

# Reinventarse e innovar, la oportunidad en la crisis

Corona Jiménez, Miguel Ángel

2020-06-12

---

<https://hdl.handle.net/20.500.11777/4702>

<http://repositorio.iberopuebla.mx/licencia.pdf>

## Re-inventarse e innovar, la oportunidad en la crisis

Miguel Ángel Corona Jiménez

Publicado en “E-Consulta”, el 12 de junio de 2020. Disponible en:

<https://web.mediasolutions.mx/Notas/?id=202006121848591110&temaid=10>

[004306](#)

La crisis económica que está provocando el COVID-19 en el mundo no tiene precedente. Sin embargo, en toda crisis hay oportunidades y por lo tanto hay esperanza.

Le pregunto a usted micro y pequeño empresario, ¿qué es lo que le hace falta en estos momentos para afrontar la crisis? Si su respuesta es dinero, cuando salga de la crisis seguirá haciendo casi lo mismo y seguirá siendo muy vulnerable; si su respuesta es contar con ahorros la respuesta es muy diferente, significa que se ha dado cuenta de la importancia de cuidar sus recursos. Ciertamente, es muy importante producir y vender, pero también administrar muy bien los recursos para tener siempre una reserva para lo imprevisto, como ahora la crisis del COVID-19, y para crecer junto con sus trabajadores.

En esta crisis están cambiando muchas cosas, el aislamiento en las casas está llevando a cambiar hábitos de consumo, a darse cuenta que puede uno vivir sin comprar tantas cosas, ante la incertidumbre de hasta cuándo va a durar el

dinero, seguramente las amas de casa son y serán más cuidadosas y selectivas para comprar.

Esto algunos empresarios ya lo han notado y se están moviendo ante consumidores con recursos muy limitados, pero más exigentes y cuidadosos. Están descubriendo oportunidades en la crisis. Por ejemplo, como lo importante es sobrevivir se están volviendo proveedores de productos básicos de consumo a domicilio, con la ayuda de las redes sociales están conectando la demanda con la oferta en las colonias y los barrios, están haciendo economía local, pero sobre todo a precios justos.

Si todo eso sigue sucediendo, las condiciones después de la crisis no serán las mismas que antes, las familias no tendrán muchos recursos, la cuantía de la demanda será muy baja e irá subiendo lentamente; los que producen y venden querrán subir rápido por sus costos fijos con lo que aumentará la competencia.

Si desea recuperar terreno, lo primero será entender y satisfacer a sus clientes ¿sabe usted por qué lo seguirán prefiriendo después de la crisis? Si no sabe pregúnteles y esmérese por superar lo que esperan de usted. A la mayoría de los clientes le gusta lo bueno, lo bonito y lo barato. Dependiendo del tipo de bien o servicio, lo bueno es la calidad, la durabilidad, el sabor, etc.; lo bonito es el trato, la puntualidad, el diseño, la limpieza, la organización, etc., y lo barato siempre será relativo al cliente, si cumple con lo anterior y pone un precio justo sin abuso y ambición desbordada, estará sembrando para un futuro prometedor.

Ahora bien, como empresario sabe que todo lo anterior cuesta, por ello es importante contar con el apoyo de sus trabajadores y de sus proveedores. Recomiendo que con sus trabajadores haga acuerdos para mantener la nómina, pero hableles con la verdad, la situación será complicada, pero si ellos se esmeran en su trabajo y se juegan la suerte con usted, bien vale la pena prometer un aumento para cuando mejore la situación, pero ¡cúmplales!, esto es parte de hacer las cosas diferentes. Trátelos como si fueran de su familia y crecerá.

A sus proveedores al igual que a sus trabajadores pídale su colaboración, calidad y puntualidad en las entregas, mejores plazos de pago y más crédito. A cambio páguelos en tiempo y forma. Si lo logra tendrá un apoyo más para salir de la crisis y crecer.

Dos aspectos más, para que sus clientes sepan de su nueva actitud de servicio, utilice la tecnología. Ahora mismo en plena crisis muchas personas están sobreviviendo reinventándose, utilizando las redes sociales para que los conozcan y están vendiendo en la economía local. Si usted logra coordinar todos esos esfuerzos estará innovando.

Finalmente, estas recomendaciones requieren de un compromiso ético, de un comportamiento honesto y transparente, de un esfuerzo conjunto por trabajar mejor, por decir y actuar con la verdad, por rescatar el valor de la palabra. Es fundamental ver al cliente, al trabajador, al proveedor como persona, usted mismo verse como persona. Se es persona en función de los demás, esta es la alternativa para innovar y reinventarse, para salir de la crisis fortalecido. Usted

decide si quiere seguir corriendo más riesgos o descubrir esta oportunidad para renovarse hacia el futuro. Aproveche que esta crisis está sensibilizando a mucha gente que lo puede entender y seguir, los mexicanos no habíamos sufrido algo igual desde la época de la Revolución.