

Startupak

Covid19ren ondorioei aurre egiteko estrategiak

Startups

Estrategias para afrontar el efecto del Covid-19





Covid-19k eragindako krisi globalak aldatu egin du enpresak planifikatzen eta erabakiak hartzen ari ziren testuinguru egonkor samarra.

Egoera oraintxe bertan, jakina, ziurgabetasun handikoa da, baina zorionez ekosistema ekintzailea heldu egin da azken urteotan, eta orain prestatuago dago erronkari erantzuteko.

Baina... zer egin behar da zorabio eta etsipen garaiak igaro ondoren?

Erantzuna argia da: bizitzen ari garen errealitate berrira egokitzea. Startupek zerbait ona badute, berrikuntza eta erreakzionatzeko gaitasun azkarra beren ADNan daramatela da.

Neurri egokiak hartuz, startup askok ez dute soilik oztopoak gainditzea lortuko, indartuta atera ahal izango dira ere. Ez dugu etsi behar, baina planak egin behar dira negozioa birdimentsionatzeko, lantaldeen antsietatea kudeatzeko eta gastuak minimizatzeke, kontuan hartuta egoera horrek uste baino gehiago iraun dezakeela.

Ondorengo lerroetan, 5 neurri-bloke planteatzen ditugu, eta horiek konbinatuta, startup batek hobeto gainditu dezake bizitzen ari garen krisiaren denboralea:

La crisis global causada por el Covid-19 ha cambiado el contexto relativamente estable en el cual las empresas venían planificando y tomando decisiones.

La situación ahora mismo es, como no podría ser de otra manera, de mucha incertidumbre, pero afortunadamente el ecosistema emprendedor ha madurado durante los últimos años y ahora está más preparado para responder al desafío.

Pero... ¿qué toca hacer una vez pasadas las etapas de aturdimiento y resignación?

La respuesta es clara: adaptarse a la nueva realidad que estamos viviendo. Si algo bueno tienen las startups es que llevan la innovación y una rápida capacidad de reacción en su ADN.

Adoptando las medidas adecuadas, muchas startups no sólo conseguirán superar los obstáculos, sino que podrán salir reforzadas. No hay que dejarse llevar por el desánimo, pero hay que hacer planes para redimensionar el negocio, gestionar la ansiedad de los equipos y minimizar los gastos, teniendo en cuenta que puede que esta situación dure más de lo previsto.

En las siguientes líneas planteamos 5 bloques de medidas, que combinadas pueden llevar a que una startup capee mucho mejor el temporal de esta crisis que estamos viviendo.

1. Kontingentiako diruzaintza-plan bat birdefinitzea

Asko aldatzen da startuparen sektorearen arabera, baina orokorrean pentsatzeko modu zuhurra da enpresaren diru-sarrerak zero izango direla lau hilabetez, eta egoera normal baterantz joateko errekupeperazioa pixkanaka egingo dela.

Egoera hori gogoan, premiazkoa da enpresaren diru-sarreraren iturriak normalizatzen hasi arte iraun ahal izateko gutxieneko likidezia bermatzea lortzea. Hona hemen likidezia ziurtatuko iduen diruzaintza-plan batera iristeko zenbait aholku:

- **Kostuak doitzea:** behi argalen garaian, lehenengo neurria da aztertzea zer gastu ken (edo murriztu) daitezkeen, aldi baterako bada ere.
- **Optimizatu zure cash flowa:** une honetan kutxako fluxua (kobrantzak ken ordainketak) dena da startup batentzat. Cash flowa kontrolatzeko modu bat gastuak murriztea da; bestea, diru sarreraren sorrera optimizatzen saiatzea.

1. Redefinir un plan de tesorería de contingencia

Depende mucho del sector al que pertenezca la startup, pero una manera prudente de pensar en general es que los ingresos de la empresa van a ser cero durante cuatro meses y la recuperación hacia una situación normal será paulatina.

Con este escenario en mente, urge actuar para asegurar una liquidez mínima para poder subsistir hasta que las fuentes de ingresos de la empresa comiencen a normalizarse. Algunos consejos para llegar a un plan de tesorería que incida en este aseguramiento de liquidez son los que a continuación se detallan:

- **Ajustar los costes:** en época de vacas flacas, la primera medida es analizar qué gastos se pueden eliminar (o reducir), aunque sea de manera temporal.
- **Optimiza tu cash flow:** En estos momentos el flujo de caja (cobros menos pagos) lo es todo para una startup. Una manera de controlar el cash flow es reduciendo los gastos, la otra, intentando optimizar la generación de ingresos.



Diru-sarrera horiek hainbat bidetatik etor daitezke: stocka duten enpresak online salmentara buelta daitezke edo krisitik ateratzen ari diren merkatuetara jo dezakete; beste aukera bat negozio-eredua orain gehien eskatzen diren zerbitzuetara bideratzea izan daiteke, edo finantzaketa publikoa baliatzen jarraitu I+G edo berrikuntza teknologikoko garapen berrietarako.

- Kontratu-baldintzak birnegoziatzea: kostuak murrizteko beste bide bat da konfiantza handiagoko hornitzaileekin negoziatzea, ordainketak murriztu edo geroratu nahian. Baina aho biko neurria da hau, krisi ekonomikoa larriagotuko lukeen kate-efektuari lagundu diezaiokelako.
- Estrategikoak ez diren inbertsioak atzeratzea: enpresaren inbertsio-plana birdefinitzea, daukan finantza-gaitasunera egokituta, betiere inbertsio horiek ez gauzatzeak startuparen jardueraren garapena zalantzan jartzen ez badu.
- Lankidetzako garapenak indartzea. Horrela, kostuak partekatu ahal izango dira, eta hirugarrenentzako kontratazioak minimizatzeke bide bat da.
- Bankuekin eta finantzaketa publikoarekin (ENISA, IVF, ICF, etab.) gabezialdiak negoziatzen saiatzea. Egokiena Covid-19k enpresari nola eragiten dion justifikatzeko txostenak prestatzea da.

Estos ingresos pueden venir por diferentes vías: las empresas que tengan stock pueden volcarse en la venta online o acudir a mercados que estén saliendo de la crisis, otra opción puede ser pivotar temporalmente el modelo de negocio hacia servicios que estén más demandados ahora, o seguir aprovechando la financiación pública para nuevos desarrollos de I+D o innovación tecnológica.

- Renegociar condiciones de contratos: otra vía para reducir costes es renegociar con los proveedores de mayor confianza intentando reducir o aplazar los pagos. Pero esta es una medida de doble filo ya que podría contribuir a un efecto en cadena que agravaría la crisis económica.
- Retrasar inversiones que no sean estratégicas: redefinir el plan de inversiones de la empresa adaptándolo a la capacidad financiera de la que se dispone, siempre y cuando la no ejecución de estas inversiones no ponga en duda el desarrollo de actividad de la startup.
- Potenciar los desarrollos en colaboración. De esta forma se podrán compartir costes y es una vía para minimizar las contrataciones a terceros.
- Intentar negociar carencias con bancos y financiación pública como ENISA, IVF, ICF, etc. Lo ideal es preparar informes que justifiquen cómo está afectando el Covid-19 a la empresa.

“Nola murriztu gastuak, negozioaren bideragarritasuna mehatxatu gabe? Arloko kostu guztien zerrenda egin daiteke, eta, ondoren, bolumenaren, negozioaren garrantziaren eta bottom line efektuaren arabera ordenatu. Ondoren, nice to have kostuak moztu behar dira, eta enpresak bizirik iraun ahal izateko ezinbestekoak direnekin bakarrik geratu”; dio Jan Brinckmann Esadeko Zuzendaritza Nagusi eta Estrategia saileko irakasleak.

“¿Cómo recortar gastos sin amenazar la viabilidad del negocio? Se puede hacer una lista con todos los costes por área y después ordenarlos por volumen, importancia para el negocio y efecto inmediato para el “bottom line”. Después hay que cortar los costes “nice to have” y quedarse solo con los imprescindibles para que la empresa pueda sobrevivir”, señala Jan Brinckmann, profesor del Departamento de Dirección General y Estrategia en Esade.



2. Finantzaketa-bide berriak

Adituen aholkua aho batekoa da, eta edozein likidezia arazo aurreikusi nahian finantzaketa bide berriak bilatzea gomendatzen die startupeei. Gainera, zirkulatzailearen koltxoia ahalik eta lodiena izatea komeni da, krisiak zenbat iraun dezakeen ez baita argi ikusten. Egokiena gutxienez 12 hilabeterako likidezia nahikoa izatea litzateke.

- Kreditu-lerro bat irekitzea: krisi honen eragina aztertzen ari diren aditu gehienak banku-finantzaketa eskatzearen aldekoak dira, nahiz eta oraingoz ez den beharrezkoa. Kreditu-lerro bat irekita edukitzeak arnasa eman diezaiokie enpresaren diruzaintzari, egoerak okerrera egiten badu, eta, aitzitik, zuloa ez bada aurreikusten zen bezain larria, beti bertan behera gera daiteke, erabili gabe.
- Erakunde edo inbertitzaileengana jotzea: finantzaketa-erronda baten erdian dauden startupek ixten saiatu beharko lukete. Ez dutenak saiatu daitezke bat irekitzen edo

2. Nuevas vías de financiación

El consejo de los expertos es unánime y alienta a las startups a cerrar nuevas vías de financiación intentando anticipar cualquier problema de liquidez. Además, conviene que el colchón de circulante sea lo más grueso posible, dada la falta de visibilidad sobre cuánto puede durar la crisis. Lo ideal sería contar con liquidez suficiente para al menos 12 meses.

- Abrir una línea de crédito: la mayoría de las personas expertas que se encuentran analizando el efecto de esta crisis es partidaria de solicitar financiación bancaria, incluso aunque por el momento no se necesite. Tener una línea de crédito abierta puede dar aire a la tesorería de la empresa si la situación empeora y, si por el contrario el bache no es tan grave como se preveía, siempre se puede cancelar sin haberla utilizado.
- Acudir a entidades o personas inversoras: las startups que se encuentren en mitad de una ronda de financiación deberían procurar

***“Samuel Gilek, JME Ventures,
hurrengo 12 hilabeteetarako kutxa izateko gastuak eta inbertsioak doitzea gomendatzen du, datozen 3-6 hilabeteetan diru-sarreretan jaitsiera oso garrantzitsua izango delakoan. Baina harentzat ere funtsezkoa da zure konpainia epe luzera begira eraikitzeari ez uztea. Bestela, konpainia ‘ez inbertitzeko modukoa’ bihurtuko da “.***

***“Samuel Gil, de JME Ventures,
aconseja ajustar gastos e inversiones para tener caja para los 12 siguientes meses, considerando un decremento muy importante en los ingresos en los próximos 3-6 meses.
Aunque para él también es sustancial no dejar de construir tu compañía con vistas al largo plazo. Si no la compañía se volverá ‘no invertible’”.***

gutxienez egungo erakunde inbertitzaileekin tanteatzen, jakiteko ea haietara jo dezaketen egoera arazotsuagoa bihurtzen bada eta konpainiaren likidezia arriskuan badago. Hemen bi aukera daude. Kapital-gehikuntza txiki bat egitea egungo erakunde bazkideen artean (edo beste berri batzuk barne), edo epe luzerako zor-tresnak jaulkitzea, hala nola nota bihurtgarriak.

Arazoa da, gaur egungo egoeran, eta ikusgarritasunik ezaren aurrean, erakunde inbertitzaile guztiak ez daudela prest beren partaidetuen aldeko apustua berritzeko (edo are handitzeko), edo enpresa berrien kapitalean sartzeko. Horiek seduzitzeko, oso garrantzitsua da gardena izatea eta finantza-beharrak eta alternatibak haiekin planifikatzea, nahiz eta horrek esan nahi duen errondaren itxaropenak murriztu behar direla, beharrezkoa izango baita startuparen negozio-plana eguneratzea, eragina Covid19ren metriketan integratu ondoren.

- Covid19ren ondorioak arintzeko onartutako finantzaketa-neurri publiko guztiak aztertzea eta erabiltzea. Gobernu Zentralak, Eusko Jaurlaritzak edo Bizkaiko Foru Aldundiak berak hainbat laguntza-neurri onartu dituzte Covid19k sortutako jarduera ekonomikoaren beharrezko ondorio ekonomikoak arintzeko helburuarekin.

cerrarla. Las que no, pueden intentar abrir una o tantear al menos a sus entidades inversoras actuales para averiguar si pueden recurrir a ellas en caso de que la situación se vuelva más problemática y la liquidez de la compañía se vea amenazada. Aquí caben dos opciones. Realizar una pequeña ampliación de capital entre las entidades socias actuales (o incluyendo otras nuevas), o bien emitir instrumentos de deuda a largo plazo, como las notas convertibles.

El problema es que, en las circunstancias actuales y ante la falta de visibilidad, no todas las entidades inversoras están dispuestas a renovar (o incluso aumentar) su apuesta por sus participadas, o entrar en el capital de nuevas empresas. Para seducirlas, es importantísimo ser transparente y planificar con ellas las necesidades financieras y las distintas alternativas, aunque esto suponga tener que bajar las expectativas de la ronda ya que será necesario actualizar el plan de negocio de la startup, una vez integrado el efecto en métricas del Covid-19.

- Analizar y utilizar todas las medidas públicas de financiación aprobadas para mitigar los efectos del Covid-19. Desde gobierno central, Eusko Jaurlaritza o la propia Diputación Foral de Bizkaia se han aprobado diferentes medidas de apoyo con la finalidad de amortiguar los efectos económicos derivados de la caída de actividad económica generada por el Covid-19.



3. Dibertsifikazioaren aldeko apustua

Gutxienez 12 hilabeteko kutxa lortu ondoren, startupek beren negozio-eredua birplanteatu behar dute, baita kudeaketa eta bezeroekiko tratua ere. Barneratzeaz ditugun ohitura berri horiek aprobetxatzeko bideak aztertu behar dira. Aurrean duguna ekaitza bada ere, aukeren mundu batera darama.

- Digitalizazioa: telelana hain azkar ezartzeak ireki dizkigun ate berriek aukera-agertoki berriak marrazten dituzte enpresetan zerbitzilazioa bizkortzeko. Orain arte erakargarriak ez ziruditen egoerak, edo bideragarriak ikusten ez genituenak, jardun genuen industriaren usadioek eta ohiturek ez zituztelako normalizatuta urruneko prozesu mota horiek.

Orain, enpresetan garatzen diren prozesu askoren digitalizazioak haien produktibitatea optimizatu dezakeela frogatu ondoren, startup horien balio-eskaintza osatzeko unea iritsi da, jarduera-ildo berri horiek integratuz.

3. Apuesta por la diversificación

Una vez conseguidos al menos 12 meses de caja, las startups deben replantearse su modelo de negocio, así como la gestión y el trato con sus clientes. Hay que estudiar vías para aprovechar esos nuevos hábitos que estamos a punto de interiorizar. Si bien lo que tenemos delante es una tormenta, lleva a un mundo de oportunidades.

- Digitalización: Las nuevas puertas que nos ha abierto la implantación tan acelerada del teletrabajo, dibujan nuevos escenarios de oportunidad para la aceleración de la servitización en las empresas. Escenarios que hasta el momento no parecían atractivos o que no veíamos viables porque los usos y costumbres de la industria en la que actuamos, no tenían normalizados este tipo de procesos en remoto.

Ahora, y una vez probado que la digitalización de muchos de los procesos que se desarrollan en las empresas puede incluso optimizar la productividad de las mismas, llega el momento de complementar la oferta de valor de estas startups a través de la integración de estas nuevas líneas de actividad.

“Frogatuta dago Interneteko erraldoi handiak beharrian uneetatik sortu zirela (Airbnb-ekin gertatu zen bezala, partikularrek beren higiezin hutsei balioa eman behar dietelako). Bost urteren buruan, koronabirusaren harira sortutako startup handiak ikusiko ditugu”.

Miguel Arias, Telefonikako ekintzaitza zuzendaria.

“Está demostrado que grandes gigantes de Internet surgieron precisamente de momentos de necesidad (como ocurrió con Airbnb y la necesidad de los particulares de poner en valor sus inmuebles vacíos). En cinco años, veremos grandes startups que habrán surgido al hilo del coronavirus”.

Miguel Arias, director de Emprendimiento de Telefónica.

- Eskaera berrira egokitzea: Covid19k startupeiz ez ezik, bezeroei ere eragiten die. Beraz, oso garrantzitsua izango da bezeroek dituzten beharrak aztertzea, nola aldatu diren prozesuak, zer gabezia dituzten eta zer arazo bizitzen ari diren beren jarduerara garatu ahal izateko. Gogoeta hori oinarria izan daiteke aukera berriak identifikatzeko, eta aukera horiek startupak bere bezero-zorroa fidelizatzeko eta lehiarekiko posizionamendu hobea lortzeko eskain litzakeen produktu edo zerbitzu berriak izan daitezke.
 - Joerak zaintzea: startup orok burua altxatu beharko luke eta bere ingurua nola jokatzen ari den ikusi. Talde sustatzaileak galdera hauei erantzuten saiatu beharko luke: fokua mantenduko dugu edo zabaldu dezakegu? Merkatu-nitxo interesgarri berriak sortu dira? Pibotatu behar dugu?
- Interesgarria izan daiteke startup sektorearen joerak monitorizatzea, alarma-egoera fase aurreratuagoetan dagoen herrialdeetan, eta, beraz, jarduera ekonomikoa suspertzen ari den herrialdeetan.
- Adaptarse a la nueva demanda: El covid-19 no solo afecta a las startups, también a sus clientes. Por tanto será de vital importancia analizar las necesidades que sus clientes presentan, cómo han cambiado sus procesos, qué carencias presentan y los problemas que están viviendo para poder desarrollar su actividad. Esta reflexión puede ser la base para identificar nuevas oportunidades que podrán traducirse en nuevos productos o servicios que la startups podrían ofertar para fidelizar a su cartera de clientes y lograr un mejor posicionamiento respecto a la competencia.
 - Vigilar las tendencias: toda startup debería levantar la cabeza y ver cómo su entorno está actuando. El equipo promotor debería intentar responder a las siguientes preguntas: ¿Vamos a mantener el foco o podemos ampliarlo? ¿Han nacido nuevos nichos de mercado interesantes que satisfacer? ¿Hay que pivotar?
- Puede ser interesante monitorizar las tendencias del sector al que pertenece la startup, en aquellos países en los que la desescalada del estado de alarma se encuentra en fases más avanzadas y, por ende, la actividad económica empieza a recuperarse.



4. Bezero berriak fidelizatzea eta erakartzea

Garrantzitsua da haiekin harremanetan jarraitzea, bestela zutaz ahaztuko dira. Nola?

- Jarduera gelditu arren, marka eta ospea eraikitzeko unea da.
- Beharrezkoa da kanal bidezko bilketa-kostuak berriro kalkulatzeko eta horiek optimizatzen saiatzea, betiere $ROI > 0$ erabilita.
- Koronabirusak neurri txikiagoan eragin duen beste merkatu batzuetan bezeroak erakartzen saiatu behar da.
- Gomendagarria da denbora hori baliatzea bezeroentzat erabilgarria den edukia lantzeko (bloga, webinar, bideoak), baita produktuaren garapen berrietan zentratzeko ere.

4. Fidelización y captación de nuevos clientes

Lo importante es no dejar de estar en contacto con ellos, sino se olvidarán de ti. ¿Cómo?

- Aunque pare la actividad, es momento de construir marca y reputación.
- Es necesario volver a calcular los costes de captación por canales y tratar de optimizarlos, siempre con $ROI > 0$.
- Hay que intentar captar clientes en otros mercados donde el coronavirus haya afectado en menor medida.
- Es recomendable aprovechar este tiempo para trabajar contenido de utilidad para clientes (blog, webinars, videos) e incluso centrarse en nuevos desarrollos de producto.

*“Fidelizazioan aditua eta Iberia & LATAMerako
cxLoyaltyko general managera den **Eduardo Esparza**ren arabera,
sare sozialek funtsezko rola jokatuko dute enpresa askorentzat,
egungo egoera kontuan hartuta.*

*Marketin estrategia orotan ezinbesteko tresna dira,
eta haien komunikazio ahalmena bezeroak erakartzeko eta
fidelizatzeko duten boterearekin parekoa da “.*

*“Según **Eduardo Esparza**, experto en fidelización y
VP General Manager de cxLoyalty para Iberia & LATAM,
las redes sociales jugarán un papel fundamental para
muchas empresas teniendo en cuenta la situación actual.
Son indispensables en cualquier estrategia de marketing y
su poder de comunicación es equiparable con el poder que
tienen para atraer y fidelizar clientes.”*

- Aukera ona izan daiteke orain jarduera txikiagoa duten bezeroei zuzentzea, baldintza hobeetan edo doan saltzeko (startuparen garapen berrien balidatzaileak izan daitezke), egoera hori gertatzen denerako fidelizatzeko helburuarekin.
- Online komunikazio-kanalak aktibatzea eta ustiatzea: sare sozialak oso bide eraginkorra izan daitezke marketin-estrategiak garatzeko, horrelako kanpainei lotutako kostuak minimizatuz.
- Enpresa bezero berriekin kontratuak sinatzen saiatzea, nahiz eta kontratu horiek diru-sarrerarik ez sortu hurrengo hilabeteetan. Salmenta prozesuak luzeak dira eta salmenta aholku-emailea behar dute. Hau da, aurreko aldietan landu diren kontuak eta bezeroak itxi, eta badakigu konpondu beharreko benetako premia dutela, produktua ahalik eta azkarren erabil dezaten eta geroago ordain dezaten.
- Una buena opción puede ser dirigirse a clientes que tengan menor actividad ahora para tratar de venderles en mejores condiciones o gratis (pueden ejercer de validadores de nuevos desarrollos de la startup) con el objetivo de fidelizarlos para cuando pase esta situación.
- Activar y explotar canales de comunicación online: las redes sociales pueden ser una vía muy eficiente para el desarrollo de estrategias de marketing, minimizando los costes asociados a este tipo de campañas.
- Intentar firmar contratos con nuevas empresas cliente, aunque esos contratos no generen ingresos durante los siguientes meses. Los procesos de venta son largos y requieren de venta consultiva. Es decir, cerrar cuentas y clientes que han sido trabajadas en periodos previos y que nos consta tienen una necesidad real a solventar, para que usen el producto lo antes posible y paguen más tarde.



5. Taldea indartzea

Hainbeste erabaki garrantzitsuren artean ez da ahaztu behar startuparen muina: taldea. Zaindu eta ziurtatu behar da taldea ondo informatuta dagoela eta egoeraren eta izan ditzakeen inplikazioen jakitun dagoela. Oso garrantzitsua da komunikazio argia izatea enpresako pertsona eta bazkide-taldearekin prozesu honetan guztian zehar.

5. Reforzar el equipo

Entre tantas decisiones importantes no hay que olvidarse de la esencia de la startup: el equipo. Hay que cuidar y asegurar que el equipo se sienta bien informado y consciente de la situación y de las posibles implicaciones. Es muy importante mantener una comunicación clara con las personas que forman o son socias de la empresa a lo largo de todo este proceso.

- Gardentasuna langileekin, erabakiak hartzen parte hartzea.
- Enpresaren kultura eta balioak garatzea eta indartzea.
- Ekipoa eraikitzen saiatzea, morala igotzea eta pertsonen leialtasuna areagotzea.
- Komunikazio arina izatea, batez ere urrutitik lan egiten bada.
- Jarduera txikieneko uneak aprobetxatzea pertsonak online prestatzeko. Egungo erronketarako eta epe ertaineko erronketarako gaitasunak indartzea.
- Transparencia con personas trabajadoras, involucrarlas en las tomas de decisiones.
- Desarrollar y reforzar la cultura y valores de la empresa.
- Intentar construir equipo, subir la moral y aumentar la lealtad de las personas.
- Mantener comunicación fluida, sobre todo si se trabaja en remoto.
- Aprovechar los momentos de menor actividad para que las personas se formen de manera online. Fortalecer las capacidades para desafíos actuales y retos a medio plazo.

*“Ez gelditu izuak jota.
Horixe da Bankinter Berrikuntza Fundazioko zuzendari
Javier Mejiasen gomendioa, eta modu arinean baina hausnartuan
jarduteko gonbita egiten du, batez ere talentuari dagokionez.
Ekintzaileak, jakina, errealista izan behar du,
eta egoeraren eragina ulertu behar du,
horren arabera jokatzuz, baina gogoraraziz taldea dela startuparen oinarria,
eta, beraz, orain askoz zuhurrago ibili behar dugu “.*

*“No dejarse llevar por el pánico.
Es la recomendación de **Javier Mejías**,
director de la Fundación Innovación Bankinter,
que invita a actuar de forma ágil pero también reflexionada,
especialmente en lo tocante al talento.
La persona emprendedora, por supuesto tiene que ser realista y
entender el impacto de la situación, actuando en consecuencia,
pero recordando que el equipo es la base de la startup,
por lo que es precisamente ahora cuando
debemos ser más cuidadosos”.*

ONDORIOAK CONCLUSIONES

Aditu askoren iritziz, kontua ez da soilik krisitik bizirik irautea, baizik eta aukera gisa ikustea. Ez du ezertarako balio jarrera negatiboa hartu eta bizitzea dagokigun errealitatearen perspargi eduki behar da hau hilabete batzuk iraungo duen aldi baterako krisi bat dela, lehenago edo geroago amaituko dena.

Eskaintzen duen aukeretako bat da lotura estutzea bezeroekin eta enpresako langileekin. Une honetan funtsezkoa da taldearekin eta bezeroekin etengabeko komunikazioa izatea. Azken batean, maitasuna ematea eta startupa osatzen duten pertsonen barne-beharretara nahiz zuen bezero diren erakundeak ordezkatzeko dituzten pertsonengana egokitzea.

Komunikazio hori garrantzitsua da datozen hilabeteetan krisiari aurre egiteko beharrezkoak diren neurriak hartzerakoan; izan ere, proiektuak eta ekimenak lehenesteko garaiei aurre egin behar diegu (erakundearen barruan zein kanpoan). Ahal diren gastu guztiak murriztu behar dira, enpresaren jardueraren beraren jarraipena arriskuan jarri gabe.

Eta hori guztia krisiari kutxan nolabaiteko muskulua gordeta aurre egin nahian: aktibitateerik gabeko aste edo hilabetei eusteko adinako kutxa duten startupak izango dira bizirauteko gaitasun handiena izango dutenak.

Para muchas opiniones expertas, no se trata sólo de sobrevivir a la crisis, sino de verla como una oportunidad. No sirve de nada adoptar una postura negativa y perder la perspectiva de la realidad que nos toca vivir. Hay que agarrarse como un clavo ardiendo a los aspectos positivos y centrarse en que esto es una crisis temporal que va a durar unos cuantos meses, pero que tarde o temprano terminará.

Una de las oportunidades que ofrece es estrechar el vínculo con entidades clientes y personas empleadas en la empresa. En estos momentos es crucial mantener una comunicación constante con el equipo y la clientela. En definitiva, darles cariño y adaptarse tanto a las necesidades internas de las personas que conforman la startup, como a las personas que representan a vuestras entidades clientes.

Esta comunicación es importante a la hora de tomar las medidas que sean necesarias para bandear la crisis en los próximos meses, ya que nos toca afrontar épocas de priorizar proyectos e iniciativas (tanto hacia dentro de la organización como hacia fuera de ella). Hay que recortar todos los gastos que se puedan, sin poner en riesgo la continuidad de la propia actividad de la empresa.

Y todo ello intentando afrontar la crisis con cierto músculo en caja: aquellas startups que tengan caja suficiente para aguantar las semanas o meses de inactividad serán las que mayor capacidad de supervivencia tengan.



Sabino Arana, 8
48013 Bilbao
Tel.: 944 395 622

beaz@bizkaia.eus
beaz.bizkaia.eus