, ni comprarán más barato, sino que serán más exigentes en su elección.

¿Por ejemplo, seguirán yendo a restaurantes? Con mucha probabilidad sí, pero buscarán el mejor rendimiento por el dinero que van a invertir.

Dada la cada vez mayor oferta en todos los sectores, serán más selectivos. La calidad básica, por ejemplo el sabor de la comida, será un atributo indispensable, pero no suficiente. Pedirán rapidez y buena atención general.

Y eso pasará con todos los servicios, bancos, clínicas o abogados, y también con los productos, ya sean galletas, pañales o casas. Mejorar para retener es la consigna.

En el período actual, las empresas más rentables serán entonces las que lleguen primero y mejor a las naranjas más cercanas y jugosas.

Pero evitemos el nerviosismo exagerado, porque a diferencia de los países ricos, el árbol de los mercados peruanos tiene muchísimas frutas que nunca han sido aprovechadas. Solo hay que saber encontrarlas y conseguir las escaleras adecuadas para llegar a ellas.