

Cómo superar la crisis económica?

Hay tanta inseguridad, uno no sabe lo que va a pasar mañana... Ese es uno de los comentarios más habituales que habrá escuchado en las últimas semanas...

La incertidumbre y el riesgo: ese es el mundo en el que vive todo emprendedor, independientemente de como esté económicamente el país en el que vivimos

Pero sabemos que al final del día nos reconforta darnos cuenta que hicimos algo para afrontar las dificultades que quedarnos de brazos cruzados o durmiendo la siesta creyendo que cuando nos despertemos las complicaciones se resolvieron solas. Las dificultades son lo que hace que como emprendedores avancemos.

Esa montaña rusa que es tener algo propio que te apasiona es muy difícil de describir, es por eso, que me permito citar a alguien que lo describirá de una forma inigualable. Se trata de Marc Andreessen (creador de Netscape) Este es un extracto de un artículo de 2007: *"Primero y más importante, hay que darse cuenta de que una iniciativa emprendedora te pone en una montaña rusa emocional que no se parece a nada que hayas experimentado antes. Pasarás rápidamente del día en el que estás eufóricamente convencido de que vas a dominar el mundo, al día en el que la perdición total parece ser sólo cuestión de semanas y te sientes completamente arruinado. Y luego vuelta a empezar. Una y otra, y otra, y otra vez. Y estoy hablando de lo que les pasa a los emprendedores estables.*

Hay tanta incertidumbre y riesgo en prácticamente todo lo que haces [...] habrá días en los que todo vaya increíblemente bien y otros en los que todo vaya realmente mal, y los niveles de estrés bajo los que estés normalmente magnificarán esos puntos en increíbles subidones y tremendos bajones de tremenda magnitud y fuerza.

Segundo. Nada ocurre en una iniciativa emprendedora hasta que tú haces que suceda".

Muchas veces nos movemos por el miedo, por los comentarios, y por un efecto rebote en la sociedad, todos dicen que no hay que invertir, que no es momento de lanzar su emprendimiento, etc, y uno sigue la manada... Esto muchas veces es lógico, pero lo mas coherente sería analizar indicadores claves que nos digan qué está pasando y en base a esos fundamentos tomar decisiones. Por ejemplo, indicadores como ventas, retorno de la inversión de Marketing, conversión de interesados en clientes... si no disponemos de números que nos hablen con claridad tampoco tendremos elementos para tomar decisiones. Es fundamental que veamos lo que realmente está pasando para decidir en base a ello y no a lo que todos dicen.

Nos tiene que importar lo que realmente está pasando en nuestra empresa y no seguir los comentarios que escuchamos por ahí.

El principal factor (no digo el único) para que una Pyme le vaya bien es ella misma, obviamente el que la situación general sea buena ayuda mucho, pero no necesariamente garantiza nada.

Por ejemplo, veámoslo de esta manera: Cuándo la situación económica general es buena, a nuestra empresa le ha ido automáticamente bien? El porcentaje de cierre de empresas durante las épocas buenas económicamente hablando sigue siendo grande.

Es obvio que cuando el contexto es positivo la gente tiende a consumir, a invertir, a confiar pero incluso hasta en ese escenario positivo nuestra Pyme suele tener inconvenientes.

Nuestra empresa atraviesa crisis constantemente, por ejemplo: perder un buen cliente, que aparezca un competidor nuevo, un problema con el producto, una equivocación grave con el servicio, que un empleado idóneo nos abandone, etc.

Los emprendedores estamos expuestos a todas estas crisis que nos afectan directamente donde más nos duele: a nuestro bolsillo. Y habitualmente las superamos, podemos salir dolidos o cansados pero salimos adelante.

Los emprendedores somos solucionadores de problemas, tanto propios como ajenos, somos expertos en crisis y cambios, en incertidumbre. Demostremoslo, mas aun en esta etapa!
Es por eso que sostengo que el principal factor que determina la marcha de nuestra empresa somos nosotros mismos.

Sin embargo muchas Pymes cuando se enfrentan a un panorama de incertidumbre y los clientes no nos visitan como antes ¿cómo suelen reaccionar? Cortan el Marketing, dejan de hacer publicidad, que es precisamente el medio por el cual se atraen clientes, lo cortan y se quedan esperando que el temporal pase; creen que de esa forma cuidarán el bolsillo y no se dan cuenta que están haciendo todo lo contrario: cortar toda posibilidad para que la empresa pueda salir adelante. Pero justamente es el miedo que nos hace tomar decisiones apresuradas y sin fundamentos, porque no nos fijamos en los indicadores que les mencionaba al comienzo.

La clave para salir de la crisis está en Ud. y en su empresa, debe analizar sus indicadores y actuar, nunca quedarse de brazos cruzados, hay que tomar esta crisis como una más de las tantas que ha pasado. No crea que no es momento de comenzar con su emprendimiento, o cerrar su empresa porque no tiene clientes!

¿Sabe cuando la industria del cosmético vivió su nacimiento y boom? En EEUU en los años 30 (el tiempo de la mayor depresión económica de la historia). En ese momento a la mayoría quizás ni se le ocurriría que podría tener éxito un rubro aparentemente tan frívolo como la cosmética.

¿Y cuándo Google comenzó a crecer enormemente y convertirse en lo que es hoy? Entre el 99 y el 2002, justo en medio golpeó la crisis financiera del 2000-2001.

Ahora mas que nunca hay que estudiar, analizar e inventar buenas estrategias para conseguir clientes. El **marketing** es el otro **elemento clave para la vida de nuestra Pyme**, démosle la importancia y atención que merece al fin y al cabo es lo que nos trae los clientes.

Les dejo unas preguntas... lo ideal sería que el la semana que viene Ud. se encuentre aplicando sus respuestas...

- ¿Qué estrategias son las que más clientes nos traen? ¿Las conocemos?
- ¿Qué cosas podemos hacer para reforzar cada una de esas estrategias?
- ¿Qué podemos hacer para medir con más claridad y ver lo que está pasando de verdad?

Y para aquellos que todavía no tienen su emprendimiento, sea audaz, es el momento justo para hacerle frente a la crisis, no siempre es necesario una gran inversión para comenzar con una actividad independiente.