

Algunas reflexiones en tiempos de crisis: Cómo intentar surfear la ola con pragmatismo y agilidad.

Todos nos encontramos en *shock* por la segunda ola de crisis que nos está golpeando en Chile en menos de 6 meses, intentando manejar y asimilar qué es el Covid-19: un *tsunami* global y humanitario de salud que causará un profundo impacto económico y estructural, imposible de definir aún en todo su alcance.

Los expertos dicen que se trata de una crisis nunca vista: por la velocidad en su desarrollo, su profundidad y su alcance global. Si otras crisis se han venido “mostrando” a través de periodos de 1 a 2 años, aquí hablamos solo de semanas, y cuyos efectos, se estima, durarán años.

Por todo lo anterior, es muy difícil aún hacer proyecciones. Sin embargo, se pueden definir algunos escenarios posibles que nos ayudan a orientarnos para poder tomar decisiones y reevaluarlas permanentemente, con pragmatismo y agilidad.

Los emprendimientos y pequeñas empresas tienen una gran ventaja que es su capacidad de innovación y adaptación, flexibilidad que tendrán que aprovechar al máximo en este periodo que viene.

Y desde Netmentora, podemos y queremos brindar una mentoría atinente y cercana en este periodo, ayudando a un buen proceso de reflexión y toma de decisiones. Pedimos a los mentores estar muy cerca de los emprendedores y sus proyectos, y solicitamos a ambos, avisarnos si necesitan de más apoyo para así poder movilizar nuestra red en esta función de acompañamiento empresarial que le es tan propia.

Escenarios y factores clave:

- Desde la perspectiva actual, se estima que la epidemia puede durar 3 meses o más, siendo la primera prioridad asegurar la salud de las personas y controlar la expansión del Coronavirus para poder volver a la normalidad. [Ver estudios de McKinsey](#), en particular desde la página 12, [Sinclair](#), [WEF](#), y con más enfoque a nuestra economía, [estudio de Gemines](#).
- Aparte de las medidas de salud para proteger a los colaboradores, lo principal en esta crisis para las empresas es revisar su respaldo financiero y la caja existente para ajustarse cuanto antes frente a las (muy probables) bajas en ventas y definir planes de contingencia. Acceder a [las facilidades tributarias ofrecidas en el plan gubernamental de ayuda a las pymes](#). También a las medidas de flexibilidad dispuestas por la mayoría de los bancos para sus clientes. Pensar en actividades y estrategias alternativas para vender, controlar y reducir los gastos, lograr flexibilidad en los pagos, cobrar donde sea posible. Es muy bueno involucrar a los mismos colaboradores en la búsqueda de nuevas ideas y soluciones!
- Durante el desarrollo de la epidemia, dos oportunidades clave para los negocios son: **consumo *on-line* y actividades virtuales, entregas a domicilio**. Ver cómo poder responder a

Somos la 1ª implantación en Latinoamérica de la red de mentores con más trayectoria a nivel global

[Página Web](#) | [Facebook](#)

estas nuevas necesidades de los clientes, ver cómo poder virtualizar la oferta y, si esto no es posible, poder entregar los productos a domicilio, o por lo menos mantenerse en contacto con los clientes en este difícil periodo.

- Revisar y ajustar la logística interna del negocio para asegurar que no haya rupturas de *stock* o que no sea posible entregar producto. Ver los turnos necesarios y descansos del personal. Buscar nuevos proveedores, idealmente cercanos (cadenas cortas, consumo local). Definir ofertas alternativas, comunicando al cliente el porqué de las propuestas. Marketing y comunicación: Mantenerse cerca de los clientes, mostrar su interés y comunicar. Pensar en nuevas ofertas para el corto plazo y para la vuelta a la normalidad. Ofrecer facilidades.
- Reflexión estratégica: pensar en nuevas oportunidades que se pueden dar para tu oferta según la reactivación del consumo, la que se piensa será más o menos en el siguiente orden: consumo básico y salud; bienes de consumo; *wellness*, actividad física y estética; deportes y salidas (gastronomía); transporte, viajes y turismo.
- Quedar muy pendiente de nuevas tendencias de consumo que surgen a raíz del Coronavirus, en general y de tus clientes. A medida que te adelantes, podrás aprovecharlas, ya que todas las grandes crisis son también grandes oportunidades. Podrá haber cambios en términos de higiene y cuidado personal, del hogar y del grupo familiar; alimentación más saludable; nuevos patrones de traslado y de viajes (no masificados); teletrabajo, teleconsumo, métodos *touchless*; compra de productos locales (confianza, trazabilidad); prevención (compra anticipada y *stocks*, contratación de seguros y servicios especializados), etc.

El estado de Chile ha desarrollado un plan de acción que comprende un plan económico de emergencia. Revisa [el enlace](#) para quedar informado.