

¿EL NEGOCIO?...
¡¡EN EL PUEBLO!!



Dando la vuelta a la tortilla en la España
despoblada

David Pérez Martín

© 2020, David Pérez Martín.

Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra solo puede ser realizada con autorización expresa de su titular.



Dedicado a todos aquellos con los que compartí mi infancia en el pueblo y que ya no están con nosotros, particularmente a los que se fueron demasiado pronto: Helio, Jaime, Mamen y Carlos.

ÍNDICE

Presentación	5
Introducción.....	7
Plan de negocio.....	14
Yo me lo como yo me lo guiso o ¿no?.....	17
El cliente en la diana	21
Clientes potenciales.....	25
Clientes nuevos	26
Clientes de infancia	26
Clientes consolidados	27
Clientes maduros	27
Campañas de captación.....	29
Campañas de fidelización	31
Campañas de retención	35
Campañas de winback.....	36
Base de datos, una apuesta segura.....	39
Base de datos de clientes	42
Datos de contacto	43
Datos sociodemográficos	44
Datos relacionales	45
Base de datos de ventas.....	47
Implementación.....	49
Hay que levantar la liebre	57
Problemas de implementación	62
Me divierto...¿aprendiendo?!	64
Qué ofrecer	64
Formación académica	65
Formación profesional	66
Otras formaciones	68
Actividades deportivas	68
Actividades de ocio.....	69
A quién	70
Cómo ofrecerlo	72
El pueblo te llama.....	80
Qué ofrecer	80
A quién	82
Cómo ofrecerlo.....	82

Plan de escapada, pero muy especial.....	87
Qué ofrecer.....	87
Ocio.....	88
Cultural.....	91
Restauración.....	92
Hostelería.....	93
Aventuras.....	94
A quién.....	95
Cómo ofrecerlo.....	97
La huerta en casa, casi.....	102
Qué ofrecer.....	102
A quién.....	103
Cómo ofrecerlo.....	104
Coworking, ¿eso qué es?.....	106
Qué ofrecer.....	106
A quién.....	110
Cómo ofrecerlo.....	111
Del mostrador a tu frigo.....	114
Qué ofrecer.....	115
A quién.....	118
Cómo ofrecerlo.....	118
Canal telefónico.....	119
Canal Online.....	122
Canal App.....	123
El tiempo.....	126
El precio.....	132
Profesionales de primera: Bueno, bonito y barato.....	135
Qué ofrecer.....	135
A quién.....	137
Cómo ofrecerlo.....	138
Polígono low cost.....	141
Qué ofrecer.....	141
A quién.....	142
Cómo ofrecerlo.....	143
Centro de pruebas, ¿eh?.....	145
Qué ofrecer.....	145
A quién.....	145

Cómo ofrecerlo	146
Tengo ganas, pero no medios... ..	147
Pandemia, ¿pandora?	151
Y ahora ¿quién lo paga?	153

Presentación

Hablar en tercera persona no tiene mucho sentido cuando voy a hablar de mí mismo. Hacer que otro plasme unas pinceladas sobre mi persona suele derivar en comentarios muy positivos por la subjetividad que quien lo hace siente hacia mi persona, debido a que, siendo una invitación para hablar sobre mí, seguramente recaería sobre alguien de mi confianza. Por lo que he optado por comentar lo más objetivamente posible quién soy, yo mismo.

Licenciado en Administración y Dirección de empresa, dediqué mis primeros años laborales a múltiples sectores. Mi primer trabajo tras la carrera fue de becario, por suerte mínimamente remunerado, en una caja de ahorros. La mala suerte fue que me pasé tres meses literalmente contando dinero, ni más ni menos. A parte de poder identificar mejor que una máquina un billete falso y coger gran soltura contando billetes, no puedo decir que aprendiera nada más. No me dieron la oportunidad por más que presté predisposición.

Ya en Madrid pasé a vender periódicos, una semana. Luego tarjetas de crédito, dos meses. Puntualmente montar cocinas, sí tal cual, montar cocinas, una mes y medio. Y durante algunos años trabajar en banca telefónica y en seguros.

Pasé otros pocos años trabajando en oficinas bancarias en diferentes ciudades y pueblos para una misma entidad financiera.

En un momento crítico de mi vida, cuando tuve a mis dos últimos hijos, decidí que había que cambiar si quería llevar a buen puerto mis nuevas necesidades financieras. Durante los años precedentes me había autoformado en temas de programación así que, me lancé a ofertas que demandaban dicho perfil. Tuve suerte, una empresa confió en mí y desde entonces trabajo para ella.

Desde entonces soy lo que suelen llamar muchos un *informático*, aunque más concretamente soy un consultor, para ser concreto un consultor de BI, es decir, de inteligencia de negocio.

He trabajado en diferentes empresas de primer nivel de varios sectores: industria, seguros, telco,...Principalmente en áreas de sistemas, pero muy pegadas a las de negocio. Mi trabajo diario gira en torno a traducir necesidades de negocio en realidades de sistemas, extraer datos que convertimos en información útil de primera necesidad para la viabilidad de la empresa, ¿Por qué? Porque sus decisiones sobre qué hacer con sus negocios se basan en gran medida en la información que gente como yo les hacemos llegar.

Pero lo que más me define es quizás que quiero a mi pueblo. No voy tanto como quiero, porque no puedo. Pero quiero a mi pueblo, a sus gentes a sus calles y a su entorno. Me críe hasta los 18 años allí, mis padres y parte del resto de mi familia siguen viviendo allí o cerca, y mis primeros amigos siguen coincidiendo conmigo, allí.

Es por ello que quería aportar mi granito de arena a su sostenibilidad económica actual y futura. Si mi experiencia sirve un ápice para lograrlo, me empeño en ello habrá tenido sentido.

Sin embargo, si se fijan, este libro no es sólo para mi pueblo, es para un pueblo, el suyo, el mío, el de cualquiera que se identifique con esta problemática rural de despoblación y pérdida de oportunidades. Presento, en definitiva, iniciativas para cualquier pueblo, aunque lo haga pensando, permítanme al menos ese lujo, sobre todo en el mío.

Introducción

Quien no entienda que las grandes urbes seguirán creciendo es que está tan ciego como yo lo estaba hasta hace poco.

La realidad dice justo lo contrario y la lógica lo justifica sin lugar a dudas. Igual que en la selva amazónica prosperan las especies en las grandes urbes prosperan las personas. Más personas más facilidad para vender lo que sea. A si de simple. Es un ciclo que se retroalimenta, migra más gente y más posibilidades afloran para todos sus habitantes con lo que se pone la zanahoria para que migre más gente y...vuelta a empezar el bucle.

A más gente más ideas se generan, más de ellas se comparte y más de entre todas ellas se implementan como negocios.

Los pueblos sin embargo no dejan de decrecer. La misma justificación que explica el auge de las ciudades opera en sentido contrario en los pueblos. Formados cada vez por población más envejecida sigue la tendencia natural que el ciclo vital de la vida y la muerte inexorablemente conlleva.

Este libro tiene por objeto mostrar algunas estrategias que permitan revertir ese aciago destino del mundo rural mediante el desarrollo de líneas de negocio competitivas, fáciles de implementar y económicamente asumibles. Soluciones viables para un futuro incierto.

Ninguna de estas iniciativas es totalmente innovadora, todas y cada una de ellas han sido desarrolladas en diferentes lugares, con éxito. Por lo que no estoy reinventando la rueda, estoy mostrando como emplearla donde no aún no usa o mostrar nuevas formas de utilizarla. En este libro se muestra cómo sacar más partido a lo que ya tenemos. En definitiva, el libro prende abrir los ojos a posibilidades de negocio que o no conocíamos o no sabíamos cómo aprovecharlas.

Que los pueblos se vacían es un hecho, y ese proceso afecta no solo al pueblo que los sufre sino a la comarca y región en el que se ubica, es una evidencia que cada núcleo rural cabeza de partido sabe desde hace décadas.

En las últimas dos décadas principalmente, se ha desarrollado un turismo cada vez más masivo. Gracias a ese suceso, una avalancha de turistas ocasionales, afloran a los pueblos desde las grandes ciudades cada fin de semana y periodos vacacionales. Sin embargo, esta avalancha demasiado a menudo no compensa la pérdida continua de clientes locales. La España vaciada cada día lo está más y con ella mengua más y más el número de clientes locales. Por otra parte, la avalancha de turista suele llegar así, como una avalancha y como tal supone un problema de capacidad para atenderla que merma los ingresos potenciales que su volumen ocasionaría. Hablando claro, no hay manos para atender a tanto en determinadas ocasiones, impidiendo poder aprovechar ese maná caído del cielo, que son los turistas *urbanitas*. La demanda de nuestros comercios locales es así muy estacional, con grandes picos intercalados entre cada vez más profundos valles de ingresos.

Parte de las iniciativas aquí presentadas tenderán a que la demanda no tenga una dinámica tan abrupta. El objetivo será que los picos se suavicen y los valles sean menos profundos permitiendo un nivel de ingresos más estable con una estructura de negocio más sostenible económicamente.

En este libro se hace un compendio de estrategias con tres ventajas muy relevantes a remarcar:

- Cualquier pueblo, sea como sea, puede implementar, al menos, alguna de ellas.

- La mayoría de los recursos necesarios para llevarlas a cabo ya son de quien las puede desarrollar lo que deriva en un ahorro muy importante en los costes de puesta en marcha.
- No es un viaje hacia lo desconocido. Todas y cada una de las propuestas sugeridas a lo largo del libro ya han sido desarrolladas con éxito como atestiguarán los ejemplos aportados de situaciones reales. El éxito por tanto no es una quimera sino algo al alcance de la mano.

Tanto si el lector vive en el pueblo y quiere seguir haciéndolo, pero no encuentra manera de garantizar su sustento, como si es un urbanita con pretensiones de migrar a un pueblo, harto de la urbe, este libro puede ser el camino para lograrlo.

Les voy a poner en antecedentes con una historia personal. Hace varias décadas inicié un par de iniciativas en mi pueblo. Era un joven con ganas y tiempo para ayudar a mejorar la situación de aquel lugar donde hacía poco había estado pasando toda mi vida y que ahora veía poco a poco como se iba apagando.

Recordaba las fiestas del verano con las grandes aglomeraciones de gentes en las calles, en la plaza, en los bares.

Las fiestas del instituto se llenaban de gente. Hasta cuatro discotecas operaban a la vez en el pueblo. Sin lugar a dudas se percibía que la economía local funcionaba.

Una década después la situación era muy diferente. La población joven se reducía rápidamente, el atractor que antaño suponía el pueblo para la comarca a nivel de ocio, había caído en picado. La gente ya no acudía a mi pueblo como antes y las calles, plazas y bares se resintieron significativamente.

