

# Mission Ready

Volume 6, Issue 10

November, 2004

## Seminars/Keynotes

Albuquerque  
Atlanta  
Boise  
Boston  
Cancun  
Charlotte  
Chicago  
Dallas  
Denver  
Fresno  
Honolulu  
Houston  
Jacksonville  
Las Vegas  
Los Angeles  
Louisville  
Memphis  
Miami  
Minneapolis  
Montreal  
Nashville  
New Orleans  
New York  
Oklahoma City  
Orlando  
Ottawa  
Philadelphia  
Phoenix  
Portland  
Rochester  
Sacramento  
Salt Lake City  
San Antonio  
San Diego  
San Francisco  
Santa Barbara  
Seattle  
Tampa  
Vancouver  
Washington DC  
Winnipeg

*In-house Seminars, Keynote Speeches and Consulting Services available.*

## El reto terrorista a los negocios: ¿Cómo mitigar el peso de lo inesperado?

En los últimos días, los medios han transmitido otra cinta de Al Qaeda, en la cual el vocero de habla inglesa “Azzam el Americano” prometió un ataque espectacular el cual hará que en nuestras calle “corran ríos de sangre”. Amenazas como estas—aunque sean solo amenazas—pueden impactar la comunidad de negocios de una manera muy negativa. Es indudable que muchas vacaciones puedan ser pospuestas (afectando hoteles, restaurantes, aerolíneas, etc.), o también la consumación de un contrato de negocios pudo haber sido aplazado, hasta ver “que va a pasar”, o un consumidor piense que este no es el momento de gastar si no de ahorrar dinero—no por una emergencia pero por un posible evento catastrófico.

Pensamos que nuestros lectores de Mission Ready quizás estén interesados en saber como la comunidad de negocios israelí le asegura a sus consumidores e inversionistas que todo va estar bien aunque pase o no un ataque terrorista.

Aunque alguien pueda argumentar que la nación de Israel siempre se encuentra en estado de alerta cuando se trata del terrorismo, siempre existen momentos de incremento de tensión. Ocasionalmente la IDF ha puesto en la mira a populares y carismáticos “Padrinos” de terroristas, quienes después de su muerte llevan a la diseminación de protestas y muy publicitadas promesas de represalia sin precedente. Exactamente que clase de “revancha” suceda, no se sabe, pero existe muy poca duda dentro la comunidad israelí que algo malo pase pronto dentro del país. En tiempos como estos “El peso de lo inesperado” cuelga como una palia sobre Israel. Aunque la comunidad de negocios insista en mantener una rutina normal a pesar de la situación política, me imagino que las actividades de negocios se suavizan durante la montaña de anticipación de un ataque terrorista mayor. Así es la sutileza de la campaña terrorista: solo la amenaza de un ataque puede crear suficiente ansiedad en la comunidad para los dueños de negocios, inversionistas y clientes para que estos paren y esperen cuando sea mejor momento para actuar.

Las maneras en la que una persona de negocios israelí ayuda a mitigar el peso de lo inesperado, puede ser de servicio a los que esperamos por menos crisis, pero nos sentimos igualmente obligados a tomar el mayor control posible—no por la emergencia en espera, eso sería imposible, pero por la percepción que tengan nuestros clientes de la emergencia. Si podemos afectar de manera positiva el punto de vista de nuestros clientes,

hacia los eventos que se desarrollan, el verdadero “gran evento” habrá perdido mucho de su poder de influenciar su decisión. Es mas, si podemos efectivamente educar y motivar al consumidor, el/ella tomara su decisión sin esperar que la emergencia se materialice, convencido/a de que, sea lo que sea que pase, no habrá cambio en su relación de negocios con nosotros. Todo empieza con la apreciación de lo que el cliente menos expuesto esté sintiendo durante el periodo de alta tensión. Un “veterano” de crisis terroristas israelí, por ejemplo, puede estar tan acostumbrado al ciclo de violencia que pueda que se olvide por un momento de que—sus clientes y/o sus inversionistas—están casi muertos de miedo con los nuevos reportes repetitivos de la creciente alerta terrorista, amenazas terrorista, precauciones gubernamentales, y procedimientos de emergencia, etc. Lo primero que un negociante israelí inteligente hace es, tomar el teléfono, y hacer contacto con esos que son importantes para sus negocios y explicarle paso a paso la probable secuencia de eventos, para que no solo sepan que esperar, si no para que recuerden que cosas semejantes han pasado muchas veces antes durante la historia de su relación de negocios. ¡Comunicación lo es todo! Cualquiera que ha pasado por turbulencia aérea en un vuelo puede recordar cuando la voz calmada, tranquila y alivante del piloto anuncia que las cosas van a estar un poco “agitadas” por un rato, y que todo el mundo debe atarse el cinturón de seguridad. Por el contrario, si hay silencio por parte de la cabina de vuelo, asumimos inmediatamente que el piloto esta muy ocupado como para hablar, porque esta desesperadamente tratando de controlar el avión. La verdad es, por supuesto, que el piloto esta bostezando en el momento de la turbulencia y en ambos casos sabe perfectamente bien que el avión puede afrontar fuerzas diez veces más grandes. Pero si no hay comunicación. La imaginación de los pasajeros volara ferozmente.

La mejor manera de mitigar el peso de lo inesperado es hacerlo irrelevante. Y una vez que se le ha dado al cliente la correcta perspectiva, será relevante y el o ella estarán confiados de que sea lo que sea que venga no habrán cambios en esa relación de negocios duradera.

*Nota del Editor: para una discusión mas a fondo del acercamiento que los negocios israelíes toman para combatir la amenaza terrorista, lea el nuevo libro de Dan Carrison, Negocios bajo el Fuego. Como las Compañías Israelíes Están Triunfando en la Cara del Terror—Y que podemos aprender de ellos.*