



EMPRENDE

GUÍA PARA TU CRECIMIENTO

ya



TOLUCA
CAPITAL

EL NACIMIENTO DE NUEVAS PLAZAS LABORALES

va al alza debido al
coronavirus

Nueva forma de consumo

hacia la nueva normalidad



Después de la crisis surgida por el Covid-19 en el mundo, será un hecho que muchos aspectos en la vida de las personas habrán cambiado para siempre.

Una vez que el mayor porcentaje de mexicanos salga de sus casas, lo recibirá un nuevo mundo y un nuevo panorama social, como las medidas recientes de distanciamiento social e higiene en lugares públicos, así como una nueva forma de relacionarse en sus espacios de trabajo para evitar la propagación del virus.

Se prevé que estos cambios tengan un impacto más allá de la actividad social de las personas, un nuevo estilo de vida determinado por hábitos de consumo, ya que, por ejemplo, el 35% de los mexicanos afirma que tras el confinamiento seguirán realizando sus compras vía online con mayor frecuencia, mientras que el 41% optará por aquellas marcas que muestren un rol más activo en favor de la sociedad.

“Será fundamental que las empresas comiencen a enfocar sus esfuerzos en establecer nuevos modelos de venta e interacción, pues es un hecho que los consumidores habrán cambiado

para siempre tras el fin de la pandemia; empezarán a buscar aquellas marcas que logren dar soluciones y acompañamiento a sus nuevas prioridades”, asegura Ana Sordo, marketing team manager en Latinoamérica de Hubspot.

Fuertes lazos hacia lo local

Uno de los sectores más afectados por la crisis ha sido el de las micro, pequeñas y medianas empresas. Esto ha impulsado cierto sentimiento de “localismo”, el cual estima que el 65% de los compradores está prefiriendo comprar productos que hayan sido creados en su propio país con el fin de ayudar a mejorar la situación económica nacional.



Hábitos más digitales

Hoy más que nunca, las personas han recurrido al e-commerce para conseguir todo lo que necesitan en su nuevo estilo de vida: desde el pago de diversos trámites y servicios, hasta la compra de su despensa o el envío de comida a domicilio.

Más cercanos a las marcas

Ante las restricciones de convivir en el espacio físico con las marcas, Datos de HubSpot muestran que el volumen semanal de conversaciones de chat en los sitios y Facebook Messenger ha llegado a aumentar hasta en un 62% en los dos últimos meses, mientras que la tasa de emails abiertos alcanzó su punto más alto el pasado 25 de mayo con un 259%.

Cada vez se ve más cerca la llegada de una nueva rutina y, con ella, la reactivación gradual de algunas actividades económicas, así como el regreso de la vida social en las ciudades. No obstante, es importante que las empresas empiecen a trabajar en soluciones tangibles a las nuevas prioridades en la vida de las personas.

REGISTRA TU EMPRESA O NEGOCIO

IMPULSA TUS VENTAS DURANTE ESTA CONTINGENCIA



<https://www.toluca.gob.mx/directorio>



Mayores informes:
emprendeya@toluca.gob.mx



además...

CONSULTA NUESTRO
DIRECTORIO EMPRESARIAL



TOLUCA
CAPITAL



CONEXIONES
EMPRESARIALES

APOYEMOS EL COMERCIO LOCAL

JUNTOS ES POSIBLE

EL NACIMIENTO DE NUEVAS PLAZAS LABORALES

Va al alza debido al coronavirus

El cumplimiento de las medidas de salud es la principal función de vacantes que buscan las empresas con títulos como 'Covid officer' y supervisor de higiene o salud.

La llegada del Covid-19 y la "nueva normalidad" implican un proceso de adaptación en las empresas de todo el mundo a fin de cumplir las medidas sanitarias indicadas para cuidar la salud de los trabajadores, y ello ha dado como resultado el nacimiento de nuevas plazas laborales como el Covid Officer o supervisor de higiene.

"Amcor flexibles México, líder mundial en la fabricación de empaques flexibles, está en la búsqueda del siguiente candidato para cubrir la vacante de Covid Officer", se puede leer en la publicación de la empresa realizada en LinkedIn.

La compañía hace un listado de las actividades que deberá realizar el personal que ocupe el puesto, entre las que destacan:

- Verificar que todos sus compañeros de trabajo ingresen en buen estado de salud, aseados, con el uniforme limpio y completo.
- Proporcionar apoyo y orientación al personal para el correcto entendimiento y aplicación de las NOM'S (normas oficiales mexicanas) y reglas de seguridad.

- Gestión y supervisión de revisiones médicas del personal, así como la revisión de herramientas y equipos.

- Seguimiento a incidencias del personal en temas de Seguridad e Higiene.

Top Talent, firma del sector de ingeniería civil, es otra de las empresas que busca un "Supervisor de Seguridad e Higiene Industrial", puesto para el que ofrece prestaciones superiores a las de ley.

Las jornadas laborales, así como los beneficios y el salario, varían según las necesidades de la compañía.

Indian Health Service, por ejemplo, busca que los aspirantes tengan la disponibilidad de viajar y cambiar de residencia, con un salario bruto de 17,000 pesos.

De manera general, en la mayoría de las empresas, el Covid Officer deberá planear las acciones necesarias para la correcta implementación de medidas sanitarias, mantenerse actualizado sobre indicaciones de las autoridades, conocer las leyes y reglamentos relacionados con las actividades laborales y sanitarias, capacitar al personal sobre nuevas medidas de higiene y supervisar que todos los protocolos se cumplan.



EXTREMA PRECAUCIONES

Los virus como el COVID-19 sobreviven por varias horas e, incluso, días en superficies lisas:



Papel
4 a 5 días



Aluminio
2 a 8 horas



Plástico
5 días



Vidrio
4 días



Acero
48 horas



Madera
4 días



Guantes
quirúrgicos
8 horas

Limpia y desinfecta superficies

Para evitar contagios:

- Limpia con agua y jabón o desinfecta con cloro diluido en agua.
- Objetos de uso común
 - Enseres de cocina
 - Mobiliario
 - Juguetes



CUIDÉMONOS ENTRE TODOS

Pongamos a raya al coronavirus

INFORMES Y APOYO
215.25.48
toluca.gob.mx



CÓMO ENTENDER EL MUNDO RETAIL

después del Covid-19

Mientras que la mayoría de los retailers, o sea, comerciantes al menudeo, se están preparando fervientemente para las reaperturas, pocos son los que están realmente viendo más allá del COVID-19. Esta nueva normalidad post-COVID-19 es la que impone los nuevos y grandes desafíos para la transformación digital del sector retail o minorista.

El nuevo contexto ha obligado a los retailers a cuestionarse la relación con sus clientes. Así, la reapertura de las tiendas brindará a retailers la oportunidad de volver a reconquistar a sus clientes y, dependiendo de la intensidad de sus estrategias creativas, también tendrán la oportunidad de atraer nuevos clientes. Los retailers estarán obligados a entender a sus clientes más allá de la mera relación transaccional que sostenían con ellos, y hacerse cargo de sus preocupaciones, temores y necesidades, mucho más allá de sus productos.

En consecuencia, aquellos retailers que realmente se ocupen del bienestar de sus clientes y trabajen arduamente para cultivar confianza y una nueva relación, tendrán más probabilidades de tener éxito que aquellos que no cambien su forma de hacer y monetizar sus negocios.

Es así como la digitalización, la automatización, la personalización, la inteligencia artificial, el internet, el big data y la pandemia son algunos de los principales ingredientes que están cambiando vertiginosamente la industria del retail y la manera en que los consumidores comprarán en el futuro no muy lejano.

Para saber más acerca del futuro de esta forma de negocio consulta el artículo Megaguía para entender el retail después del Covid-19: 10 predicciones, que Juan José de la Torre realizó para la revista digital Entrepreneur, <https://www.entrepreneur.com/article/351910>

PASOS PARA VENDER EN LÍNEA

El pan existe desde la prehistoria, es de hecho una de las características que marca el abandono de la forma de vida nómada y el comienzo de la sedentaria; posteriormente, las técnicas para la panificación se refinaron en el antiguo Egipto y Mesopotamia, y han ido cambiando hasta ser uno de los negocios más importantes en cualquier país.

Empezamos a asesorar a una cadena de panaderías en diferentes colonias de la Ciudad de México, cuyo posicionamiento y alcance es en general local. Nuestro objetivo era claro: generar un canal digital de ventas que llegara a tener el nivel de ingresos de una tienda física.

Había que hacer todo, desde crear el portal hasta tomar las fotografías de los productos y comenzar acercamientos con las principales aplicaciones de distribución de alimentos en la ciudad, quienes no nos conocían.

Uno no se imagina el gran y complicado negocio que es hacer pan hasta que no está ahí. Hay miles de factores que hacen complejo operarlo y estandarizarlo en varias sucursales, quizás, para nosotros, el factor más difícil que encontramos fue la resistencia al cambio. Los dueños y directivos de la empresa tenían claro que querían esta innovación, pero las personas que operan los diferentes puntos de venta, quienes dan la cara al público, no lo querían.

Esta resistencia fue más evidente al momento de empezar la implementación de tablets con apps de venta en línea, ya que requerían la atención por parte del personal para tomar las órdenes y posteriormente entregarlas.

Pasó de ser un “job description de desarrollar un sitio web, hacer campaña y atender las redes sociales”, a entrarle en temas de capacitación de personal, implantación y estandarización de procesos e indicadores y se tradujo en detalles que llegaban hasta la manera en la que se perfiló y pautó la campaña, o el contenido de un post en Instagram.

Al final logramos nuestras primeras metas en diciembre de 2019; esto nos permitió que para la

llegada de la pandemia del Covid19 la empresa contara con diversos canales que hoy le permiten apoyar las ventas de sus sucursales físicas y que en conjunto generan el equivalente a una de ellas, es como abrir una tienda más, pero sin tanta inversión y con los productos que ya tienes, reduciendo también las mermas.

Pasos para vender en línea

Con base en pasadas experiencias y en lo aprendido en esta, estos son los pasos a seguir básicos que necesitas para emprender tu estrategia de venta en línea:

1. Planea tus objetivos.
2. Plantea hasta dónde puedes llegar con tus ventas en línea.
3. Define cuál será tu mercado y los canales de ventas.
4. El precio de tus productos es uno de los temas más importantes.
5. Mapea tu proceso de ventas en línea.
6. Nunca olvides la logística y cómo vas a resolverla.

Listo lo anterior, ahora sí implementa todos tus canales como tu sitio de venta en línea, redes sociales, venta en plataformas de terceros, etc.

Nunca dejes de medir y optimizar tu estrategia.

Recuerda que en toda crisis siempre hay oportunidad y la pandemia actual es un catalizador para el crecimiento de los negocios en medios digitales, sobre todo porque el mercado está ahí metido todo el día.

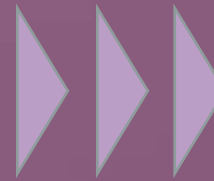
Para mayor información visita el enlace:

www.entrepreneur.com/article/351455

CURSOS ONLINE

En esta contingencia sanitaria, aprovecha para ampliar tus conocimientos, aquí te mostramos algunas alternativas que te permitirá seguir estudiando sin necesidad de sacrificar otras actividades de tu día.

Da click



- Cursos que te ofrece la UNAM

<https://bit.ly/3i65u9L>

- Cursos Organización EDX

<https://bit.ly/31g3rKi>

- Cursos Servicio Nacional de Empleo

<https://bit.ly/382g0u4>

Si buscas EMPLEO

aquí lo puedes
encontrar

<http://desarrollo.toluca.gob.mx/sistemaempleo>



DIRECCIÓN GENERAL DE DESARROLLO ECONÓMICO
Dirección de Promoción Económica, Turismo y Empleo