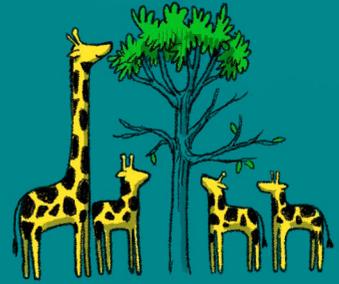


NÚMERO 10:

Adaptación activa como respuesta a una demanda transformada



En un contexto en el que muchas empresas sólo luchan por la supervivencia, hay también empresas que se han adaptado y están consiguiendo crecer.

Será necesario recoger sistemáticamente datos sobre estos casos de adaptación, para poder derivar patrones que sean útiles para próximas crisis.

- Algunas empresas tal vez sólo han tenido la suerte de tener un producto que responde a las necesidades del momento. Por ejemplo, se han prácticamente doblado las ventas de **ciclomotores** (porque hay miedo al contagio a los transportes públicos), han aumentado las obras para la **mejora de los hogares** (con el consiguiente impacto en todas las empresas que suministran los materiales necesarios, o muebles o complementos) o se han incrementado muy notablemente las ventas de material para hacer **deporte en casa** (bicicletas estáticas).
- Otro ejemplo lo encontramos en los **juguets sexuales**, cuya demanda ha crecido ligada, tal vez, al número de horas que la gente se queda en casa ... También podríamos incluir aquí los **aeropuertos locales** que tenían poco uso y ahora se han convertido en inesperados estacionamientos para las aeronaves de muchas compañías que no pueden volar.
- Disponer **previamente**, por tanto, de un catálogo de “soluciones” para las nuevas necesidades de los confinamientos, ayuda a multiplicar las cuentas de resultados de algunas empresas, ya sean grandes (por ejemplo, grandes empresas de materiales deportivos), o nuevas iniciativas (startups que aportan soluciones nuevas para el deporte en casa). Diríamos que estaban en el lugar adecuado en el momento adecuado.
- Aquí el reto puede haber sido más como cambiar la forma de hacer el producto accesible (por ejemplo, **de tiendas físicas en digitales**), con las exigencias logísticas consiguientes. También podemos citar las empresas que ya tenían soluciones para la **formación en remoto**, que han podido resolver con rapidez las necesidades de empresas y también, la de escuelas que tenían que pasar repentinamente a formato **online**. O los **restaurantes** que han pasado a vender comida hecha.
- Otras empresas ven como el que ya ofrecían disfruta, de repente, de un tipo de **demanda diferente** (por ejemplo,

productos de limpieza o desinfección, sistemas de esterilización, para garantizar la protección de las personas, u **ordenadores portátiles** para poder responder mejor a la necesidad repentina de teletrabajar). Así por ejemplo, una empresa que fabrica túneles de lavado de vehículos desarrolla un sistema simplificado para **desinfectar ambulancias**, o los hoteles generan una nueva oferta centrada en el **co-working** (ahora mismo), y **co-living** (probablemente en los próximos meses).

- Y otros adaptan rápidamente su catálogo para una **demanda no efímera**, resultado de las nuevas reglas del juego. Por ejemplo, las **empresas de ventilación** o aire acondicionado, ven la oportunidad de negocio de la renovación más exigible de los filtros, o del aumento del interés de las empresas por una gestión “garantizada” de la calidad del aire.
- Por último, hay crecimientos de negocios que son difíciles de explicar desde la lógica de las necesidades, y que tienen más que ver con la psicología derivada del confinamiento. Un buen ejemplo es que las ventas de **vinilos** han superado por primera vez a las de CDs, tal vez como consecuencia del resurgimiento de la nostalgia en unos meses de interiorización de los sentimientos. O el incremento de las ventas online de **joyas** para una clase media que necesita de momentos de auto-indulgencia.

Aunque el efecto general negativo de la covid19 en los negocios, hay, pues, también empresas que han sabido adaptarse rápidamente para crecer, y para aprender.

Links:

Examples of pivoting business during the pandemics



19 businesses pivoting in response to COVID-19