



Eduardo Martínez Abascal

Previsiones del FMI

El Fondo Monetario Internacional (FMI) acaba de publicar (el pasado 26 de enero) sus previsiones económicas para 2010. España decrecerá un 0,6% (continúa en recesión), mientras que nuestros vecinos salen de ella: Alemania crecerá un 1,5%, Francia un 1,4% e Italia un 1,0%. El tema ha tenido mucho eco en la prensa y con tintes más bien catastrofistas. Los analistas de diversos bancos internacionales -los llamados expertos- también se han hecho eco, y han recomendado no invertir en acciones o bonos españoles.

¿Es fiable el FMI en sus previsiones? Pues veamos al menos las más recientes de los dos últimos años. En julio de 2008, pronosticó un crecimiento mundial de la economía del 3,9% en 2009. Esto es un crecimiento "normal", ni muy alto, ni muy bajo. Hay que indicar que en ese mes ya llevábamos un año de crisis financiera, que empezó en agosto de 2007, aunque lo peor estaba por llegar. Pues bien, el crecimiento económico mundial en 2009 ha sido del -0,8%. La crisis más fuerte en los últimos 60 años. La desviación entre la previsión y la realidad es enorme, y máxime cuando se habla de crecimiento promedio mundial, que, al agrupar muchos países, suele tener oscilaciones muy suaves.

Según el FMI (previsión de julio de 2008), España iba a crecer en 2009 un 1,2%. La realidad es que el crecimiento económico en España en 2009 ha sido del -3,6%, el peor dato en 70 años. Otra vez el FMI se ha pasado en su previsión... y de largo.

El lector podrá pensar que soy injusto o sesgado en la comparación, pues estoy usando datos de la peor crisis nunca vista en los últimos 70 años. De acuerdo. Tomo ahora las previsiones hechas por el FMI para España en enero de 2009, hace sólo un año, y cuando la crisis ya estaba en pleno furor. El FMI esperaba que España decreciera en ese año 2009 un 1,7%. El resultado ha sido una caída del 3,6%. Otra vez un grueso error.

No se puede concluir de estos datos que el FMI haga mal su trabajo de previsión. Pero sí se puede concluir que las previsiones no son tan fiables como cabría pensar. ¿Y por qué? Pues porque prever el crecimiento de la economía es prever, en buena parte, el comportamiento de consumidores e inversores (prever el comportamiento de todos nosotros), y esto no es nada fácil, por no decir imposible. ¿Hay que escuchar al FMI? Sí, pero no se pueden tomar sus opiniones como dogmas venidos del cielo. Se pueden equivocar y mucho.

Profesor del IESE

LA CADENA DE COMIDA RÁPIDA AMPLIARÁ EL HORARIO EN UNA CUARTA PARTE DE SUS LOCALES EN ESPAÑA. ES PARTE DE SU ESTRATEGIA PARA GANAR CLIENTES EN UN CONTEXTO DE CAÍDA DEL MERCADO DEL 2,8%.

McDonald's abre 24 horas

I.Elizalde. Madrid

El sector de comida rápida no es inmune a la crisis, aunque capea mejor el temporal que otros. En 2009, las ventas del conjunto de las compañías de restauración rápida cayeron un 2,8% y el número de visitantes bajó un 1%. McDonald's España, la mayor empresa de restauración del país, logró aumentar sus ventas un 6,1%, hasta 801 millones.

"En un entorno económico tan difícil estas cifras confirman el acierto de nuestra estrategia que busca mejorar la experiencia de nuestros clientes y crear valor", afirmó ayer Patricia Abril, presidenta de McDonald's España. El crecimiento de la facturación se explica tanto por las nuevas aperturas -se inauguraron 15 locales, que supusieron una inversión de 21 millones y la creación de 750 nuevos empleos- como por el incremento de la facturación en los locales existentes.

Anticrisis

Al igual que sus rivales, el gran reto de McDonald's es atraer clientes. Su última receta anticrisis pasa por la ampliación del horario de un centenar de restaurantes, un 25% del total, de forma que estén operativos las 24 horas del día. "Intentaremos que en 2010 haya un restaurante abierto todo el día en todas las poblaciones en las que estamos presentes", explicó Patricia Abril.

En función de la ubicación



El grupo pretende atraer más clientes a sus establecimientos. / Efe

En 2009, la cadena aumentó sus ventas en España un 6,1%, hasta 810 millones, y creó 750 empleos

Durante este año, invertirá 59 millones en 17 nuevos locales y la renovación de 65 establecimientos

abrirán los siete días o sólo los fines de semana. Preferiblemente, se tratará de establecimientos en enclaves estratégicos fuera de la ciudad y con McAuto, ya que por seguridad es la parte que permanece operativa. "Hemos comprobado que existe una necesidad de comer caliente por las noches", afirmó la directiva, que apuntó que mejorarán el servicio desde el coche para que sea más rápido y sencillo.

La cadena también mantendrá en su oferta la promoción *Uno por Uno*, que lanzó en marzo de 2009 y que permite elegir entre diez productos por un euro. "La situación económica del país y del consumidor requiere un apoyo especial", indicó Abril.

Otra fórmula de atracción será la posibilidad de conectarse a Internet de manera gratuita. A finales del primer trimestre, casi todos los McDonald's en España ofrecerán Wi-Fi gratis por tiempo ilimitado.

La cadena seguirá con el plan de remodelación de restaurantes y, a finales de este año, el 70% de los locales contará con nueva imagen. En total, se invertirán 28 millones en 65 renovaciones y 31 millones en 17 aperturas, que permitirán la creación de 850 empleos. El proyecto McCafé continúa en fase de análisis y, por ahora, sólo hay 4 puntos de venta de este tipo. McDonald's cerró 2009, con 407 restaurantes, un 80% en régimen de franquicia.

CONTAINERCLICK
Venta y reservas para el transporte de contenedores en sólo tres pasos
www.renfe.com/mercancias
renfe
Mercancías

EL TIEMPO				ESPAÑA				EUROPA				MUNDO			
MÁXIMA	MÍNIMA			Ciudad	Máx.	Mín.	Condiciones	Ciudad	Máx.	Mín.	Condiciones	Ciudad	Máx.	Mín.	Condiciones
23	-3			A Coruña	13	5	Nuboso	Sevilla	16	7	Nuboso	Ámsterdam	4	-2	Nuboso
				Barcelona	14	7	Nuboso	Tenerife	23	16	Nuboso	Londres	8	3	Nuboso
				Bilbao	14	4	Nuboso	Toledo	15	0	Nuboso	Moscú	0	-4	Nuboso
				Madrid	12	1	Nuboso	Valencia	16	4	Nuboso	Praga	2	-5	Nuboso
				Málaga	17	10	Nuboso	Valladolid	10	-3	Nuboso	Roma	14	8	Despejado
				Mallorca	15	2	Nuboso	Zaragoza	11	-2	Nuboso	Ginebra	5	-1	Nuboso
								Lisboa	12	7	Nuboso	Viena	5	-1	Nuboso
												Zurich	5	0	Lluvioso

¿Quién dijo que la crisis no es una oportunidad?

Prepárate.

Daemon Quest te invita a **The 5th Annual Marketing Strategy Forum**.
Te sorprenderá cómo algunas empresas logran superar con éxito los malos tiempos.
Y además, una sorpresa especial: disfruta de Chicago... al son del jazz.

te traslada hasta

CHICAGO
EL MUSICAL

Madrid, 23 de febrero de 2010

Inscripciones en el teléfono 902 102 017, en el fax 91 496 24 44 o en www.marketingstrategyforum.com

TEATRO COLISEUM Gran Vía, 78. Madrid