



IDEAS PARA PYMES EN TIEMPOS DE CRISIS

Autor: Jaime A. Borrego. Blogger de Herramientas para Pymes.

Dirección Web: <http://www.herramientasparapymes.com>

Sin duda los momentos que viven la mayoría de las empresas y en particular las pymes son de gran preocupación. Sin embargo, las crisis como sabemos presentan muchos riesgos pero a la par contienen las semillas de las grandes oportunidades, siguiendo la norma de la inversión, "a mayores riesgos mayores rendimientos". Dicha premisa es transferible a la actual situación de las pymes que propongo aprovechar y salir airoso de la problemática actual. En este artículo y los siguientes propondré algunas pautas a considerar, esperando que alguna(s) sea (n) de gran utilidad para tu pyme. Entonces manos a la obra.

IDEAS

Realiza un diagnóstico Aunque se vive una situación que pareciera similar para todas las empresas, recuerda que tu pyme es diferente y por tal razón tu problemática es especial. Quizás no cuentes con una estrategia bien definida, tus productos sean obsoletos o no cuentes con la tecnología adecuada por dar sólo tres ejemplos. Lo importante es saber cómo se encuentra tu organización y conocer tu situación actual financiera.

Confronta la realidad, reconoce la magnitud del problema. No escondas la cabeza como un avestruz, reconoce que tu empresa muestra brechas entre lo que es y lo que tú quisieras de tu pyme. Es tiempo de actuar, no de lamentarse, si quieres aprovecharte de las oportunidades revisa tu modelo de negocio, es decir, la forma de ganar dinero. Es probable que necesites cambiarlo.

Decide una estrategia. Acompañado del diagnóstico y de tu decisión de sacar adelante tu empresa, establece la estrategia que harás del conocimiento de tu personal. Sube al barco a toda tu gente y su potencial. Resuelve el presente, pensando en el futuro. Haz que tu estrategia consolide y convierta a tu empresa en una mejor organización.

Piensa óptimamente. Frecuentemente se nos dice, piensa positivamente, yo te recomiendo que pienses óptimamente, pienses en grande, tú puedes hacerlo, ya lo hiciste una o varias veces anteriormente no veo por qué no puedas hacerlo ahora. Se realista, a veces el pensar positivo nos impide ver la verdadera situación, es decir, la evitamos. No seas uno de ellos.

Mantente enfocado en el cliente. Ahora es el momento de permanecer hombro con hombro con tu mercado y por ende con tus clientes, no olvides que ellos también están inmersos en la problemática actual. Es momento, de preguntarte qué más puede tu empresa hacer por ellos. Ve un paso más allá, pregúntate que necesitan hacer tus clientes después de haberlos servido,



Comunicación Alterna Del concepto al resultado

descubre necesidades no detectadas anteriormente. Satisfácelas serán el servicio de hoy y el negocio del mañana.

Se ético. Ante los desafíos actuales muchas empresas pueden olvidar los valores que le dieron origen. Las crisis muestran de qué madera está hecha tu empresa y sobre tu. Establece y vive tu código de ética, que muestre al interior conductas de integridad que se manifiesten con hechos en las relaciones con tus clientes. No falsifiques información, no mientas, no engañes adentro ni afuera, entre otras conductas. El mercado castigará estas prácticas tarde o temprano. Recuerda que tienes una empresa que deseas que perdure a lo largo del tiempo y no un negocios pasajero.

Baja tu punto de equilibrio. Dentro de las ideas ofrecidas, quizás esta sea la más comentada por todos, pues parece obvio. Sin embargo, mi recomendación es hacerlo con sumo cuidado, pues es el más traicionero. Te comento querido lector algunos ejemplos: reducir la capacitación, la publicidad, la calidad del producto/servicio, son acciones muy socorridas de corto plazo que pueden tener consecuencias funestas en cuanto la situación cambie. Definitivamente no lo haga de la manera tradicional. Es la gran oportunidad de ser creativo. Al contrario, aumenta estos rubros, utilizando tu talento y el de tu gente. Existen muchas ideas esperándote. Por ejemplo, utiliza la capacitación cruzada para elevar las competencias de tu personal.

Involucra a tu gente. Comparte la situación, con tu personal. Te sorprenderás de su talento, sólo hay que impulsarlo, reconocerlo y compensarlo. Pon toda su inteligencia al servicio de la organización a través de tu estrategia de negocios manteniendo el enfoque en tus clientes.

Mantente siempre en búsqueda de nuevas ideas. Cualquier lista de opciones que se te pueda presentar siempre será incompleta y quizás no aplicable para tus condiciones especiales. Esta es la primera parte de una serie de ideas para afrontar la crisis en las pymes. Recuerda que si tenemos “un martillo todos los problemas los vemos como clavos”, es por eso que necesitarás apertura para nutrirte de las ideas de los demás.

Me encantaría conocer si alguna(s) idea(s) te ayudaron y la manera como lo hicieron. Es el turno de la colaboración. Buena suerte y muchas gracias.