

¿Es cierto que las crisis son buen momento para emprender un negocio? Helpycare así lo piensa

Suena difícil. Casi contradictorio. Pero puede haber una gran verdad en la idea de que las crisis y recesiones son momentos ideales para quienes quieren emprender su propio negocio

Durante las recesiones y crisis, el instinto natural es similar al de un oso que se prepara para hibernar hasta que pase el invierno. Se busca reducir todos los riesgos y gastos al mínimo, hasta que la situación mejore.

Pero, por un lado, este es un comportamiento contrario al espíritu emprendedor: en cierta forma, los emprendedores siempre están en crisis, ya que necesitan ser cautos, pero al mismo tiempo, asumir más riesgos que la mayoría de la gente para aprovechar las oportunidades que el resto de la población no detecta. Hay muchas historias de éxito en el emprendimiento durante ciclos económicos complejos.

Como dice Warren Buffet, una de las personas más ricas e inversores más reputados del mundo, "invertir con valentía en tiempos de crisis, no tiene precio". Estas son algunas de las razones:

Se actúa y se emprende con mayor concentración y foco

En primer lugar, en situaciones de crisis se actúa con mayor concentración por la sensación de escasez. En situaciones normales y con cierta comodidad respecto a la economía, muchas veces los emprendedores se centran en aspectos que, si bien muchas veces son relevantes en los negocios, no son prioritarios.

Por ejemplo, que un emprendedor quiere crear un negocio de venta y distribución de algún producto. ¿Qué sería más importante? ¿Centrarse en definir el modelo de venta y conseguir posibles distribuidores, o contratar una agencia de medios para grabar vídeos bonitos para subir a las redes sociales? Esto último es relevante, pero difícilmente sea la prioridad...probablemente interese más conseguir ingresos con prontitud, que realizar gastos.

Luego, está también lo que se ofrece a posibles clientes. En negocios establecidos o cuando hay mayor sensación de estabilidad, se suelen hacer experimentos o se invierte tiempo en esfuerzos que pueden estar más centrados en lo que la empresa quiere lograr, en lugar de en aquello que el cliente realmente necesita y demanda.

En tiempos de crisis, no hay margen para ello. El foco está directamente en aportar el máximo valor inmediato al potencial cliente para que no haya riesgo de perderlo. No hay margen para distracciones.

Hay menos emprendedores contra los que competir

En situaciones de crisis, la mayoría de la gente piensa en no asumir riesgos, ahorrar y esperar a “que pase la tormenta”. Esto significa que hay muchos menos posibles competidores invirtiendo y arriesgándose, lo que permite al emprendedor tener más mercado para abarcar y posicionarse cuando el resto están aletargados.

Asimismo, si existe el miedo a asumir algún riesgo, si algunos no están en su mejor momento económico o si creen que puede no existir demanda suficiente durante este periodo, significa que hay mayores barreras para emprender, lo que nuevamente le da al emprendedor más valiente una ventaja adicional.

De modo que, si un emprendedor es capaz de asumir el reto cuando los demás no lo hacen y más bien se resguardan, tendrá la posibilidad de desmarcarse de ellos, darse a conocer antes, probar el mercado, ser pionero y ser la referencia.

Además, en tiempos de crisis, quienes ya han emprendido y tienen que mantener su estructura de ingresos y mantener sus negocios, están mucho más abiertos a colaboraciones y negociaciones para mantenerse a flote, con lo cual permite más margen para actuar que en momentos en los que hay menos necesidad.

Los riesgos de emprender pueden ser similares a los de períodos más estables

Emprender conlleva riesgos. Se deben realizar inversiones, no solo de dinero, sino de tiempo y esfuerzo. Hacer sacrificios y apostar por uno mismo y por el negocio a sabiendas de que llevará tiempo empezar a dar sus frutos. Esto es algo que no varía mucho en función del momento en que se haga, haya o no crisis.

Pero lo que sigue siendo válido, incluso con más insistencia, es reducir los potenciales riesgos, por ejemplo, desarrollando negocios basados en franquicias y modelos similares probados en los que, aunque se tenga que pagar un cánón de franquicia por ejemplo, se trata de una buena inversión para evitar caros tropiezos y frustraciones.

¿Qué sectores o negocios son mejores para emprender durante una crisis?

La clave está en elegir un sector que no entienda de crisis, es decir, de productos o servicios que necesariamente se tengan que seguir consumiendo o utilizando en todo momento. Incluso se podría añadir, aquellos que cubran una necesidad evidente e ineludible, y que sean fáciles de comprender. Idealmente, que además generen una vinculación larga en el tiempo con el cliente para así evitar los vaivenes de las crisis.

Algunos de estos sectores o negocios podrían ser:

- Alimentación: son sectores que incluso crecen en tiempo de crisis ya que los consumidores incluso reducen su consumo en hostelería al pasar más tiempo en casa.

- Educación: en tiempos de crisis, la población aprovecha para formarse y poder competir mejor en el mercado laboral.

- Servicios públicos y de carácter social: los servicios que pueden ofrecer entidades públicas o que pueden ser muy afectadas por leyes, servicios sociales, etc. pueden verse beneficiados por regulaciones o ayudas públicas, además de ser también generalmente servicios de primera necesidad. Por ejemplo, los servicios sanitarios y para la tercera edad son un gran ejemplo

- Cuidado de ancianos y dependientes: siendo uno de los sectores de mayor crecimiento en España, incluso durante la crisis sanitaria y muy unidos al crecimiento de la población mayor y su longevidad, invertir en negocios

Teniendo en cuenta todos estos puntos, parece claro que invertir en un negocio en el sector de cuidado de mayores y dependientes se perfila como una idea muy factible de emprendimiento porque cumple con muchos de los requisitos para tener éxito en cualquier momento del ciclo económico. A tal efecto, existen modelos, como franquicias y colaboraciones similares, que ofrecen alternativas dentro de este sector muy factibles y económicamente viables, como sucede con Helpycare, una empresa que ofrece este tipo de servicios y permite emprender dentro de su estructura con costes muy asequibles y una rentabilidad rápida.

Datos de contacto:

Helpycare.com
652 29 13 01

Nota de prensa publicada en: [España](#)

Categorías: [Nacional](#) [Franquicias](#) [Emprendedores](#) [E-Commerce](#) [Recursos humanos](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>