

Mesures empresarials per a superar la crisi COVID-19

Oriol Amat, Catedràtic d'economia financera i comptabilitat de la Universitat Pompeu Fabra. Vicepresident d'ACCID i vicedegà del CEC.

Subtítol:

Estem en un moment molt complicat però hi ha mesures que poden ajudar a parar el cop i d'altres que permeten aprofitar les oportunitats que es presenten

Introducció

La sobtada i imprevista caiguda de l'activitat econòmica que provoca el COVID-19 perjudicarà greument moltes empreses i l'economia en general. De tota manera, com que la majoria d'experts prediuen que la crisi sanitària no serà molt llarga, podem pensar en mesures econòmiques per a evitar mals majors. En alguns casos aquestes mesures inclusivament poden permetre que hi hagi empreses que en surtin enfortides.

Mesures per a parar el cop

Vegem, en primer lloc, algunes urgents que poden ajudar a evitar mals majors. Es tracta de mesures orientades a evitar problemes que podrien limitar la continuïtat de l'empresa:

- Prioritzar la salut i el benestar de treballadors i clients. Si en moments difícils s'aposta per ells, es pot aconseguir més compromís a llarg termini. Això vol dir prendre mesures per a preservar la salut de les persones i també donar seguretat i confiança en relació amb el seu futur a l'empresa.
- Reorganitzar els processos per a poder treballar en remot i poder oferir més i millors serveis *online* als clients.
- Assegurar la liquiditat renegociant els terminis de pagament i contractant línies de crèdit bancari. Cal aprofitar que, de moment, no hi ha restriccions creditícies i que, és possible, que en les properes setmanes les autoritats amplïïn les línies de finançament.
- Assegurar els subministraments diversificant els proveïdors.
- Oferir serveis o infraestructures de l'empresa a les autoritats sanitàries, com han fet algunes cadenes hoteleres que han ofert habitacions per a ser medicalitzades. És un bon moment per ajudar a qui més ho necessita.

Aprofitant les oportunitats que es presentin

En moments de pànic la majoria de la gent es concentra en les notícies negatives i no paren atenció a oportunitats que cal tindre en compte. Vegem alguns exemples:

- Si es disposa de liquiditat que no es necessitarà en els propers anys ara és un bon moment per fer compres. Hi ha moltes empreses molt sòlides i de sectors amb molt de futur (alimentació, farmacèutiques...) que han baixat més enllà del que es raonable.

- També es poden fer bones adquisicions d'empreses per a potenciar el creixement. Sovint s'oblida que hi ha moments de compra i moments de venda. Quan es produeixen caigudes sobtades a la borsa com la que estem vivint ara la història demostra que acostuma a ser un bon moment de compra. Com diu la dita: *“Cal vendre quan sonen els violins i comprar quan ressonen els canons”*.
- Aprofitar els preus baixos per a comprar productes o serveis que es necessitaran més endavant.
- Es pot apostar per noves línies de negoci basades en mitjans virtuals.
- Si ja es disposa de productes o serveis via mitjans online es pot augmentar la seva promoció per a incrementar els ingressos.
- Es pot innovar amb productes o serveis que satisfan necessitats relacionades amb el COVID-19, i no es tracta només de mascaretes i gels.
- Es poden descobrir noves formes de funcionar més sostenibles (teletreball...).

Conclusions

La història econòmica dels darrers segles demostra que la majoria de la gent acostuma a sobre reaccionar molt sovint. En moments d'eufòria, els preus puguen més del que és raonable i en moments de pànic els preus s'enfonsen massa. Quan hi ha caigudes dels mercats d'un 30% o 40% com ara hi ha bones oportunitats de compra que no podem desaproveitar. En molts estudis hem demostrat que les empreses més exitoses a llarg termini són les que compren i venen en els moments adequats i fan l'oposat del que fa la majoria. Això és el que ens diu la teoria de l'opinió contrària, que consisteix en fer l'oposat del que fa tothom en moments de pànic, com ara.

Per tant, ara convé no deixar-se portar pel catastrofisme i treballar per a seguir creant el màxim valor econòmic i social. Per acabar, no podem deixar ben clar que aquestes propostes cal fer-les amb humilitat. Com deia Samuel Goldwyn: *“Mai facis previsions, especialment sobre el futur”*.

Referències:

Amat, O. (2009): Euforia y pánico, Profit, Barcelona. <https://www.profiteditorial.com/libro/euforia-y-panico/>

Puig, X. (2020): El primer error de los inversores: Dejarse dominar por las emociones, Patrimonia (Vídeo). <https://patrimonia.bsm.upf.edu/el-primer-error-de-los-inversores-dejarse-dominar-por-las-emociones/>

Puig, X. (2020): Behavioral finance. Segundo error: La impaciencia, Patrimonia (Vídeo). <https://patrimonia.bsm.upf.edu/behavioral-finance-segundo-error/>

Nota: Una versió més reduïda d'aquest article ha estat publicada per *Viaempresa* el 16 de març de 2020. https://www.viaempresa.cat/opinio/orol-amat-coronavirus-mesures-economicas_2115560_102.html